UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

RAUANY NATÉRCIA FREIRE DE VASCONCELOS

DINÂMICAS DE INTERAÇÃO NO WITCHTOK BRASIL:

Explorando comunidades bruxas no TikTok

Caruaru
2024

RAUANY NATÉRCIA FREIRE DE VASCONCELOS

DINÂMICAS DE INTERAÇÃO NO WITCHTOK BRASIL:

Explorando comunidades bruxas no TikTok

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel/licenciado em Comunicação Social.

Área de concentração: Comunicação e cultura digital

Orientadora: Prof. Dra. Izabela Domingues da Silva

Caruaru
2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Vasconcelos , Rauany Natércia Freire de.
Dinâmicas de interação no Witchtok Brasil: Explorando comunidades bruxas no TikTok / Rauany Natércia Freire de Vasconcelos . - Caruaru, 2024.
110 p. : il.

Orientador(a): Izabela Domingues da Silva
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Comunicação Social, 2024.
Inclui referências.

1. Interações Sociais na Internet. 2. Formação e Desenvolvimento de Comunidades Digitais. 3. Impacto dos Algoritmos na Formação de Grupos. 4. História e Percepção das Comunidades de Bruxaria. 5. Formação de Identidades Digitais. I. Silva , Izabela Domingues da. (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

RAUANY NATÉRCIA FREIRE DE VASCONCELOS

DINÂMICAS DE INTERAÇÃO NO WITCHTOK BRASIL:

Explorando comunidades bruxas no TikTok

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social do Campus Agreste da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, na modalidade de monografia, como requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel/licenciado em Comunicação Social.

Aprovado em: 14/10/2024

BANCA EXAMINADORA

_____

Prof. Dra. Izabela Domingues da Silva (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

_____

Profa. Dr. Rodrigo Miranda Barbosa (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Dr. Diego Gouveia Moreira (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho à minha família, que sempre esteve ao meu lado, me ajudando e incentivando.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a Deus, por me ajudar, dar força e perseverança para concluir este trabalho. Agradeço também aos meus pais, Ramos e Nancy, por seu apoio incondicional e amor constante, que foram fundamentais para o meu sucesso acadêmico.

Sou imensamente grata aos meus irmãos, Raniery e Ramison, e à minha irmã, Ramirys, por todo o apoio e incentivo. Gostaria também de agradecer ao meu namorado, Joshua, pelo apoio emocional e moral. Agradeço, ainda, ao corpo docente do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco, Campus Agreste, pela dedicação, comprometimento e solidariedade ao longo da minha formação.

Por fim, agradeço à minha orientadora, Izabela, por sua orientação durante o desenvolvimento deste trabalho e pela contribuição ao resultado final.

“Inspire, respire fundo, expire”

Taylor Swift

RESUMO

A presente pesquisa visa observar e analisar as interações sociais na *internet*, com foco específico na plataforma TikTok. O estudo investiga como as tribos (Ramalho, 2010) se formam e se desenvolvem no meio digital, e quais os impactos do uso de *algoritmos* (Pariser, 2012) na formação de grupos (Godin, 2013) nas mídias sociais. O grupo de análise escolhido é o *WitchTok*, uma comunidade do TikTok dedicada a conteúdos relacionados à bruxaria (Russell; Alexander, 2019). A escolha dessa comunidade se deve à escassez de estudos nacionais sobre o tema. Utilizamos uma abordagem teórica para entender a história das comunidades de bruxaria e a percepção geral da sociedade sobre elas. A metodologia adotada foi qualitativa e as técnicas de pesquisa bibliográfica e *netnográfica* a partir de Kozinets (2014), pois essa possibilita uma análise participante das interações mediadas por computador, uma vez que a autora esteve imersa na comunidade por um período significativo. Observou-se que grande parte das interações na comunidade *WitchTok* Brasil se caracteriza por uma abordagem didática, com os membros demonstrando um forte interesse em aprender, ensinar e compartilhar conhecimentos sobre bruxaria e misticismo. Além disso, foi observado que as interações via comentários são predominantemente amigáveis e colaborativas.

Palavras-Chave: Redes sociais; Comunidades virtuais; Bruxas; Internet; WitchTok.

ABSTRACT

This research aims to observe and analyze social interactions on the internet, specifically focusing on the TikTok platform. The study investigates how tribes (Ramalho, 2010) form and develop in the digital environment and the impacts of algorithm use (Pariser, 2012) on group formation (Godin, 2013) in social media. The chosen group for analysis is WitchTok, a TikTok community dedicated to content related to witchcraft (Russell; Alexander, 2019). The choice of this community is due to the lack of national studies on the topic. We used a theoretical approach to understand the history of witchcraft communities and the general societal perception of them. The adopted methodology was qualitative, employing bibliographic and netnographic research techniques based on Kozinets (2014), as this allows a participatory analysis of computer-mediated interactions, with the author having been immersed in the community for a significant period. It was observed that a large part of the interactions in the WitchTok Brazil community is characterized by a didactic approach, with members showing a strong interest in learning, teaching, and sharing knowledge about witchcraft and mysticism. Additionally, interactions via comments were predominantly friendly and collaborative.

Keywords: Social networks; Virtual communities; Witches; Internet; WitchTok.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Representação de redes emergentes e associativas 37

Figura 2: Redes associativas a partir das conexões recíprocas 39

Figura 3: Cartaz do filme Hocus Pocus, 1993 46

Figura 4: ‘O sabá em todos os seus detalhes’, de Jacques de Plancy, 1863 47

Figura 5: Queima de Padre Urbain Grandier 49

Figura 6: Frontispício do Malleus Maleficarum, de Heinrich Institoris. 51

Figura 7: As Bruxas 52

Figura 8: Bruxa clássica, filme Branca de Neve (1937) 53

Figura 9: Bruxa Elaine 54

Figura 10: Principais aplicativos baixados mundialmente, março de 2024. 59

Figura 11: Aplicativos mais baixados em dezembro de 2023. 60

Figura 12: Aplicativos em destaque, ranque mundial em julho de 2024. 61

Figura 13: Desempenho Global do TikTok (2015–2024) 61

Figura 14: Recomendações de vídeos no “Witchtok Brasil” 66

Figura 15: Número de publicações com a hashtag witchtokbrasil 68

Figura 16: Número de publicações com a hashtag “witchtokbrasil” e similares 78

Figura 17: Recorte TikTok sob o tema WitchTok Brasil 1 79

Figura 18: Recorte “As bruxas de Salém” 1 80

Figura 19: Recorte “As bruxas de Salém” 1.2 81

Figura 20: Recorte “As bruxas de Salém” 1.3 82

Figura 21: Recorte TikTok sob o tema WitchTok Brasil 2 83

Figura 22: “A bruxaria nacional precisa ser apoiada” 2.1 84

Figura 23: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1 85

Figura 24: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.2 85

Figura 25: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.3 86

Figura 26: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.3 87

Figura 27: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.4 88

Figura 28: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.2.5. 90

Figura 29: TikTok sob o tema de pesquisa “WitchTok Brasil” 3 91
Figura 30: “WitchTok Brasil” 4 92
Figura 31: “WitchTok Brasil” 5 93
Figura 32: “WitchTok Brasil” 6 94
Figura 33: “WitchTok Brasil” 7 95
Figura 34: Recorte “WitchTok Brasil” 8 95
Figura 35: Recorte“Ah, é? Eu também sou da bruxaria, qual sua vertente?” 96
Figura 36: Comentários de “Ah, é? Eu também sou da bruxaria…” 97

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO..... 12

2 REDES SOCIAIS OFF-LINE E ON-LINE.....18

2.1 CAPITAL SOCIAL ONLINE E NOVOS INFLUENCIADORES.....21

2.2 ALGORITMOS.....25

3 COMUNIDADES NA INTERNET..... 31

3.1 DUALIDADE DAS REDES SOCIAIS, EMERGENTES OU ASSOCIATIVAS..... 36

4 COMUNIDADES BRUXAS E SUA HISTÓRIA.....43

4.1 BRUXARIA E OCULTISMO NA INTERNET.....44

5 ENTENDENDO O TIKTOK..... 58

5.1 WITCHTOK BRASIL.....65

6 METODOLOGIA..... 73

6.1 ANÁLISE..... 76

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....99

REFERÊNCIAS..... 103

1 INTRODUÇÃO

Após o fim da Segunda Guerra Mundial e com o início da Guerra Fria, a União Soviética e os Estados Unidos protagonizaram uma intensa competição tecnológica e militar. Em 1957, a União Soviética lançou o *Sputnik 1*, o primeiro satélite artificial, o que levou os EUA a criarem a *Advanced Research Projects Agency* (*ARPA*)[1], em 1958, para impulsionar avanços científicos e tecnológicos (Almeida, 2005).

Em 1969, a *ARPA* desenvolveu a *ARPANET*, a primeira rede de computadores, conectando universidades norte-americanas. Uma das principais utilizações da rede foi o correio eletrônico, hoje popularmente conhecido por *e-mail*. Em 1990, a *ARPANET* foi desativada e substituída pela *NSFNET*, que evoluiu para a *internet*, popularizando-se globalmente (Almeida, 2005).

Como prova do aumento da inclusão da *internet* no cotidiano das pessoas, temos uma pesquisa realizada pelo IBGE, entre 2019 e 2021, que constatou que a proporção de pessoas com 10 anos ou mais que acessaram a *internet* subiu de 79,5% para 84,7%. Em todos os grupos etários, as proporções de utilização cresceram. O grupo de 25 a 29 anos teve o maior percentual de utilização, com 94,5%, e todos os grupos entre 14 e 49 anos superaram 90%. Proporcionalmente, o grupo etário com 60 anos ou mais é o que menos acessa a *internet*, mas teve o maior aumento percentual, de 44,8% para 57,5%, superando 50% pela primeira vez. No grupo de 50 a 59 anos, o percentual subiu de 74,4% para 83,3% (Nery; Britto, 2021).

A ascensão da *internet* e a evolução dos meios de comunicação provocaram mudanças profundas na estrutura social, criando novas formas de interação e organização. Essas redes digitais não apenas ampliaram as possibilidades de comunicação, mas também revelaram padrões de conexões entre grupos sociais, evidenciando a dificuldade de isolar indivíduos e suas interações de maneira independente. Assim, a *internet* se tornou um ambiente dinâmico onde as relações sociais são interdependentes e multifacetadas. A transição da comunicação analógica para a digital, impulsionada pela ascensão da *internet* e das redes sociais digitais, ampliou as possibilidades de participação em grupos e redes coletivas, tornando-as mais fluidas, menos rígidas e de maior amplitude. De acordo com

[1] Tradução própria: Agência de Projetos de Pesquisa Avançada.

Recuero (2009, p. 24), esses rastros possibilitam reconhecer padrões de conexão, facilitando a visualização e a pesquisa das redes sociais.

Para entender o conceito de “rede social”, é útil visualizar a metáfora que o descreve. Em vez de apenas pensar em plataformas como Facebook ou Instagram, considere uma rede de pesca, onde cada nó se conecta a muitos outros. Da mesma forma, uma rede social conecta pessoas, criando uma teia de relacionamentos e interações *online*. Essas redes mostram como as conexões se expandem e se entrelaçam na vida digital, revelando padrões complexos entre os membros. A transição da comunicação tradicional para a digital ampliou as possibilidades de participação em grupos e redes, tornando as conexões mais fluidas e extensas. Conforme Recuero (2009), as interações *online* permitem formar grupos com laços mais fortes baseados em interesses comuns, superando barreiras físicas.

Ramalho (2010) destaca que, ao longo da história, a necessidade de socialização perdura, independentemente da localização geográfica. A *internet*, desde seu advento, utiliza-se da comunicação como uma de suas funcionalidades fundamentais. As plataformas de redes sociais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, tornaram-se ferramentas essenciais nesse contexto, proporcionando às pessoas a capacidade de divulgar ideias coletivamente e influenciar seu entorno (Ramalho, 2010, p.6). Dentro desse cenário, as redes sociais digitais emergiram como elementos-chave na dinâmica social contemporânea. A capacidade de comunicação instantânea, independentemente de distâncias físicas, e a crescente obrigatoriedade de sua utilização para diversos propósitos, como obtenção de emprego e impulsionamento de tarefas cotidianas, evidenciam seu papel transformador na sociedade moderna.

Uma plataforma que se destaca nesse contexto é o TikTok, amplamente utilizado no Brasil desde 2018 e com crescimento exponencial durante a pandemia. O TikTok, fundado por Zhang Yiming, um engenheiro de software chinês nascido em 1983 na província de Fujian, se caracteriza principalmente pelo compartilhamento e produção de conteúdos audiovisuais curtos. Zhang é graduado em Ciências da Computação pela *Nankai University* em Tianjin, e sua experiência inclui a fundação da ByteDance em 2012, a empresa-mãe do TikTok. Essa plataforma é classificada como uma rede social voltada para o entretenimento, permitindo que usuários criem e compartilhem vídeos criativos e envolventes (Insights, s.d.). No entanto, a plataforma também possui características típicas de uma rede social. Utilizando um

algoritmo avançado, o TikTok segmenta conteúdos com base no histórico de interação do usuário, recomendando vídeos para a seção *For You* e personalizando a experiência do internauta.

Pesquisas conduzidas pela Apptopia[2] (entre 2020 e 2021) revelaram um considerável aumento no número de usuários no *TikTok,* o que o tornou o aplicativo de rede social mais baixado globalmente em 2021. O TikTok continua a ser um dos aplicativos mais baixados, ocupando a sexta posição em uma pesquisa realizada pela Studio Visual sobre os aplicativos mais populares. Esse fenômeno não é apenas um dado estatístico. Com o tempo, percebi como o TikTok se tornou um espaço essencial para a conexão e interação entre pessoas, especialmente durante períodos de crise. O crescimento exponencial da plataforma durante a pandemia de COVID-19 evidenciou seu papel em unir comunidades e disseminar conteúdos diversificados em escala global, oferecendo um ponto de encontro virtual para indivíduos em um momento de isolamento físico.

Nesse contexto, surgiu o fenômeno *WitchTok*, um subgrupo dentro do TikTok que se autodenomina como comunidade bruxa. Durante o ano de 2020, no auge da pandemia e da quarentena, observei que minha seção “Para Você” no TikTok, equivalente à seção “*For You*” na versão em inglês, passou a exibir um volume crescente de conteúdos relacionados à magia e à bruxaria. Esse momento de crise, quando o mundo atravessava um período ainda mais caótico com a pandemia em seu pico, revelou uma transformação no tipo de conteúdo que consumimos e buscamos. O *WitchTok* destacou-se como uma rede coletiva *online* que explora temas de bruxaria, magia e espiritualidade, formando uma comunidade virtual singular.

Como consequência dessa observação e do meu crescente interesse sobre as interações *online* nesta comunidade, elaborei a pergunta de pesquisa que norteia este estudo: como ocorrem as dinâmicas de interação e a formação de comunidades bruxas no *WitchTokBrasil* e de que maneira os *algoritmos* do TikTok influenciam essas interações. Assim, o problema de pesquisa deste trabalho é compreender como se dão as dinâmicas de interação e a formação de comunidades bruxas no *WitchTokBrasil*, e de que forma os *algoritmos* do TikTok influenciam essas interações.

---

[2] https://apptopia.com/blog/worldwide-and-us-download-leaders-2021/

O objetivo geral desta pesquisa é analisar como ocorrem as dinâmicas de interação e a formação de comunidades bruxas no *WitchTokBrasil*, e investigar de que maneira os *algoritmos* do TikTok influenciam essas interações. Dessa forma, como objetivos específicos, tivemos em vista entender como os *algoritmos* das redes sociais influenciam a visibilidade e as interações dentro do *WitchTokBrasil*. Além disso, investigaremos as diversas formas de comunicação que ocorrem entre os membros dessa comunidade, analisando como essas interações se manifestam e se desenvolvem. Por fim, examinaremos o papel dos algoritmos na criação e organização das comunidades dentro do *WitchTok Brasil*, explorando como essas ferramentas tecnológicas moldam e impactam a dinâmica social do grupo.

A escolha de focar no *WitchTok* brasileiro surgiu da constatação de uma lacuna nos estudos acadêmicos sobre essa subcultura específica. Ao pesquisar sobre trabalhos acadêmicos relacionados a comunidades bruxas no Brasil, visando compreender a história e as interações dessa comunidade, constatei uma escassez significativa de estudos nacionais sobre o tema. Além disso, o TikTok, por ser uma plataforma relativamente nova e de relevância, mostrou-se um ambiente frutífero para a pesquisa. O interesse por essa comunidade surgiu a partir da minha própria experiência como usuária da plataforma, durante a pandemia comecei a receber vídeos relacionados à bruxaria, descobri uma recorrência na produção de conteúdos mais didáticos nesta comunidade, observei os vídeos e as interações nos comentários me deparando com uma comunidade muito interessante para análise e sem muitos estudos envolvidos.

Como mencionado, este trabalho analisa a comunicação e as relações na comunidade virtual do *WitchTok*. Ao investigar as interações que ocorrem no ambiente digital desta subcultura, recorremos a duas metodologias principais. Inicialmente, utilizamos uma abordagem bibliográfica, fundamentada nas teorias de autores como Raquel Recuero, Zygmunt Bauman, Seth Godin e Alex Primo, para embasar nossa análise.

Outra metodologia utilizada foi a netnográfica, essencial para analisar e identificar padrões de comportamento, interações e práticas culturais que ocorrem em ambientes digitais, sendo, portanto, uma escolha evidente para este estudo qualitativo. A pesquisa envolveu a definição da pergunta de pesquisa, bem como o recorte e a delimitação do tema. Foram captadas imagens da plataforma TikTok ao pesquisar o termo *WitchTokBrasil* na barra de pesquisa, observando os vídeos

recomendados pela plataforma, os conteúdos apresentados e as interações geradas. A ênfase foi dada aos primeiros comentários e aos vídeos com maior número de visualizações, para entender as dinâmicas de interação e a formação de comunidades dentro dessa subcultura digital.

Este trabalho está organizado em sete capítulos. No primeiro capítulo, apresentamos a introdução, onde discutimos a contextualização do tema, o problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, e a justificativa. No primeiro capítulo, apresentamos a introdução, onde discutimos a contextualização do tema, o problema de pesquisa, os objetivos gerais e específicos, e a justificativa.

No segundo capítulo, realizamos uma revisão bibliográfica, fundamentando nosso estudo nas teorias de Raquel Recuero, Zygmunt Bauman, Seth Godin e Alex Primo, entre outros autores relevantes. Discutimos as redes sociais online e offline, com ênfase na teoria de Recuero em *Redes Sociais na Internet*, Ramalho em *Mídias Sociais na Internet e Godin* em *Tribos*, para compreender o comportamento humano em comunidades sociais *online* e *offline* e a influência desses aspectos nas características pessoais dos indivíduos.

O terceiro capítulo foca nas comunidades na *internet*, abordando a dualidade das redes sociais *online* e *offline*, e as redes emergentes ou associativas, conforme discutido por Recuero.

Seguindo para o quarto capítulo, analisamos a importância da plataforma TikTok, suas características, diretrizes e o funcionamento de seus *algoritmos*, utilizando principalmente textos elaborados e disponibilizados pela própria plataforma.

Seguindo para o quinto capítulo, exploramos as comunidades bruxas e sua história, com base no livro *História da Bruxaria* de Alexander e Russell. Este capítulo oferece uma abordagem histórica para compreender melhor a história da comunidade bruxa e seus membros atualmente.

O sexto capítulo detalha a metodologia e a análise dos recortes selecionados. Apresentamos a análise netnográfica e bibliográfica, caminhando juntas para compreender as interações online presentes no *WitchTok* Brasil.

Por fim, no sétimo capítulo, apresentamos as considerações finais, destacando os principais achados da pesquisa e propondo possíveis direções para estudos futuros.

Para fundamentar a análise das comunidades virtuais, é necessário primeiro entender o conceito mais amplo de redes sociais, que existe muito antes da era digital. No próximo capítulo, exploraremos as redes sociais online e offline, estabelecendo a base teórica para compreender como as interações e conexões humanas se manifestam tanto no ambiente físico quanto no digital.

2 REDES SOCIAIS OFF-LINE E ON-LINE

As redes sociais existem desde antes da criação da *internet*, dos computadores ou de outros meios de comunicação em massa. Desde sempre, nós, como seres humanos, temos uma necessidade inata de socialização. Para suprir essa necessidade, a formação de comunidades tem sido uma parte essencial da nossa existência. Esse aspecto é amplamente documentado e estudado, confirmando que a busca por conexão e pertencimento é uma característica fundamental da nossa natureza social. Mesmo antes das tecnologias digitais, sempre procuramos formas de nos unir e interagir com os outros. Conforme Ramalho (2010) observou, as pessoas são seres sociais que têm a necessidade de pertencer a comunidades ou de se comunicar e interagir com outras pessoas. As redes de contato que formamos ao longo da vida acabam sendo exemplos de redes sociais que influenciam na construção de nossas identidades e interesses, além de influenciarem diversos outros aspectos de nossa existência. Uma rede social é uma estrutura composta por atores conectados que possuem diferentes níveis de intensidade nessas conexões, sendo essas redes de natureza pessoal.

Ramalho (2010), em sua obra *Mídias Sociais na Prática*, apresenta exemplos de estratégias e locais utilizados por indivíduos em diferentes períodos para promover a comunicação e a socialização. Entre esses exemplos, destaca-se a utilização de fogueiras, missas de domingo, locais públicos como praças e bares, assim como encontros organizados, como os clubes do livro e jogos de futebol, ou participação em clubes durante os fins de semana. Tais estratégias e ambientes são empregados com o intuito de estimular a interação social, fortalecer laços existentes ou integrar-se a novas redes sociais.

Certamente, podemos afirmar que a necessidade humana de socialização permanece constante ao longo do tempo, adaptando-se às circunstâncias contemporâneas. Como resultado, observamos o surgimento de aplicativos e sites que enfatizam e facilitam a socialização, o que tem contribuído para uma difusão mais ampla de ideias.

A inovação da *internet* e das mídias possibilita um estudo mais profundo das redes sociais. Segundo Recuero (2009), as redes sociais na *internet* possuem elementos característicos que as tornam passíveis de estudo. Com o uso da *internet*, é possível observar rastros deixados por interações *online*, já que a comunicação pode ocorrer de maneira assíncrona, ou seja, em momentos distintos. Esses registros, chamados de rastros, permitem a análise das interações e, consequentemente, viabilizam seu estudo. Essas observações destacam a importância das redes sociais na contemporaneidade e como a tecnologia tem influenciado e ampliado nossas formas de interação e estudo sobre esses fenômenos sociais.

Recuero (2009), em seu livro *Redes Sociais na Internet*, esclarece que o entendimento de uma rede social requer a análise de seus atores e conexões. Os atores são as pessoas envolvidas na rede, cada uma com uma identidade multifacetada. As conexões representam os laços sociais formados através das interações entre esses indivíduos, que podem ser síncronas, ocorrendo em tempo real, ou assíncronas, com intervalos de tempo entre as ações. No ambiente *online*, essas interações têm características específicas, como a possibilidade de comunicação em momentos diferentes, a mediação por dispositivos computacionais, a predominância de comunicação não verbal e a independência em relação à localização física dos atores.

Segundo Godin (2013), fazer parte de uma tribo está relacionado à forma como nos vemos e como gostaríamos de ser. Com o advento da *internet* e das mídias sociais, há uma ampla gama de possíveis novas conexões, independentemente do espaço físico e temporal, voltadas aos tipos de comunidades e conteúdos pelos quais temos interesse. Como seres sociais, sentimos a necessidade de pertencer a algum grupo ou contribuir de alguma forma nesses grupos de pessoas que compartilham dos mesmos ideais e opiniões.

O autor explica que, na contemporaneidade, o espaço geográfico não é essencial para a formação de uma tribo, pois a barreira física foi transposta pela *internet*. Porém, ainda é necessário energia para liderar, organizar e lidar com mudanças constantes, tarefas que seriam ainda mais difíceis sem as ferramentas que a *internet* proporciona. Como consequência, é mais fácil liderar e coordenar uma tribo, pois as mensagens se espalham rapidamente, tornando essas redes mais fortes. A *internet* é uma ferramenta com várias possibilidades, incluindo diversas

ferramentas com objetivos diversos, sendo o objetivo mais comum a comunicação (Godin, 2013). A *internet* facilita a manutenção de uma liderança, mas ela acontece principalmente além dela, como o autor afirma a seguir:

> Mas a *internet* é apenas uma ferramenta, uma maneira fácil de viabilizar algumas táticas. O real poder das tribos não tem nada a ver com a *internet* e tudo a ver com as pessoas. Você não precisa de um teclado de computador para liderar… você precisa apenas querer fazer com que aconteça (Godin, 2013, p.12).

Recuero (2009) classifica as comunidades nas redes sociais em três tipos. O primeiro, denominado *Clustering*, caracteriza-se por grupos de atores que se reúnem em torno de interesses comuns, formando regiões de rede com alta densidade e frequência de conexões mútuas. O segundo tipo compreende comunidades baseadas em sistemas de interesses comuns, que apresentam conexões mais pontuais e frequentes, porém menos intensas. O terceiro tipo, os híbridos, combina características emergentes e associativas, como exemplificado por comunidades de blogues que interagem e atraem numerosos leitores associados ao conteúdo.

Conforme a classificação de Recuero (2009), o *WitchTok* pode ser visto como uma comunidade híbrida. No *WitchTok*, os criadores de conteúdo não apenas produzem material sobre bruxaria e suas práticas, mas também interagem com público de seguidores que compartilham desses interesses. Entretanto, o contato entre os membros geralmente não é pessoal; as pessoas respondem ocasionalmente e raramente interagem com a mesma pessoa mais de uma vez. Em contrapartida, esses membros podem consumir repetidamente o conteúdo de um mesmo produtor, criando uma rede de interações frequentes, ainda que não intensas. Essa combinação de características faz do *WitchTok* um exemplo perfeito do terceiro tipo de comunidade virtual descrito por Recuero, demonstrando sua natureza dinâmica e multifacetada.

Essa dinâmica de comunidades nas redes sociais digitais está intimamente ligada ao conceito de liderança discutido por Godin (2013). Godin distingue a liderança do gerenciamento, associando-a ao ato de mobilizar recursos para alcançar objetivos específicos. Ele afirma que as tribos, ou comunidades, estão se diversificando e expandindo, com mais tribos pequenas e influentes emergindo, algo facilitado pelas ferramentas digitais atuais. Embora os líderes e influenciadores digitais desempenhem um papel crucial na organização e movimentação dessas

redes, eles não têm controle absoluto sobre as reações dos membros, pois a influência é mútua e dinâmica entre todos os participantes, como destaca Godin:

> as tribos existentes estão maiores, mas, ainda mais importante, isso significa que agora existem mais tribos, tribos menores, influentes, horizontais e verticais, além daquelas que nunca teriam existido antes (Godin, 2013, p.11).

A sociedade contemporânea foi influenciada em grande parte pelo modelo de monarquia, em que o líder era equiparado a um rei e a corporação tinha como objetivo mantê-lo no poder. No entanto, o *marketing* impactou essa visão, impulsionando mudanças significativas e alterando o *status quo*. Isso resultou em transformações na forma como as pessoas se relacionam e se comunicam, além de avanços tecnológicos que contribuem para a longevidade das pessoas. Como consequência, as gerações contemporâneas apresentam grandes diferenças em termos de pensamento e reação.

Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017), no livro *Marketing 5.0*, destacam que esta é a primeira vez na história em que cinco gerações coexistem, cada uma com visões de mundo tão distintas que apresentam muitas vezes comportamentos, pensamentos e preferências contrastantes.

2.1 CAPITAL SOCIAL ONLINE E NOVOS INFLUENCIADORES

Ramalho (2010) argumenta que, independentemente do contexto histórico ou geográfico, o desejo humano de interagir é constante. Com a chegada da *internet*, esse desejo se manteve, uma vez que a comunicação é a função primordial da *internet*, facilitada por ferramentas como Facebook, Instagram e WhatsApp. As mídias sociais permitem que indivíduos comuns criem e disseminem ideias coletivamente, influenciando outros sem restrições geográficas. Recuero (2009) complementa que, além de servir como espaço de socialização, as plataformas de redes sociais destacam-se pela competitividade visível, promovendo comparações entre usuários e competição por visibilidade. Esta é frequentemente medida por seguidores e interações, podendo determinar a ascensão de indivíduos como líderes influenciadores ou líderes de tribos (Godin, 2013).

Ramalho (2010) também aborda o fato de os seres humanos serem seres sociais que buscam se agrupar para aumentar as chances de sobrevivência. Ao criar esses laços com base em interesses comuns, também ocorre uma expansão dos laços pessoais e, consequentemente, a procriação. Conforme mencionado pelo autor, após o estabelecimento das relações, os participantes procuram por espaços físicos onde possam compartilhar os interesses comuns que possuem.

As redes sociais possuem seu próprio capital social, que representa o valor que um indivíduo obtém em sua rede. A *internet* potencializa esse efeito de forma rápida e em escala global. Nesse contexto, aplicamos a ideia de influenciadores digitais, os quais são pessoas que criam conteúdo para a *internet* e muitas vezes são consideradas líderes de tribos. Segundo Godin (2013), os líderes de tribos são pessoas que guiam comunidades e incentivam para que novos movimentos aconteçam. Ele também afirma que liderar uma tribo hoje é mais fácil do que antes da *internet*, devido à disponibilidade de ferramentas para facilitar essa tarefa e à disposição das pessoas em encontrar e fazer parte de novos grupos com interesses comuns, sendo o *algoritmo* uma das ferramentas que colaboram para a formação e manutenção de comunidades *online*.

Godin (2013) ressalta que as tribos, compostas por indivíduos com interesses similares, são partidárias, o que significa que para se tornar líder de uma tribo é necessário adotar uma posição em relação a algo. No entanto, para se juntar a uma tribo já estabelecida, não é necessário tomar partido, facilitando assim a entrada de novos membros na comunidade.

Um elemento importante relacionado às redes sociais é o capital social, que, segundo Recuero (2009), foi estudado por diversos autores como característica que pode indicar níveis de conexões. O conceito de capital social, no entanto, é variado, pois não há grande concordância entre os estudiosos. O conceito refere-se a um valor construído com base nas interações entre atores sociais, sendo esse valor formado e definido pelas relações e trocas que ocorrem entre esses indivíduos ou entidades na rede.

Segundo Recuero (2009), Robert D. Putnam argumenta que o capital social se refere à conexão entre indivíduos que possuem normas de reciprocidade e confiança. Recuero (2009, p. 45) afirma que, “Para Putnam, o conceito de capital social está intimamente associado à ideia de virtude cívica, de moralidade e de seu fortalecimento por meio de relações recíprocas”. Com isso, Putnam engloba valores

sociais individuais e coletivos, em que os interesses pessoais do indivíduo refletem em sua esfera coletiva, podendo ter reflexos positivos ou negativos.

Recuero (2009) indica que, conforme a perspectiva de Putnam, ele desenvolve a teoria de que existem três elementos centrais para o capital social: a obrigação moral, as normas e a confiança. O autor argumenta que a confiança surge do consenso e das escolhas nas interações, gerando gradualmente reciprocidade e confiança. Essas escolhas são refletidas nos grupos, que criam valores e um maior apoio. Para Putnam, o consenso é uma base fundamental para sociedades saudáveis. Essa visão é complementada por sua afirmação de que:

> Putnam vê o capital social como elemento fundamental para a constituição e o desenvolvimento das comunidades. Em seu livro, *Bowling Alone*, ele argumenta, justamente, a importância do capital social para o desenvolvimento econômico e comunitário da sociedade. Como consequências sérias, estariam o decréscimo da participação dos indivíduos no social e na vida democrática (Recuero, 2009, p. 46).

Recuero (2009) também discute a perspectiva de Bourdieu que apresenta diferentes tipos de capital: econômico, cultural e social, e complementa adicionando o capital simbólico como um quarto tipo de capital. O capital social de Bourdieu está diretamente relacionado aos interesses individuais, pois esse capital define vantagens e é essencial para a conquista de interesses pessoais.

Segundo Recuero (2009), o capital social pode ser percebido através da mediação simbólica e das interações entre as estruturas sociais. Portanto, o capital social pode ser aumentado por meio de laços sociais, sendo um conjunto de recursos de um determinado grupo que pode ser compartilhado coletivamente ou de forma pessoal, mas sempre fundamentado na reciprocidade. Essa reciprocidade é nitidamente percebida na maioria das mídias sociais da atualidade, por meio das interações entre usuários.

Como mencionado anteriormente, as mídias sociais deixam rastros de interações sociais na *internet*, facilitando a identificação e o estudo do capital social. O capital social pode ser percebido de formas diferentes em diferentes plataformas de redes sociais, dependendo das formas de interação dos sistemas.

> Em comentários de *blogs*, outro exemplo, os laços são mais fortes e constituem-se principalmente em relacionamentos. Talvez porque o blogueiro já tenha seu próprio espaço de visibilidade e a interação aconteça de modo descentralizado, a interação seja mais rica e mais social,

> proporcionando laços mais fortes, relacionais, multiplexos e com mais variedade de capital social acumulado. Quanto mais a parte coletiva do capital social estiver fortalecida, maior a apropriação individual deste capital. Essa apropriação influencia diretamente o capital social encontrado nessas redes (Recuero, 2009; p. 54).

A *internet* caracteriza-se pela sua natureza descentralizada, incentivando a criação de conteúdo acessível a todos. De acordo com Godin (2013), os líderes de tribos podem surgir de diversas formas e em torno dos mais variados temas, alcançando pessoas com interesses diferentes. Com o uso da *interne*t e a ampla gama de ferramentas de comunicação disponíveis, a possibilidade de se tornar um líder de tribo aumentou significativamente, visto que qualquer indivíduo pode agora assumir essa posição. Segundo Godin (2013), o principal obstáculo para que isso ocorra é o medo pessoal, uma vez que, para exercer a liderança, é necessário ser inovador, promover mudanças, enfrentar críticas e assumir responsabilidades.

No contexto atual, os influenciadores digitais são exemplos concretos de líderes de tribos, uma vez que orientam seu público e atraem novos membros para suas comunidades. Nesse cenário, os *algoritmos* desempenham um papel crucial para ampliar o alcance dessas lideranças. Um aspecto relevante para o incentivo à criação de conteúdo na plataforma TikTok, bem como para o surgimento de novos líderes de tribos, é o fato de que a plataforma remunera seus criadores de conteúdo que atendem aos requisitos estabelecidos para pagamento (TikTok, 2021b). As transações são realizadas em dólares e, em setembro de 2024, a taxa de câmbio variava consideravelmente. Contudo, o valor médio do dólar em relação à moeda brasileira era de aproximadamente R$ 5,50 para cada US$ 1 (Investing, 2024).

Segundo Godin (2013), para que um grupo de pessoas se torne uma tribo, é necessário haver um interesse em comum entre seus membros e uma forma eficaz de comunicação. Essa comunicação pode ocorrer de diversas maneiras, incluindo do líder para a tribo, da tribo para o líder, entre os membros da tribo e até mesmo dos membros da tribo para pessoas externas ao grupo. Um aspecto interessante sobre as redes sociais e as tribos é que, graças às conexões tribais, o alcance e o crescimento da tribo ou liderança não têm limites claros. À medida que as organizações crescem e alcançam mais pessoas, essas conexões geram ainda mais conexões. Esse fenômeno é frequentemente descrito pelos internautas como atividade viral ou um círculo virtuoso, no qual o sucesso inicial alimenta mais sucesso. Em outras palavras, quanto melhor você faz, mais você consegue fazer, e

as conexões se multiplicam. Esse processo é fundamental para a propagação de grandes ideias e para o desenvolvimento de comunidades *online*.

As tribos *online* descritas por Godin (2013) são impulsionadas pela personalização *algorítmica* na *internet*. Os *algoritmos*, como discutido por Pariser (2012), personalizam a distribuição de conteúdos com base nos interesses individuais dos usuários. Desde dezembro de 2009, o Google utiliza dados dos usuários para antecipar comportamentos e ajustar resultados de busca, impactando diretamente a disseminação de ideias nas comunidades digitais. Esse processo não só influencia a apresentação de conteúdo aos usuários, mas também amplia o alcance das tribos *online* ao facilitar a disseminação de ideias relevantes.

2.2 ALGORITMOS

Segundo Eli Pariser em seu livro *O Filtro invisível: O que a internet está escondendo de você*, publicado em 2012, o *algoritmo* é uma ferramenta muito usada na *internet* e tem como função a personalização na distribuição de conteúdos a partir dos interesses dos usuários. A personalização de buscas é algo que se tornou real com o decorrer da evolução da *internet*, a personalização está nos mecanismos de buscas, nas plataformas e aplicativos de entretenimento, vendas e redes sociais. Pariser (2012) fala que a data do dia 04 de dezembro do ano de 2009, dia em que uma mensagem foi postada no blogue corporativo do Google, foi o marco com uma das maiores mudanças sobre os mecanismos de buscas, a partir deste dia o Google passaria a usar dados obtidos do usuário para conhecer e prever comportamentos dele, saber quais os seus interesses e padronizar os resultados de suas buscas a partir disso, sendo assim, é apresentado ao cliente conteúdos com maiores possibilidades de cliques para este usuário em específico em determinado momento. Sobre a utilização dos *algoritmos* e sua influência, Eli Pariser, escreve:

> A personalização influencia os vídeos a que assistimos no youtube e numa dúzia de concorrentes menores, além das postagens de *blogs* que acompanhamos. Afeta os *e-mails* que recebemos, os possíveis namoros que encontramos no OkCupid e os restaurantes que o Yelp nos recomenda – ou seja, a personalização pode facilmente afetar não só quem sai para jantar com quem, mas também aonde vão e sobre o que conversam. Os *algoritmos* que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar a nossa vida (Parizer, 2012, p. 11).

Desde dezembro de 2009, nossos rastros *online* não apenas são analisados e estudados, mas também servem como um mapa de nossos interesses e personalidade. Isso permite que os resultados das pesquisas em *sites* de busca sejam personalizados. Esses rastros digitais possibilitam a segmentação de conteúdo direcionado, com base nos interesses individuais de cada usuário. No entanto, essa segmentação pode contribuir para o aumento da intolerância, uma vez que acabamos nos fechando em uma bolha de interesses pessoais, excluindo informações que não correspondem à nossa realidade ou que estão fora de nossa zona de conforto. Além disso, as interações em nossas redes sociais também são moldadas por *algoritmos* que nos apresentam conteúdos e recomendações de amizade baseadas em perfis e interesses semelhantes, reforçando ainda mais esse ciclo de isolamento informacional.

Segundo Pariser (2012), a personalização de conteúdos na *internet* por meio de *algoritmos* tem demonstrado aumentar a adesão dos usuários aos produtos oferecidos, contribuindo para o aumento dos lucros das empresas. Paralelamente, no livro *O Filtro Invisível: O que a Internet Está Escondendo de Você*, Eli Pariser discute como esses *algoritmos* personalizam o conteúdo com base nos interesses prévios dos usuários, criando bolhas de filtro que limitam a exposição a diferentes perspectivas e informações divergentes. Este fenômeno pode ter impactos significativos na formação de opiniões e na polarização social, influenciando a interação das pessoas com o mundo ao seu redor.

No entanto, mesmo com algumas problemáticas, podemos concluir que esse sistema contribui para a união de grupos. Segundo Godin (2013), as mídias sociais na *internet* têm o potencial de unir pessoas com interesses semelhantes, possibilitando a criação de vínculos e novas tribos. Godin (2013), destaca haver uma demanda crescente por novos líderes dentro dessas tribos emergentes. Esses líderes, que ele descreve como influenciadores, são fundamentais não apenas para manter a conexão entre os membros através do gerenciamento e criação de conteúdos relevantes, mas também para alcançar relevância e impacto nas mídias sociais.

Seria muito mais saudável e responsável que a personalização estivesse voltada apenas para a área de vendas e propagandas, porém isso não é o que vem acontecendo na *internet*, agora tudo é personalizado, incluindo *feeds* de notícias. A personalização vem moldando o fluxo de informações consumidas muito além do

Facebook e de *sites* de notícias, a personalização começa a apresentar manchetes de acordo com nossos interesses e desejos pessoais. A personalização acaba impactando o que assistimos, acompanhamos na *internet* e até mesmo nas mídias tradicionais, influência com quem nos comunicamos, impacta nos conteúdos que recebemos, sobre o que nos é ofertado e também influenciam os temas das conversas cotidianas, também influenciam com quem serão as nossas próximas relações pessoais. Segundo Pariser (2012, p. 11), “os *algoritmos* que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar nossa vida”.

Os mecanismos de previsão criam e refinam quem somos, ou sobre o que vamos fazer, desejar e seguir. Concluímos que a partir desses mecanismos são criados universos de informações exclusivos para cada indivíduo, o que Pariser (2012) batizou de “bolha de filtros”. Segundo ele, a bolha de filtros possui três dinâmicas com as quais não havíamos lidado até o momento. Primeiro, estamos sozinhos na bolha. Segundo o autor, mesmo que várias pessoas estejam consumindo um mesmo conteúdo, sabendo haver outros espectadores, ainda assim, estamos separados (Pariser, 2012).

Segundo Pariser (2012), a bolha é invisível. Não sabemos quais são as suposições feitas pelas ferramentas de personalização sobre nós quando consumimos seus resultados, e não podemos afirmar se essas suposições estão corretas ou incorretas.

> Por não escolhermos os critérios que os *sites* usarão para filtrar os diversos assuntos, é fácil intuímos que as informações que nos chegam através de uma bolha de filtros sejam imparciais, objetivas, verdadeiras. Mas não são. Na verdade, quando as vemos de dentro da bolha, é quase impossível conhecer seu grau de parcialidade (Pariser, 2012, p. 12).

Terceiro, não optamos por entrar na bolha, mas passamos por um processo ativo de escolha. A partir dos mecanismos de personalização, aceitamos e consumimos conteúdos conforme o que nos é ofertado. Mesmo sendo um processo democrático no qual fazemos escolhas, estas são feitas a partir de uma seleção alinhada com alguns pré-requisitos, dos quais não fazemos ideia de fazer parte. Essa seleção realizada pelos *algoritmos* torna o caminho mais fácil e perfeito para cada um de nós, de forma confortável, repleto de nossas coisas e ideias preferidas.

Concluímos, portanto, que estamos envolvidos em bolhas de conforto tão imperceptíveis que nos fechamos para outras possibilidades e realidades, o que

acaba por aumentar o grau de intolerância quando nos confrontamos com membros de outras bolhas, comunidades.

No livro *O Filtro Invisível* de Eli Pariser (2012), são apresentados exemplos de plataformas e redes sociais que recorrem à utilização de *algoritmos* para personalizar o conteúdo apresentado aos usuários. Um dos exemplos mais marcantes é o Google, que inicialmente era conhecido principalmente como um mecanismo de busca, mas que ao longo do tempo expandiu suas funcionalidades e se tornou uma central de dados abrangente sobre seus usuários. Através do aplicativo Google e de suas ferramentas, os usuários são incentivados a criar uma conta e fornecer dados, como localização, o que permite ao Google oferecer sugestões de pesquisa personalizadas.

Os dados coletados pelo Google não apenas permitem o monitoramento dos usuários, mas também aumentam o tempo que eles passam na plataforma, acelerando o processo de construção da identidade de cada usuário, identificando seus interesses e oferecendo recomendações de produtos cada vez mais precisas. Os resultados e sugestões de pesquisa são influenciados não apenas pelas pesquisas anteriores do usuário, mas também pelo seu perfil e atividade em outros *sites*, demonstrando como até mesmo os mecanismos de pesquisa podem realizar análises detalhadas dos usuários e fornecer sugestões de acordo com seus interesses individuais.

A coleta e o uso de dados são como uma moeda valiosa. Eles ajudam a adaptar nossas experiências *online*, planejar estratégias e melhorar o que oferecemos aos clientes, além de terem uma grande influência sobre nós. O desejo de ser relevante levou ao surgimento das grandes empresas de *internet* que conhecemos hoje. No entanto, a personalização pode mudar como consumimos conteúdo, tomamos decisões políticas, formamos opiniões e até mesmo como nos relacionamos com os outros, afetando nossa forma de viver e nos ver. É claro que a personalização tem um impacto significativo em nós, em nossa identidade e na sociedade em geral (Pariser, 2012).

Toda ferramenta pode ter efeitos positivos ou negativos, dependendo de como é usada. As consequências, boas ou ruins, são resultados da maneira como usamos as ferramentas disponíveis e do que cogitamos alcançar com elas. Segundo Pariser (2012), não devemos demonizar o *algoritmo*, pois ele tem um enorme potencial positivo. O autor defende uma maior conscientização por parte do público acerca

dos *algoritmos* e afirma também a necessidade de maior responsabilidade das empresas em relação à sua utilização. Ele defende que essas empresas garantam um sistema que promova a diversidade saudável de informações e perspectivas, para que assim não estejamos restritos a um único ponto de vista, evitando diversos conflitos.

O jeito como o TikTok recomenda conteúdo se destacou como um diferencial significativo em relação a outras plataformas de mídia social. Através da minha experiência, observei que, embora não tenha sido a pioneira no uso de *algoritmos* sofisticados, o TikTok certamente popularizou e refinou essa abordagem de uma maneira que teve um impacto significativo no uso e no desenvolvimento de outras plataformas de mídia social. O TikTok oferece duas seleções de conteúdo: “Seguindo” e “Para Você”. A opção “Seguindo” exibe conteúdo produzido pelos perfis seguidos pelo usuário, enquanto a opção “Para Você” é especialmente relevante. Ao abrir o TikTok, o usuário recebe um fluxo de vídeos selecionados com base em seus possíveis interesses. Esse *feed* é alimentado pelas interações do usuário, além de informações contidas nos vídeos, como detalhes nas legendas, sons e *hashtags* (TikTok, 2021f). Adicionalmente, são consideradas as configurações do dispositivo e da conta, incluindo idioma, país e tipo de dispositivo. Quando a plataforma identifica um padrão de interesse, os conteúdos recomendados tendem a seguir esses padrões (TikTok, 2020a).

Segundo Pariser (2012), o filtro dessas tecnologias acaba distorcendo nossa percepção do mundo e da realidade, tornando-se uma posição extremamente poderosa. Como mencionado anteriormente, o que consumimos tem uma grande influência sobre quem nos tornamos. As notícias e informações que recebemos moldam nossa visão de mundo e nos fornecem uma base de experiências e conhecimentos comuns que sustentam nossa democracia. Se não estivermos cientes dos problemas enfrentados pela sociedade, não poderemos agir juntos para resolvê-los. Afinal, como podemos resolver um problema se ninguém sabe ou considera que ele existe?

A *internet* trouxe mudanças radicais nas estruturas sociais, incluindo a maneira como as notícias são produzidas, disseminadas e consumidas. Por um lado, houve um aumento na produção de notícias e uma redução nos custos de produção e disseminação. Por outro lado, qualquer pessoa pode produzir uma notícia, o que levanta questões sobre a confiabilidade e a veracidade das informações disponíveis.

Essas transformações na produção e consumo de informações não apenas alteraram a dinâmica do conhecimento, mas também impactaram profundamente a formação de comunidades e como nos conectamos entre nós. Para entender melhor essas mudanças, é fundamental explorar o conceito de comunidades sociais, que , como já mencionado, evoluíram significativamente com o advento da *internet*.

3 COMUNIDADES NA INTERNET

Antigamente a localização geográfica era algo muito importante para uma tribo ser formada, mas essa restrição acabou sendo transposta pelos meios de comunicação, principalmente depois da criação da *internet* (RockContent, 2020). Seres humanos são seres sociais, sentimos que precisamos pertencer e contribuir em algo, procuramos por pessoas que compartilham o mesmo interesse e opiniões, quando isso acontece tentamos beneficiar nosso grupo de alguma forma e fazer parte dele cada vez mais, é assim que tribos são iniciadas (Godin, 2013).

Os autores Mussoi, Flores e Behar em seu artigo, “Comunidades virtuais: Um novo espaço de aprendizagem” (2007), também falam sobre como nós, seres humanos, desde o início da espécie, tendemos a procurar formas de sobrevivência que garantam a perpetuação da espécie, estabelecendo relações com outros e formando grupos e civilizações, então a *internet* trouxe a possibilidade de criar espaços que transcendem as limitações físicas e geográficas, caracterizados pela virtualidade.

Segundo Lévy (Lisboa; Coutinho, 2011, *apud* Lévy, 1998, p. 3), o *ciberespaço* representa um novo meio de comunicação onde todos podem contribuir para o crescimento através da produção e divulgação de informação e saber. Isso realmente se concretizou, pois os contextos de colaboração nas comunidades virtuais têm como base a interconexão e a inteligência coletiva. Lévy também argumenta que o *ciberespaço* possibilita que produtores de conhecimento e a interação nas comunidades girem em torno de uma mesma temática (Lisboa; Coutinho, 2011, *apud* Lévy, 2003, p. 4). Concluímos que, as comunidades virtuais podem ser entendidas como a reunião de indivíduos com interesses comuns, proporcionando um espaço para diversas expressões artísticas e culturais. Elas promovem a aproximação entre seus membros, unindo-os por meio de uma ampla gama de interesses compartilhados (Lisboa, Coutinho, 2011).

Howard Rheingold foi o pioneiro na difusão do termo “comunidades virtuais” em sua obra *Virtual Communities* de 1993. Ele percebeu a necessidade de uma nova definição de comunidade, pois, segundo ele, a comunicação mediada por computador dava origem a uma nova forma de comunidade (Mussoi, Flores, Behar,

2007). Para Rheingold, as comunidades virtuais são agregações de relacionamentos sociais que surgem da necessidade das pessoas de conversar sobre temas específicos, compartilhar conhecimentos e interesses, ou manifestar solidariedade a uma causa por um período suficientemente longo, através de interações constantes no *ciberespaço* (Mussoi, Flores, Behar, 2007).

Godin (2013) destaca que as pessoas, têm a tendência de entrar em contato mais facilmente e de forma mais constante com indivíduos que compartilhamos pensamentos e impulsos, isso facilita a criação de novas tribos *online* de forma mais rápida e constante. Ele discute o impacto das mídias digitais na formação de tribos:

> Isso significa que as tribos existentes estão maiores, mas, ainda mais importante, isso significa que agora existem mais tribos, tribos menores, influentes, horizontais e verticais, além daquelas que nunca teriam existido antes (Godin, 2013, p.11).

Assim, concluímos que as plataformas digitais ampliaram o alcance das tribos já existentes e possibilitaram o surgimento de novas tribos que dificilmente teriam surgido antes da digitalização. Essas novas tribos podem ser influentes em diferentes níveis, adaptando-se a interesses específicos e promovendo um senso de comunidade. Segundo Godin (2013), é mais fácil guiar e coordenar uma tribo, tornando-se um líder ou influenciador e ganhando visibilidade. Godin (2013), também afirma que as tribos estão ligadas à fé em uma ideia comum e na comunidade, e que para continuarem existindo, deve haver respeito entre os membros e os líderes. No entanto, com a alta demanda de novas tribos, há uma escassez de lideranças.

Segundo Recuero (2009), o termo “laço social” refere-se às relações que estabelecemos com outras pessoas. Neste trabalho, proponho considerarmos que esses laços também podem ser formados via tecnologias eletrônicas de comunicação, como a *internet*. Neste trabalho, quando mencionamos “tecnologias mediadas por computador”, estamos nos referindo a ferramentas como redes sociais, aplicativos de mensagens e outras plataformas *online*. Além disso, entendemos o diálogo *online* como uma interação social mútua, ou seja, como uma conversa entre duas ou mais pessoas que ocorre através da *internet*.

Existem dois tipos de laços construídos *online*: os laços associativos e os laços dialógicos. Os laços associativos são formados por interações reativas, ou seja, quando uma pessoa realiza uma ação que estabelece um vínculo com outra

pessoa. Um exemplo disso é quando alguém decide adicionar um amigo no Facebook ou seguir alguém no Instagram. Nesses casos, a interação parte de uma das partes e o laço é estabelecido unilateralmente (Recuero, 2020).

Segundo Recuero (2009), os usuários da *internet*, ou atores sociais, constroem representações no *ciberespaço* que são extensões de seus ambientes sociais *offline*. Esse processo é mediado pelas impressões que os indivíduos constroem uns dos outros, como também discutido por Donath (2000 *apud* Recuero, 2009). Essas impressões, reforçadas pela interação contínua, ajudam a moldar novas dinâmicas de sociabilidade no ambiente digital. Recuero, com base em Ribeiro (2005), também afirma que essas representações só ganham significado a partir das interações no *ciberespaço*, revelando a natureza dialógica das relações *online*.

No contexto atual, Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) destacam que a juventude tem um papel crucial na formação de novas comunidades digitais, como observado no "*WitchTok*" no TikTok. Essas subculturas permitem que adolescentes, muitas vezes fora da cultura dominante, utilizem o espaço digital para expressar suas identidades e compartilhar interesses comuns. Esses ambientes, marcados por uma comunicação horizontal e democrática, não apenas moldam as tendências culturais, mas também exercem uma influência crescente no mercado e na sociedade. Nesse cenário, a *internet* vai além de uma ferramenta de comunicação, tornando-se um espaço de inovação social e construção de pertencimento.

Além disso, Recuero (2009) explora os "laços dialógicos", que se formam a partir de trocas ativas entre indivíduos em plataformas digitais como WhatsApp, Telegram e TikTok. Essas interações contribuem para a criação de laços sociais de diferentes intensidades, que reforçam as representações dos atores no ambiente virtual. Independentemente da plataforma, esses laços sociais são fundamentais para a construção de novas comunidades digitais, refletindo o papel da *internet* na reorganização das interações sociais e na expansão do conceito de comunidade *online*.

De acordo com Recuero (2009), é crucial entender o processo de disseminação de informações na *internet* para analisar como os grupos *online* se organizam, como essas estruturas evoluem e como funcionam. Muitas informações na *internet* são espalhadas viralmente, e os laços fracos têm um papel significativo

nesse processo. Esses laços são fundamentais para manter a conectividade da rede e possibilitar que o fluxo de informações alcance diferentes partes da rede.

Recuero também aponta que o capital social dos indivíduos deve ser considerado ao estudar a disseminação de informações. A percepção de valor das atividades e o *feedback* estão ligados ao capital social, que, por sua vez, é essencial para estabelecer e manter influência e poder. Os indivíduos estão cientes das impressões que desejam projetar e dos valores que podem criar. Portanto, as informações que escolhemos compartilhar podem ser diretamente moldadas pela percepção de valor que essas informações possam gerar.

No contexto do TikTok, os laços associativos podem ser observados mediante várias dinâmicas de pertencimento e interação entre os usuários. Por exemplo, um usuário pode seguir um perfil de uma marca ou um criador de conteúdo sem necessariamente interagir com as postagens, ou participar ativamente das discussões nos comentários. Esse tipo de relacionamento caracteriza um laço associativo, onde a conexão é estabelecida de forma formal e superficial, sem exigir um envolvimento constante ou emocional com o conteúdo. Outro exemplo é quando alguém se torna membro de um desafio viral ou de uma *hashtag* popular no TikTok; a pessoa participa de um fenômeno cultural sem precisar interagir diretamente com todos os outros participantes. Além disso, o TikTok permite que os usuários se tornem “seguidores” de uma conta, representando um tipo de pertencimento a uma comunidade digital sem a necessidade de contribuições regulares ou de um contato pessoal. Esses laços associativos diferenciam-se dos laços relacionais, que envolvem interações mais profundas e contínuas, como conversar regularmente com amigos ou colaborar em projetos criativos. Assim, o TikTok oferece uma plataforma onde os laços associativos podem ser facilmente estabelecidos e observados por meio de ações simples como seguir, curtir ou participar de tendências, exemplificando como esses vínculos formam uma rede social mais ampla e formal, mas muitas vezes com pouca interação real entre os usuários (Recuero, 2005; Granovetter, 1973).

Os pertencimentos associativo e relacional não são mutuamente exclusivos e podem coexistir no mesmo grupo. Um exemplo disso é o *WitchTok*, uma comunidade no TikTok que trata de temas relacionados à bruxaria. No TikTok, os membros podem interagir mediante diversas formas, como seguir, comentar, compartilhar e conversar em *chats* individuais. A partir dos vídeos compartilhados, é

comum ocorrerem diálogos entre os membros, o que levou à formação da comunidade *WitchTok*. O TikTok facilita a busca por temas específicos, direcionando o público para assuntos de seu interesse, contribuindo para o fortalecimento dessas comunidades *online*.

Considerando as descrições de comunidades apresentadas neste trabalho, diversos estudiosos e pesquisadores descrevem elementos essenciais para um grupo ser considerado uma comunidade virtual. Recuero (2001) destaca que a constituição de uma comunidade virtual requer a existência de discussões públicas e encontros recorrentes entre os membros, ou a manutenção de contato através da *internet*. A autora aponta que o tempo e o sentimento de pertencimento são fatores determinantes para definir uma comunidade virtual.

De acordo com Palácios (Lisboa; Coutinho, 2011, *apud* Palácios, 1996, p. 5), para existir uma comunidade virtual, alguns critérios são necessários. Segundo ele, é imprescindível haver um sentimento de pertencimento, tempo de permanência na comunidade, formação de laços, caráter corporativo, territorialidade, que, no caso das comunidades virtuais, corresponde a um espaço no *ciberespaço*, além de formas de comunicação e um propósito em comum.

Com base nessas características citadas por esses autores, o *WitchTok* realmente se enquadra na definição de comunidade virtual. No entanto, é importante ressaltar que nem todas as pessoas que estão representadas em números na nossa análise, podem ser consideradas membros efetivos dessa comunidade. Os números de visualizações e comentários não refletem necessariamente o número real de membros. Além disso, não há uma forma segura de garantir a veracidade desses dados atualmente, o que impede uma estimativa precisa do número de membros da comunidade. Pesquisar perfil por perfil também não é uma opção viável. Mesmo assim, com essas imprecisões, o *WitchTokBrasil* se alinha às características de comunidades virtuais citadas anteriormente.

Essa análise nos leva a um ponto crucial: a importância do papel do líder na prosperidade dessas comunidades. Segundo Godin (2013, p. 27), um grande líder não deve focar exclusivamente em ganhos pessoais ou econômicos; ele também deve dedicar suas energias para que sua tribo prospere. Godin exemplifica isso com uma experiência pessoal, onde um boletim informativo que ele criou para sua equipe acabou se tornando um poderoso incentivo para seus colegas e gerou um forte senso de comunidade. Ele demonstra que, ao criar um espaço para o engajamento

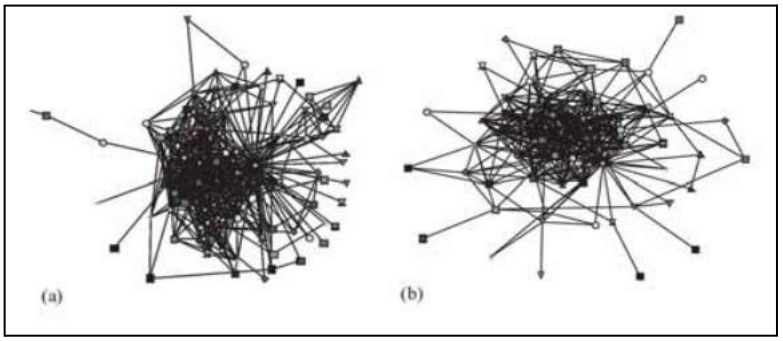
e a contribuição ativa dos membros, é possível fomentar um senso de pertencimento e motivação que leva a uma liderança efetiva e inspiradora. Um exemplo contemporâneo desse conceito pode ser observado no TikTok, onde líderes digitais criam tribos ao engajar seguidores com conteúdo autêntico e inspirador, incentivando a participação ativa e a construção de uma comunidade em torno de uma visão ou tema específico (Godin, 2013, p. 27).

3.1 DUALIDADE DAS REDES SOCIAIS, EMERGENTES OU ASSOCIATIVAS

As redes sociais na *internet* podem ser caracterizadas em dois tipos: as redes emergentes e as de filiação ou redes de associação. As redes do tipo emergente são as expressas pelas interações entre os atores sociais através do computador descentralizados, as redes emergentes, tem como característica a construção de grupos a partir de interações dialógicas, que ao passar do tempo podem se transformar em laços mais fortes. Neste tipo de rede há um maior trabalho dos atores, por dever ser construída e reconstruída constantemente, por comentários e interações, a qual são as trocas sociais (Recuero, 2009, p. 94).

Segundo Recuero (2009), as redes sociais emergentes na *internet* costumam ser menores devido à demanda por maior tempo e interação ativa por parte dos atores. Essas redes são concentradas em poucos nós, sendo mantidas pelo interesse dos participantes em manter ou formar amizades, estimular a confiança e a reciprocidade, e oferecer suporte social, possibilitando a criação e manutenção de laços mais fortes entre os atores (Recuero, 2009, p. 94). Analisar as trocas sociais nas redes emergentes é relativamente mais fácil, pois essas trocas são mais visíveis através dos rastros deixados no *ciberespaço*. Este tipo de rede é caracterizado por uma maior concentração de interações recíprocas entre os atores, mediadas por computador, e a interação entre os nós é mais intensa e frequente, refletindo a construção de vínculos sociais mais profundos e sustentados ao longo do tempo (Recuero, 2009, p. 94).

Figura 1: Representação de redes emergentes e associativas



Fonte: Livro *Redes Sociais na Internet* (2009)

Aqui observamos uma abundância de nós e tríades, representando a importância da sociabilidade, como o foco dessas redes é justamente a construção e manutenção de laços, então há uma limitação na quantidade de atores com quem alguém pode interagir, portanto, essas redes são mais condensadas, tendem a ser menores e a ter mais interações entre atores.

Outro tipo de rede identificado por Recuero (2009) é a Rede de Filiação, ou, Redes Associativas. Estas redes são compostas por um conjunto de atores e eventos aos quais um determinado ator pertence, e sua análise envolve duas variáveis principais: os atores e seus grupos. Ao contrário das redes emergentes, que se baseiam no trabalho contínuo para criar ou manter seus laços sociais através da interação, as redes de filiação são caracterizadas pela relação de pertencimento a um grupo, neste tipo de rede não há a necessidade de manter uma interação direta e constante entre seus membros. As redes de filiação podem ser identificadas através de suas relações de grupo, o foco aqui está muito mais relacionado a necessidade de fazer parte de um grupo do que desenvolver ou manter laços mais próximos e contínuos (Recuero, 2009, p. 97). A característica central das redes associativas é a formalização das conexões por meio do pertencimento, o que permite analisar as relações sociais de uma maneira mais estrutural e menos interativa (Recuero, 2009, p. 98).

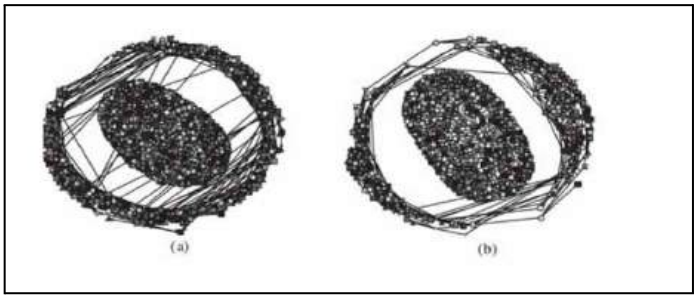
Redes de filiação são estruturas que surgem da interconexão entre usuários, estabelecida por meio dos mecanismos disponibilizados em plataformas *online*, como redes sociais. Essas conexões podem representar diversos tipos de relações,

tais como amizades, interesses compartilhados e interações profissionais, e caracterizadas pela sua estabilidade e natureza estática. Ao contrário das redes emergentes, as redes de filiação não requerem manutenção constante, pois não pressupõem interações sociais recíprocas. Em vez disso, são baseadas em interações reativas, onde a simples adição de novos atores sociais é suficiente para manter o laço social. Uma vez que um indivíduo é adicionado à rede de filiação, ele tende a permanecer nela independentemente da frequência ou intensidade das interações. Essas redes são estabelecidas e mantidas principalmente através da *internet* e não são afetadas pela quantidade ou qualidade das interações entre os seus membros. Apesar disso, as redes de filiação podem agregar valor a uma rede social mais ampla e contribuir para a geração de capital social (Recuero, 2009).

Segundo Recuero (2009), as redes de filiação também podem representar laços já estabelecidos por seus atores em outros espaços, espaços esses que não são necessariamente da *internet*. Essas redes podem ser muito maiores do que as redes sociais *offline* de seus atores, isso pode acontecer justamente porque manter os laços estabelecidos não apresenta nenhum custo para os envolvidos, por não demandar trabalho ou tempo, as conexões então se mantém até que os atores as desfaçam.

Donath e Boyd (2004), em seu artigo “Public Displays of Connection” publicado pela *BT Technology Journal,* abordam a representação da vida social no meio digital por meio das redes sociais e analisam como essas exibições públicas afetam as interações entre os usuários e a percepção que os outros têm sobre eles. A pesquisa conclui que as exibições públicas *online* podem influenciar a percepção das pessoas sobre um relacionamento ou sobre o próprio usuário, ou seja, essas exibições podem criar uma imagem de *status* e importância social. O estudo também destaca a relevância das práticas públicas de exibição para a construção da identidade *online* e o desenvolvimento interpessoal. Além disso, Donath e Boyd discutem que, embora as redes sociais facilitem a criação de grandes redes de filiação, essas redes tendem a ser compostas predominantemente por laços fracos. A seguir, apresento um grafo que exemplifica uma rede de filiação. Observa-se que, embora haja um excesso de nós, as conexões entre eles não são recorrentes entre os atores.

Figura 2: Redes associativas a partir das conexões recíprocas



Fonte: Livro *Redes Sociais na Internet* (2009)

No grafo em questão, foram consideradas apenas as conexões recíprocas. Mesmo assim, observa-se uma quantidade significativamente maior de nós envolvidos nas redes associativas em comparação com as emergenciais. Adicionalmente, nas redes de filiação, as estruturas são compostas por outras redes menores que não se relacionam diretamente entre si, sugerindo que nem todas as redes presentes pertencem necessariamente a um mesmo grupo (Recuero, 2009).

Recuero (2009) constata que o tamanho dessas redes costuma ser grande, o que se deve, em parte, ao fato de que a mediação por computador proporciona uma maior possibilidade de manutenção dos laços. Embora se tenha afirmado que uma característica comum das redes de filiação seja a manutenção de laços fracos, nada impede que uma rede de filiação represente laços fortes e contenha diferentes tipos de capital social. As diferenças na topologia entre redes emergentes e redes de filiação estão mais associadas ao tamanho das redes do que ao tipo específico de grupo social que elas representam. Em outras palavras, o que distingue essas redes em termos de estrutura e organização é principalmente a escala da rede, e não o tipo de grupo social envolvido. Para explicar a estrutura das redes, Recuero (2009) afirma:

> Redes emergentes serão menores, mais distribuídas e menos centralizadas, mais semelhantes a redes igualitárias e com um forte componente de mundo pequeno. Redes de filiação tenderão a ser maiores, menos distribuídas e mais centralizadas, mais parecidas com o modelo sem escala, com conexão preferencial e conectores (Recuero, 2009, p. 100).

Segundo a fala de Recuero (2009) fortalecendo a ideia de que as redes de filiação tendem a ser mais estáveis, exigindo menos esforço para sua manutenção.

Elas também têm uma tendência a crescer, agregando mais atores ao longo do tempo. Por outro lado, as redes emergentes apresentam uma dinâmica mais fluida, com adição e quebra frequente.

Os *sites* de redes sociais são plataformas *online* que facilitam a expressão das redes sociais. Esses *sites* possuem características distintivas, incluindo a construção de uma *persona* através do perfil do usuário, interações entre os participantes por meio de comentários ou mensagens, e a exposição pública das redes sociais dos usuários. A principal diferença entre os *sites* de redes sociais e outras formas de comunicação mediada por computador está na visibilidade e articulação das redes, incluindo a manutenção de laços estabelecidos além do ambiente *online*, ou seja, no mundo *offline* (Recuero, 2009).

O TikTok, uma plataforma popular de mídia social, oferece diferentes seções para explorar e interagir com o conteúdo. A página “Descobrir” é dedicada à exploração de tendências e conteúdos populares, apresentando vídeos, *hashtags* e criadores em alta (TikTok, 2021c). A “Aba Amigos” permite aos usuários visualizar atualizações de amigos e receber sugestões de novas contas com base nas interações da rede (TikTok, 2021a). O *feed* “Para Você” é uma seção personalizada que recomenda vídeos com base no histórico de visualização e interações dos usuários, ajustando-se continuamente para exibir conteúdo relevante (TikTok, 2021c). Essas funcionalidades ajudam a enriquecer a experiência do usuário e a promover o engajamento na plataforma.

Raquel Recuero (2009) explora em sua obra *Redes Sociais na Internet* as maneiras pelas quais os usuários podem utilizar redes sociais, bem como os interesses que os motivam. Segundo a autora, as formas mais comuns de utilização das redes sociais incluem a comunicação e interação, o compartilhamento de conteúdo, a participação em comunidades e grupos, a promoção de marcas e produtos, a busca de informação e aprendizado, o entretenimento e lazer, e a mobilização social e ativismo. A autora explica que essas atividades não são mutuamente exclusivas; um usuário pode se engajar em múltiplas práticas e participar de várias plataformas ao mesmo tempo. Além disso, cada rede social pode ter propósitos diferentes e atender a necessidades variadas de seus usuários, refletindo uma diversidade de intenções e motivações (Recuero, 2009).

De acordo com Recuero (2009), os *sites* de redes sociais são espaços onde diversos valores interagem e moldam as relações digitais. Entre esses valores, a

visibilidade é o primeiro a ser destacado, por aumentar a exposição dos atores na rede social e torna suas atividades mais notórias para os demais usuários. A reputação é outro valor essencial, funcionando como um fator determinante para a confiança e a seleção de pessoas em quem o público pode confiar, e esse processo vai além da esfera *cibernética* para influenciar a percepção pública em diversos contextos (Recuero, 2009). A popularidade também desempenha um papel significativo; segundo a autora, a popularidade é um valor relativo que se baseia na posição do ator na rede, sendo medida pelo número de interações e visualizações que um ator recebe, refletindo sua influência e alcance (Recuero, 2009). Por fim, a autoridade, um valor que reflete o poder de influência de um ator na rede, está interligada à reputação, mas também abrange a capacidade de impactar e promover mudanças na rede social (Recuero, 2009).

Essas descobertas revelam interesses que vão além da simples manutenção ou fortalecimento de laços sociais. Em muitos casos, os influenciadores e líderes de tribos digitais utilizam diferentes *sites* de redes sociais para objetivos variados, que incluem não apenas o compartilhamento de experiências pessoais, mas também a construção de valores distintos e estratégias de influência. Por exemplo, um influenciador pode usar uma plataforma para aumentar sua visibilidade e popularidade, enquanto outra pode ser direcionada para estabelecer autoridade e construir uma reputação sólida em um nicho específico (Recuero, 2009). Essa segmentação de objetivos ilustra como os usuários das redes sociais, em particular os influenciadores, exploram essas plataformas para alcançar metas diversificadas e moldar suas presenças digitais de maneira estratégica.

Esses valores e suas aplicações práticas demonstram como os *sites* de redes sociais não são apenas ferramentas de conexão, mas também arenas complexas onde se manifestam interesses e estratégias variadas, refletindo a interação dinâmica entre visibilidade, reputação, popularidade e autoridade na formação de redes sociais e influências digitais (Recuero, 2009).

Além dessas dinâmicas, um fenômeno que merece destaque é a crescente visibilidade da bruxaria nas redes sociais. A feitiçaria, que segundo Jeffrey B. Russell e Brooks Alexander (2019), está presente em praticamente todas as sociedades e épocas, encontra nas plataformas digitais um espaço fértil para seu renascimento e disseminação. Influenciadores e adeptos dessa prática utilizam as redes não apenas para compartilhar conhecimentos e experiências, mas também para criar

comunidades, estabelecer autoridades e consolidar valores específicos (Recuero, 2009). Com isso, a bruxaria se reinventa, mantendo seu vínculo com as antigas tradições ao mesmo tempo, em que se adapta às novas tecnologias e à cultura digital contemporânea.

4 COMUNIDADES BRUXAS E SUA HISTÓRIA

Segundo Jeffrey B. Russel e Brooks Alexander (2019), as comunidades bruxas, ao longo da história, têm encontrado maneiras de se adaptar e sobreviver em diversas sociedades e épocas. Na era digital, essa adaptação se manifesta de maneira ainda mais evidente, especialmente nas redes sociais. O TikTok, em particular, tornou-se um espaço fértil para o renascimento e disseminação da feitiçaria. Influenciadores e praticantes utilizam essa plataforma não apenas para compartilhar conhecimentos e experiências, mas também para criar comunidades, estabelecer autoridades e consolidar valores específicos (Recuero, 2009). Nesse contexto, a bruxaria se reinventa, mantendo seu vínculo com antigas tradições enquanto se adapta às novas tecnologias e à cultura digital contemporânea. Este estudo visa explorar como essas interações ocorrem no TikTok.

As práticas relacionadas à bruxaria e feitiçaria sempre foram muito perseguidas e possuem uma longa história de preconceito em relação a essas atividades e seus praticantes (Russell; Alexander, 2019). Segundo um artigo publicado pelo Correio Braziliense (2022), o Brasil é um país onde uma parte considerável da população acredita realmente que bruxaria e feitiçaria podem existir. Parte dos créditos se deve às religiões de matrizes africanas que vieram para o país durante a colonização, embora definitivamente não seja a única razão. O artigo ressalta que, quanto mais desenvolvido é um país, menos tende a acreditar em bruxaria, feitiçaria e superstição, como também afirma Lindstrom (2008) em seu livro *A lógica do consumo*.

Segundo Russell e Alexander (2019), é por meio da feitiçaria que o feiticeiro tenta influenciar, a partir da junção de seu conhecimento e ferramentas, essas ligações a fim de obter resultados práticos que almeja. Reforçando esta ideia, Jeffrey B. Russell e Brooks Alexander (2019, p. 28) afirmam que “a feitiçaria mais simples consiste no desempenho mecânico de uma ação física a fim de produzir outra”. Além disso, eles destacam que:

> A feitiçaria mais complexa vai além dos meios mecânicos e invoca a ajuda de espíritos. Se fosse causado algum dano a um membro da tribo lugbara em Uganda, ele iria ao santuário de seus ancestrais mortos e solicitar-lhes-ia ajuda; os espíritos sairiam e puniriam o culpado. A distinção

> entre essa feitiçaria invocatória e a religião é, por vezes, imprecisa, mas, em suas linhas gerais, o feiticeiro tenta mais compelir os poderes, em vez de implorar-lhes (Russell; Alexander, 2019, p.28).

Parte das origens de crenças negativas relacionadas à bruxaria foram fruto do pensamento cristão sobre sociedade e religiões pagãs. O cristianismo não tomou conta da Europa de uma hora para outra, este foi um caminho gradual, foram necessários séculos desde o nascimento de Cristo para o Império Romano ser convertido, e mais tempo ainda para que esse feitio fosse feito para além das fronteiras, no século VII na Inglaterra, IX na Alemanha e até mesmo no XII na Escandinávia. Durante o processo de expansão, o cristianismo transforma gradualmente a feitiçaria, associando símbolos e práticas de religiões pagãs a demônios (Russell; Alexander, 2019). Os autores complementam no livro *História da bruxaria*:

> Graças a essa tática, todos os pagãos, assim como os feiticeiros, podiam ser vistos como parte do monstruoso plano de Satã para frustrar a salvação do mundo. Era essa a postura adotada pela maioria dos teólogos e concílios da Igreja. Entretanto, ao mesmo tempo, a religião popular tratava frequentemente as divindades pagãs de maneira muito diferente, transferindo as características dos deuses para as personalidades dos santos (Russell, Alexander, 2019, p. 56).

Neste trecho concluímos que os teóricos cristãos adotaram uma abordagem diferente e, por vezes, controversa em relação às tradições pagãs. Porque além de reprimir práticas e crenças pagãs, o cristianismo incorporou algumas dessas tradições em sua própria doutrina e manteve muitas delas (Russell; Alexander, 2019). De acordo com Jeffrey B. Russell e Brooks Alexander (2019, p. 57), o termo “pagão” inicialmente denota algo rústico sendo utilizado pejorativamente pelos cristãos, que o aplicavam indiscriminadamente a todas as religiões monoteístas ou politeístas com as quais se depararam. Essa prática ilustra como o cristianismo, ao expandir sua influência, não apenas combateu mas também assimilou aspectos das tradições que buscava eliminar.

4.1 BRUXARIA E OCULTISMO NA INTERNET

Para contextualizar a definição de bruxaria e o conceito de bruxa, é pertinente questionar: o que exatamente seria a bruxaria? Seria uma realidade ou uma mera

construção cultural? A resposta para essas perguntas é afirmativa, conforme atestado por Russell e Alexander (2019). Em seu livro *História da Bruxaria*, os autores relatam que, ao investigarem o tema, conversaram com indivíduos que se autodenominam bruxos e bruxas, observando que nenhum deles corresponde ao estereótipo tradicionalmente associado à figura da bruxa. Dessa forma, a questão permanece: o que caracteriza um bruxo? Russell e Alexander (2019) concluem que habilidades psíquicas e habilidades de cura não configuram um bruxo; em vez disso, o que caracteriza um bruxo é a manipulação de forças sobrenaturais a partir de um conjunto de conhecimentos e ferramentas, para alcançar um propósito específico. Além disso, a prática de feitiçaria envolve uma série de rituais e práticas com o intuito de exercer controle sobre forças externas. O contexto cultural e histórico também desempenha um papel crucial, uma vez que a definição de bruxo e a percepção das práticas de feitiçaria variam conforme a cultura e o período histórico em que estão inseridos (Russell; Alexander, 2019).

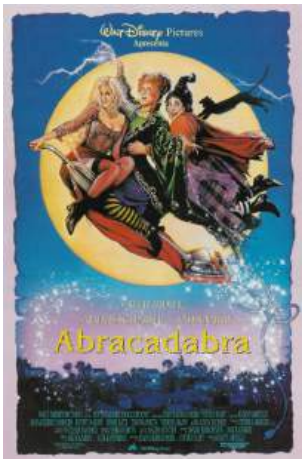
> É mais uma afirmação cujo conteúdo é, no máximo, uma meia-verdade. A maioria das perseguições às bruxas foi realizada localmente e dirigida também por autoridades civis (além das eclesiásticas) e que se encontravam, usualmente, nos escalões médios. Gradualmente, a partir do século XVI, à medida que as Inquisições (nunca houve uma única Inquisição, unificada) foram se formalizando, também se traçaram regras estritas de procedimento e de aceitação de evidências para comprovação das acusações de bruxaria, o que, por outro lado, levou, frequentemente, à revogação das condenações locais e à libertação de acusados. O caso é semelhante do lado secular. Quanto mais o procedimento legal secular ia se tornando formal e centralizado (tal como no caso do Parlamento de Paris, a corte suprema da França setentrional), mais acusados eram absolvidos. Em grande extensão, a caça às bruxas adquiriu características locais, em vez de ser imposta por elites religiosas ou seculares (Russell; Alexander, 2019, p. 17).

Russell e Alexander (2019) explicam o que seria a bruxaria no livro *História da Bruxaria*, segundo eles vêm das raízes da própria semântica e no desenvolvimento dos termos ligados a essa definição. A palavra *witch*, que traduzindo para o português significa bruxa, deriva da palavra *wicca* e de *wicce*, bruxo e bruxa respectivamente, ambos pertencentes ao inglês antigo. Esses dois substantivos derivam do verbo *wiccian*, que significa jogar um feitiço ou lançar um encantamento. No livro eles também afirmam que ao contrário do que muitos bruxos modernos acreditam a palavra não tem origem celta e também não possui a menor relação

com o verbo *witan*, saber do inglês antigo, nem com qualquer outra palavra com o significado sabedoria, contrariando segundo Russell e Alexander (2019, p.17) “a explicação de que *wichcraft* [“bruxaria”] significa “arte dos sábios”(*craft of the wise*) é inteiramente falsa”.

Trevisan (2020), em seu artigo, *As bruxas no cinema: representações imagéticas de gênero e subversão*, analisa as representações de bruxas no cinema e os discursos sociais e de gênero que essas imagens transmitem na contemporaneidade, utilizando como repertório simbólico o contexto europeu dos séculos XV a XVII. Para essa análise, o autor utilizou uma lista de 27 filmes com temática de bruxaria, avaliando-os segundo critérios específicos. Trevisan (2020) discute como 12 desses filmes empregam simbologias clássicas de bruxaria no desenvolvimento de personagens e enredos. Entre os filmes analisados, encontra-se *Hocus Pocus*, produzido em 1993. A seguir, apresento o cartaz do filme.

Figura 3: Cartaz do filme *Hocus Pocus*, 1993



Fonte: Base de Dados de Filmes na *Internet*, 1993

O cartaz ilustra como os discursos tradicionais europeus foram consolidados pela mídia, especialmente em relação à aparência e aos hábitos das bruxas. A representação da bruxa europeia é claramente perceptível, e o cartaz não apenas destaca essa imagem, mas também incorpora outros elementos simbólicos, como a associação com gatos pretos e a imagem de bruxas voando sobre um aspirador de pó. Esta última escolha remete à antiga crença de que bruxas voavam sobre

vassouras, substituindo o objeto tradicional por um item moderno para atualizar a figura da bruxa.

De acordo com Russell e Alexander (2019), muitos dos que praticam a bruxaria tentam separar suas experiências dessa prática do ocultismo. No livro *Grimório Oculto: Uma Jornada Mágica da Alquimia à Wicca*, John M. Greer (2021) explica que, devido a preconceitos, é comum associar o ocultismo a algo negativo. No entanto, ele argumenta que o ocultismo não é necessariamente o mesmo que a bruxaria. A palavra “ocultismo” vem de “oculto” e se refere a conhecimentos ou práticas que não são aceitos abertamente pela sociedade ou pelo governo em um determinado período. Ou seja, algo pode ser considerado ocultismo não devido ao que é, mas porque não é aceito socialmente ou é restrito em uma época específica (Greer, 2021).

Na maioria das culturas e ao longo da maior parte da história, o que hoje é considerado como “oculto” foi ou é parte do cotidiano de muitas comunidades e religiões. Por ser uma parte integrante do dia a dia dessas pessoas, tais práticas não são realizadas sigilosamente nem com preocupação excessiva, pois, nesses contextos, elas não são vistas como algo errado (Greer, 2021). Práticas associadas ao “ocultismo” incluem frequentemente o uso de amuletos e talismãs, elementos comuns em várias religiões. Um exemplo que John M. Greer (2021) apresenta é a utilização desses elementos em práticas tradicionais de religiões da África Ocidental e da Ásia, as quais, segundo a perspectiva ocidental, podem ser categorizadas como “ocultismo” em suas práticas cotidianas.

Figura 4: ‘O sabá em todos os seus detalhes’, de Jacques de Plancy, 1863

Fonte: PINTEREST. Disponível em: [https://pin.it/3hb3odPL5]. Acesso em: [04 jul. 2024]

No Ocidente, por questões históricas, a relação com o ocultismo não é vivenciada da mesma forma, pois na Roma, com o triunfo do cristianismo, foram postos de lado como uma tradição proibida e errônea e se tornaram parte do ocultismo. Com a repreensão de práticas relacionadas à bruxaria, ocultismo e basicamente qualquer desvio das ideias adotadas pela Igreja Cristã estabelecidas e fortalecidas pelos poderosos da sociedade na época, ocasionou em perseguição e matança, ações tais que não colaboraram para que a sociedade atual do ocidente tenha um contato constante, amigável e indiscriminado com o oculto (Greer, 2021). Porém, com os meios de comunicação e o vasto acesso à informação muitas coisas tem mudado. O autor de *Grimório Oculto* fala um pouco sobre isto em seu livro:

> Nas nações industrializadas de hoje, o crescimento explosivo do conhecimento é acompanhado de um crescimento igualmente explosivo dos saberes rejeitados, e boa parte desde não tem qualquer relação com o ocultismo. Ainda sim, o oculto continua a ser o mais antigo e mais ferozmente perseguido de todos os conjuntos de saberes rejeitados no Ocidente (Greer, 2021, p. 15).

Segundo Michael Greer, os estudos relacionados ao ocultismo são diversos, porém possuem alguns ramos principais, entre eles estão a Magia que seria a “A ciência e a arte de provocar mudanças na consciência de modo deliberado” (Greer, apud Fortune, 2021, p. 15).

No livro *Lógica de consumo*, Lindstrom (2008, p.84) com uma visão mais voltada para o viés publicitário, afirma que rituais e superstições são ações que possuem a crença de indiretamente influenciar, ou manipular de certa forma o futuro e que embora não haja relação direta ou racional com o objetivo final ainda sim pessoas acabam por aderir mesmo que inconscientemente determinados rituais, que podem possuir relação com senso comum, crenças pessoais e costumes.

Por mais difícil e distante que possa parecer, nem sempre a intolerância religiosa foi algo comum. Em 186 a.C. (antes de cristo) era comum que as pessoas acreditassem e idolatrarem mais de um Deus dificilmente se sentiriam ofendidos caso outra pessoa venere outro Deus diferente aos seus, porém a tolerância acabou desmoronando rapidamente quando um movimento religioso se envolveu com a política e o estabelecimento de leis e crimes (Russell; Alexander, 2019).

Com o crescimento dos movimentos religiosos e políticos que promoveram a caça às bruxas, incluindo a publicação do *Malleus Maleficarum*, destinado a identificar e caçar bruxas, e a perpetuação de simbologias e estereótipos enraizados na cultura, houve um aumento na insegurança, ódio e medo entre a população. No livro *História da Bruxaria*, Russel e Alexander (2019) discutem como a caça às bruxas funcionou como uma estratégia para controlar a população durante o caos da época, criando uma ameaça constante de consequências para aqueles que se desviassem das normas estabelecidas.

Figura 5: Queima de Padre Urbain Grandier

Fonte: Livro História da bruxaria, p. 117

A imagem de Padre Urbain Grandier sendo queimado na fogueira em 1630 ilustra um episódio dramático e complexo da história da Inquisição na França. Grandier foi condenado à morte sob a acusação de bruxaria, segundo Russell e Alexander (2019), um crime frequentemente utilizado para justificar perseguições políticas e pessoais na época. Ao fundo da cena, as freiras do convento, envolvidas em um frenético acesso de fingimento e atos de indecência, simbolizam a histeria coletiva que muitas vezes alimentava essas acusações. Este quadro retrata como as dinâmicas de poder e manipulação poderiam transformar um conflito pessoal em um evento de grande escala, refletindo o medo e a paranoia que caracterizavam a era da caça às bruxas. A imagem expõe não apenas a crueldade do processo

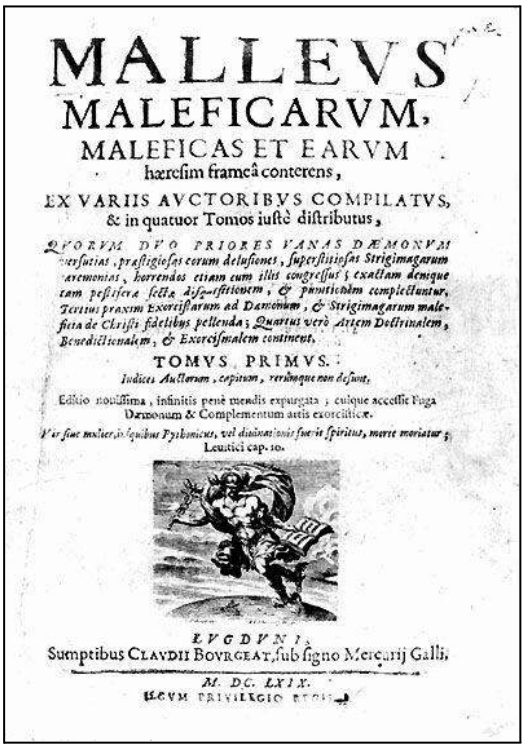
inquisitorial, mas também a vulnerabilidade dos indivíduos diante das instituições e das construções sociais da época.

Trevisan (2020) argumenta em seu artigo que os casos de crueldade associados à figura da bruxa não se limitam ao período da caça às bruxas. O autor examina o impacto das representações de bruxas na mídia, especialmente no cinema, e como essas representações reforçam ideias antigas da bruxaria clássica, ressoando na contemporaneidade. Trevisan discute como a produção e reprodução dessas ideias e simbologias influenciam não apenas o pensamento pessoal, mas também as ações. Esse argumento é similar ao que Godin apresenta em *Tribos* (2013), onde afirma que as pessoas se agrupam e formam comunidades com base em suas ideias e crenças. Embora as mídias não sejam totalmente responsáveis por isso, uma vez que é uma construção cultural com séculos de difusão, o autor cita o caso de Fabiane de Jesus, linchada em São Paulo em 2014 com acusações de bruxaria amplamente divulgadas por páginas do Facebook. E mesmo que o cinema não seja diretamente responsável por tais incidentes, o autor destaca que histórias, contos, tradições, lendas e livros moldam sentimentos que influenciam pensamentos e ações, como evidenciado neste caso.

A relação de religião com precedentes legais acabou por delimitar a liberdade religiosa de grupos e comunidades. A partir do momento que leis passaram a considerar cerimônias religiosas secretas como um ato criminal e de que qualquer grupo religioso que fizessem rituais privados começaram a ser considerados suspeitos e passíveis de punição e perseguição legal, isso contribuiu para instigar a perseguição a outras religiões, isso contribuiu para que muitas tradições e religiões dessem origem ao ocultismo (Russell; Alexander, 2019). Uma ferramenta muito utilizada durante a caça às bruxas na Europa foi o *Malleus Maleficarum*, em português Martelo das bruxas ou Martelo das feiticeiras[3].

[3] *O Martelo das Bruxas, ou Martelo das feiticeiras*, tradução em português do título original em latim do livro *Malleus Maleficarum*, um famoso manual inquisitorial (RUSSELL; ALEXANDER, 2019)

Figura 6: Frontispício do *Malleus Maleficarum*, de Heinrich Institoris.



Fonte: PINTEREST. Disponível em: https://pin.it/3AvHHrsNu. Acesso em: 04 jul. 2024.

A imagem representa a capa ilustrada do *Malleus Maleficarum*, traduzido como *Martelo das Bruxas*, um livro publicado em 1487. Este manual inquisitorial contém orientações sobre como identificar e lidar com bruxas, sendo amplamente utilizado durante a caça às bruxas na Europa. O *Malleus Maleficarum* não apenas descreve a bruxaria, mas também defende a necessidade de combater e erradicar as bruxas, tornando-se uma das principais ferramentas para a perseguição das bruxas (Russell; Alexander, 2019).

Segundo Russell e Alexander (2019), existe uma forte imagem de bruxas em nosso imaginário coletivo, uma figura bastante caricata que foi construída ao longo dos séculos. Essa imagem, formada por um conjunto de ideias errôneas e mitos, se consolidou a partir do século XIII e continua a influenciar a percepção das bruxas na cultura popular. A figura mais comum associada às bruxas é a de mulheres idosas, com cabelos grisalhos e desalinhados, aparência desagradável, risada alta, nariz grande e verrugas proeminentes no rosto. Essas imagens retratam frequentemente as bruxas como figuras malévolas, vivendo em cabanas isoladas e praticando rituais de sacrifício de animais e até mesmo de crianças. No entanto, essa representação é

uma distorção da realidade histórica e não condiz com a verdadeira prática da bruxaria ou com a vida das pessoas envolvidas em tais práticas.

Figura 7: As Bruxas

Fonte: Hans Baldung Grien

Alexander e Russell (2019), afirmam no livro *História da Bruxaria* que bruxas existem. Os autores afirmam ter realizado várias entrevistas com praticantes e adeptos da bruxaria para escrever o livro, mas nenhuma dessas pessoas correspondia ao estereótipo difundido. Na realidade, por meio de pesquisa e entrevistas, os autores observaram que existem bruxos e bruxas com uma grande diversidade em relação à aparência, idade e cultura. A seguir, apresento uma imagem que ilustra a figura da bruxa conforme os padrões da bruxaria clássica.

Figura 8: Bruxa clássica, filme Branca de Neve (1937)

Fonte: Filme Branca de Neve

Um exemplo notável de bruxa clássica no cinema é a madrasta de *Branca de Neve e os Sete Anões* (1937), da Disney. Neste filme, a madrasta, ao se transformar em uma velha sinistra, exemplifica muitos dos traços típicos da bruxa europeia tradicional. Sua aparência envelhecida e malévola, com a intenção de causar dano, são características que refletem a figura da bruxa clássica na cultura europeia. Essa representação cinematográfica mantém viva a imagem tradicional da bruxa, ilustrando como tais estereótipos continuam a influenciar as narrativas modernas.

Trevisan (2020) também discute que, além da figura da bruxa clássica, há outra imagem de bruxa que se tornou notavelmente difundida, especialmente durante o período inquisitorial. Nesta visão, a sexualidade feminina era vista como perigosa e associada à bruxaria. Mulheres que eram consideradas sedutoras e independentes eram frequentemente rotuladas como bruxas, com a ideia de que sua sexualidade representava uma ameaça. No cinema, essa imagem é muitas vezes representada para destacar a atratividade e o caráter sedutor da bruxa, refletindo o estereótipo de que bruxas são mulheres que usam sua sensualidade para manipular e atrair suas vítimas. Essa representação reforça a noção histórica de que a sexualidade feminina era uma característica intrinsecamente perigosa e suspeita. A seguir, apresento um exemplo marcante desse tipo de bruxa no cinema: o filme *A Bruxa do Amor* (2016), citado por Kelvin Costa (2024), analista de conteúdo e

colaborador do *site* Olhar Digital, em uma lista como um dos 10 melhores filmes de bruxas.

Figura 9: Bruxa Elaine

Fonte: Filme A Bruxa do Amor

Falando um pouco mais sobre a representação da bruxa em seu outro extremo, desta vez representada como uma mulher bela e sensual. O filme apresenta como personagem principal Elaine, uma jovem bruxa obcecada pelo amor, que realiza rituais e práticas mágicas com o objetivo de fazer com que os homens se apaixonem por ela. No entanto, sua obsessão acaba levando-a a matar esses homens, refletindo a ideia de que a sexualidade é utilizada não apenas para atrair, mas também para dominar e destruir. Essa representação destaca a associação entre sensualidade e perigo, conforme explorado na visão histórica da bruxa como uma ameaça sedutora.

Apresentamos anteriormente alguns exemplos de imagens de bruxas amplamente difundidas no imaginário coletivo, com o intuito de ilustrar as representações tradicionais. No entanto, este trabalho de conclusão foca nos conteúdos compartilhados na plataforma TikTok. Com base no conhecimento prévio

sobre as imagens de bruxas perpetuadas ao longo do tempo, conforme Russell e Alexander (2019) e Trevisan (2020), podemos agora comparar e analisar as representações encontradas em nosso objeto de estudo, o *WitchTok* Brasil.

Para compreendermos melhor o conceito de bruxaria, é essencial distinguir entre bruxaria e ocultismo. Greer (2021) ressalta que, embora frequentemente associadas, bruxaria e ocultismo são conceitos distintos. John Michael Greer define o ocultismo da seguinte forma:

> A palavra oculto significa, literalmente, “encoberto”, e sua aplicação ao que hoje chamamos ocultismo tem uma longa história. Durante o Renascimento, escritores que queriam se referenciar à magia e à divinação, bem como a espiritualidade alternativa conectadas a estas, começaram a usar a expressão filosofia oculta — ou seja, “filosofia encoberta” — para tais assuntos (Greer, 2021, p. 14).

A partir deste trecho conseguimos identificar que uma característica importante para considerar alguma área de estudo no ocultismo seria o fato de tais conteúdos serem considerados condenáveis pela sociedade no momento do estudo. Pois se trata de um conhecimento repudiado de que cada sociedade possui algum grupo de saberes condenados pelos intelectuais de sua época, porém esses conhecimentos continuam a ser estudados, só que fora dos canais normais de educação e da opinião pública. As pessoas no caso não sentem a liberdade de poderem estudar conteúdos de seu interesse livremente, por este motivo acabam por optar por novos canais educativos que possam colaborar para sua educação com relação a determinado tema. Ou seja, o que é considerado ocultismo está muito mais para uma construção social em si do que um tema certo de estudo.

Muitas ideias concebidas no século XIII sobre o que é a bruxaria, o que é o ocultismo, quem possui esses conhecimentos e como as práticas são realizadas, tiveram suas perguntas respondidas a partir de ideias errôneas, estimuladas com o decorrer do tempo, essas questões vão além da aparência e de suas ações, por exemplo, um curandeiro em si não caracteriza um bruxo, assim como ter habilidades psíquicas ou cultuar o diabo. Basicamente a palavra *Witch* (bruxo em inglês) deriva da palavra *Wicca* do antigo inglês que significa bruxo, essas palavras derivam do

verbo *Wiccian* que significa “jogar um feitiço” ou “lançar um encantamento” (Russell; Alexander, 2019).

A magia não pode ser comprovada por meios acadêmicos, não pode ser submetida a teste ou codificada em teorias coerentes, então acreditar ou não acaba sendo uma atitude inteiramente de fé. Para uma área ser considerada da ciência precisa passar por testes e estudos para haver comprovações e teorias, todavia até os dias atuais (2024) não existem formas de comprovar ou fazer testes científicos, contudo segundo os autores Russell e Alexander (2019) a ciência é variável, pois o que não é considerado científico em determinado período pode ser considerado como tal posteriormente com o decorrer da evolução do tempo e dos meios de estudo, tudo é possível quando há interesse de pesquisadores e formas palpáveis de estudar. Talvez se tanto material não tivesse sido perdido na época da inquisição e caça às bruxas, alguma comprovação da magia já tivesse acontecido, ou talvez não.

É compreensível possuir medo do desconhecido e considerando que a magia até o momento não pode ser comprovada, além de perceber o momento de crise que o mundo passava com guerras religiosas e políticas, devido à reforma protestante a Inquisição acabou acontecendo sendo caracterizada pela caça e perseguição às bruxas realizadas inicialmente na Europa e em sua maioria feitas localmente, as perseguições foram dirigidas por autoridades civis e eclesiásticas e aconteceram gradualmente a partir do século XVI. A Inquisição ocorreu de forma diferente em cada local, na Inglaterra, por exemplo, a bruxaria estava mais relacionada a feitiçaria do que a heresia, então na Inglaterra a bruxaria era tida como um crime civil, enquanto no continente era considerado um crime de religião (Russell; Alexander, 2019). Sobre a inquisição europeia, Alexander e Russell falam:

> A Inquisição foi o mais poderoso agente na imposição de sanções legais contra hereges e bruxas. Enquanto a heresia foi uma ameaça secundária, a Igreja deixou nas mãos dos bispos a responsabilidade pela correção das dissidências. Com o crescimento da heresia, bem como da eficiência eclesiástica, os papas começaram a pressionar para a adoção de medidas mais firmes. Primeiro, os bispos foram encorajados a ampliar suas próprias “inquisições”, e depois, entre os anos de 1227 e 1235, foi estabelecida a Inquisição papal. O poder da Inquisição foi repetidamente corroborado por ações papais, como a bula *Ad extirpanda*, emitida por Inocêncio IV em

> 1252, que autorizou o confisco dos bens dos heréticos e sua prisão, tortura e execução, tudo mediante provas mínimas (Russell; Alexander, 2019, p.94).

A Inquisição afetou diretamente as práticas e praticantes de bruxaria, inclusive pessoas que não possuíam relação com as práticas e se tornou um marco na história. Não devemos acreditar que os bruxos de antigamente possuem a mesma mentalidade e práticas dos da modernidade, com a perda de materiais sobre bruxaria, eventos históricos, com os avanços das tecnologias e a *internet* tudo mudou inclusive os praticantes de bruxaria, que agora muito mais facilmente podem encontrar outras praticantes graças às redes sociais digitais e plataformas de entretenimento. Pois é, como já foi dito no tópico que abordamos sobre *algoritmos* e tribos a *internet* se tornou uma impulsionadora do desenvolvimento rápido de grupos que possuem um interesse em comum, e isso inclui pessoas que possuem interesse e afinidade com bruxaria, ocultismo, misticismo e muitos outros interesses possíveis, dos mais diversos.

Como já foi informado, há uma ligação direta com a necessidade do ser humano em busca de estabilidade em períodos caóticos, com o aumento ou maior ligação com crenças, rituais e religiões nestes períodos. Lindstrom afirma em seu livro que:

> Produtos e marcas associados a rituais e superstições são muito mais “grudentos” do que os outros. Em um mundo inconstante e veloz, estando todos buscando estabilidade e familiaridade, e os rituais de produtos nos proporcionam a ilusão de conforto e participação (Lindstrom, 2008, p. 90).

Além disso, participar de uma religião, culto, grupo e compartilhar de uma crença em comum traz uma sensação de pertencimento também bastante valorizada pelo homem, já que somos seres sociais, que em sua grande maioria agora possui a capacidade de se comunicar e interagir além do espaço físico e em tempos diferentes, graças a *internet* e as mídias sociais, como o TikTok, conforme discutiremos a seguir.

Essa análise nos leva a compreender como as plataformas digitais, especificamente o TikTok, estão facilitando essas interações e criando novas formas de comunidade.

5 ENTENDENDO O TIKTOK

Segundo Blacker (2018), o TikTok é uma plataforma de mídia que combina características de redes sociais digitais, com foco principal no compartilhamento e produção de vídeos curtos. Originalmente lançado em 2016 como Musical.ly, voltado para conteúdo musical, foi adquirido pela empresa chinesa ByteDance em 2018 e rebatizado como TikTok. Desde a aquisição, a plataforma teve um crescimento acelerado, com o número de usuários ativos mensais aumentando em mais de 30 milhões em apenas três meses, refletindo um crescimento de 20% nos *downloads* globais, segundo dados da AppTopia (2018).

Considerando Recuero (2009), em seu livro *Redes Sociais na Internet*, o TikTok exemplifica uma rede social ao oferecer: 1) a construção de uma persona através de perfis pessoais, 2) interação via comentários e 3) exposição pública das conexões de cada usuário.

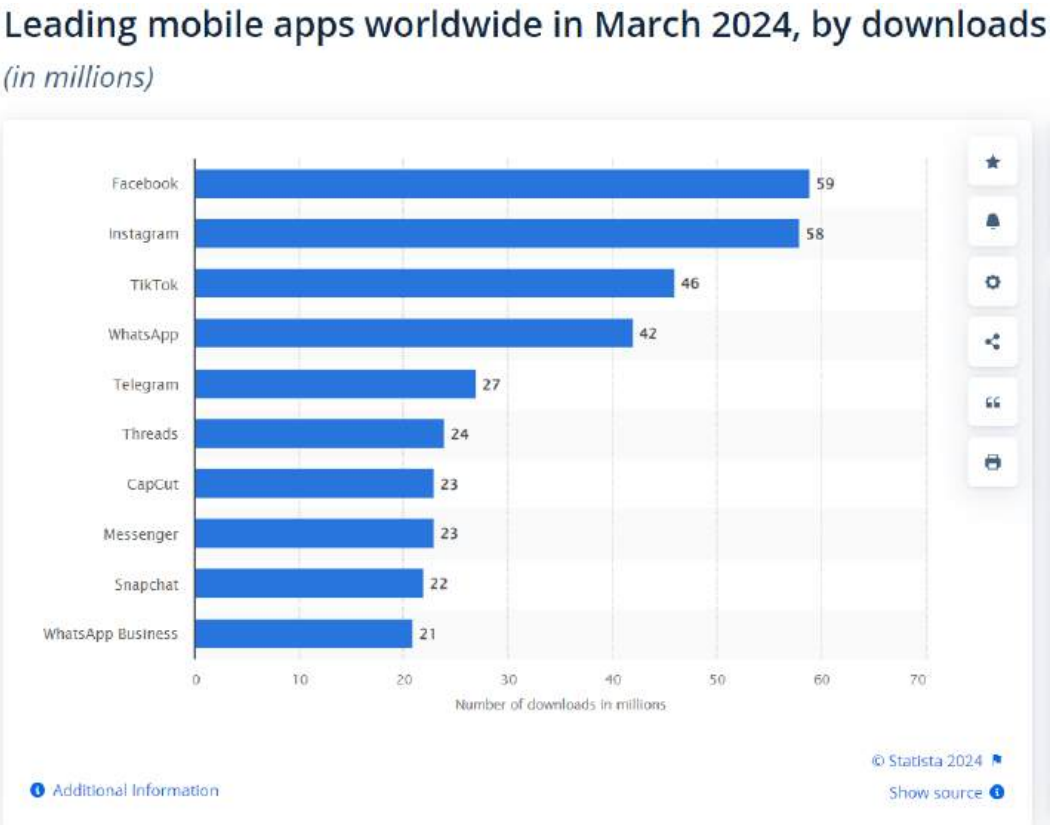
Segundo TikTok (2024a), sua missão é “inspirar a criatividade e trazer alegria”, a plataforma estimula desde o primeiro momento a permanecia de seus usuários, disponibilizando guias para novos usuários (TikTok, 2024c). A plataforma se tornou uma das redes sociais mais populares do mundo, experimentando um crescimento exponencial desde 2019, com um aumento ainda maior durante a pandemia de COVID-19 devido ao aumento do isolamento social. Em 2021, o TikTok anunciou que ultrapassou a marca de 1 bilhão de usuários (TikTok, 2021a). Uma pesquisa encomendada pela própria plataforma e compartilhada em seu *site* concluiu que:

> 81% dos brasileiros sentem que podem ser autênticos e se auto expressar no TikTok e 94% dos criadores afirmam que encontraram conteúdos que lhes agradaram na plataforma. Globalmente, 70% dos usuários dizem que o TikTok é uma plataforma que eles recomendariam para os amigos e 77% confirmam ler comentários de publicações e vídeos no TikTok. (TikTok, 2021a).

Segundo Blacker (2022), escritor do blog da AppTopia, o TikTok também foi o aplicativo mais baixado no mundo em 2021, superando grandes aplicativos de redes sociais como Instagram, Facebook e Twitter. Embora os números específicos dessa pesquisa não tenham sido divulgados, esse feito por si só é significativo.

Em 2021, o TikTok se destacou como uma plataforma onde cultura, comunidade e comércio se interconectam, atraindo mais de um bilhão de usuários que buscam entretenimento, muitas vezes proporcionado por marcas. Um estudo encomendado pelo TikTok e conduzido pela Nielsen revelou que 81% dos brasileiros se sentem autênticos e conseguem se auto expressar na plataforma, enquanto 94% dos criadores encontraram conteúdos que os agradaram. Globalmente, 70% dos usuários recomendariam o TikTok a amigos e 77% leem comentários de vídeos e publicações (TikTok, 2021e).

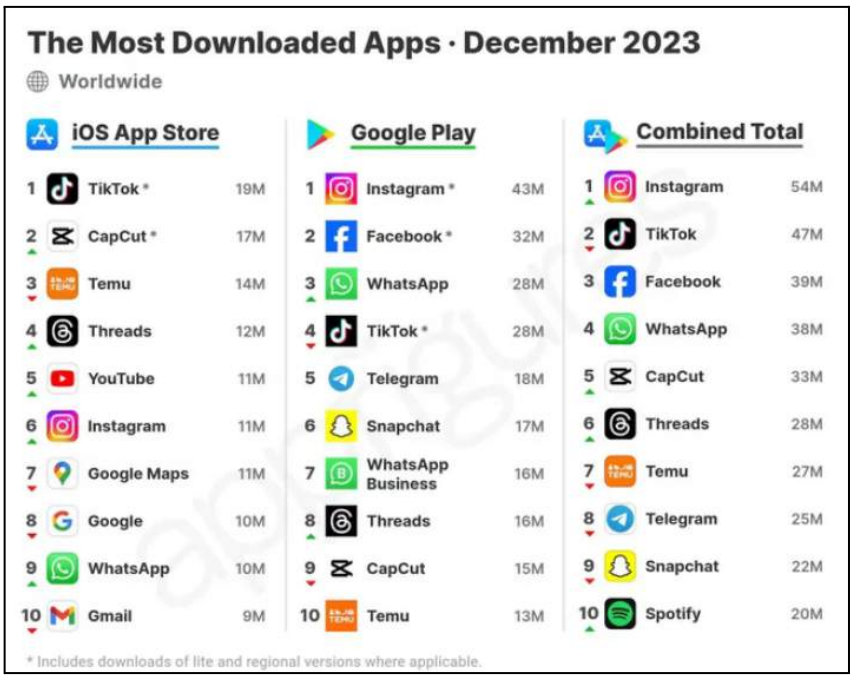
Figura 10: Principais aplicativos baixados mundialmente, março de 2024.



Fonte: Statist 2024

Outra pesquisa, realizada pela Appfigures, revelou que o TikTok foi baixado 19 milhões de vezes apenas na App Store em dezembro de 2023. Além disso, o aplicativo ficou em quarto lugar entre os aplicativos mais baixados na loja do Google.

Figura 11: Aplicativos mais baixados em dezembro de 2023.



Fonte: canaltech.com.br

Podemos observar que o TikTok se destacou como um dos aplicativos mais baixados em dezembro de 2023, somando 47 milhões de *downloads*, conforme apontam Syozi e Ciriaco (2024). De acordo com Fábio Matos (2024), em matéria publicada pela revista Metrópoles em janeiro de 2024, o TikTok ultrapassou 1 bilhão de *downloads* em 2023. Desde seu lançamento em 2016, o aplicativo já acumulou mais de 5 bilhões de *downloads*, dos quais 6% são provenientes do Brasil. Além de liderar o *ranking* mundial de aplicativos mais baixados, o TikTok gerou uma receita de aproximadamente US$ 2,7 bilhões. Durante o mesmo período, o *site* Investing.com relatou que a conversão do dólar para o real brasileiro variou entre R$ 4,85 e R$ 4,95 em janeiro de 2024 (Matos, 2024).

Figura 12: Aplicativos em destaque, ranque mundial em julho de 2024.

Fonte: AppMagic jul. 2024

Observamos que durante esses anos a presença do TikTok tem permanecido no ranking de aplicativos de rede e mídia social mais baixados e utilizados. Trago a seguir mais um dado apresentado pela AppMagic. Dessa vez apresentando o Ranque de destaque do TikTok mundialmente entre os anos de 2015 e 2024.

Figura 13: Desempenho Global do TikTok (2015–2024)

Fonte: AppMagic jul. 2024

A imagem mostra o desempenho do TikTok em termos de destaque mundial em duas categorias: aplicativos gratuitos (linha azul) e aplicativos mais vendidos (linha vermelha), no período de janeiro de 2015 a julho de 2024.

Em linha azul, o gráfico mostra que o TikTok começou a se destacar em 2016, subindo no *ranking* de aplicativos gratuitos. Foi a partir de 2018 que o aplicativo se manteve consistentemente entre os primeiros colocados, indicando ser um dos aplicativos gratuitos mais populares globalmente. Em linha vermelha, concluímos que o TikTok também teve um desempenho significativo como um aplicativo pago em certos momentos, com picos em 2016 e 2018. No entanto, a linha vermelha mostra mais variação ao longo dos anos, indicando que sua posição como um dos aplicativos pagos mais vendidos não foi tão consistente quanto no caso dos aplicativos gratuitos.

Assim, concluímos que o gráfico ilustra que o TikTok mantém uma posição de destaque entre os aplicativos gratuitos ao longo dos últimos anos, especialmente a partir de 2018, consolidando-se como um dos mais populares globalmente. Em termos de aplicativos pagos, o desempenho é mais variável, mas ainda assim o TikTok alcançou posições de destaque em certos períodos.

O TikTok é uma plataforma de entretenimento acessível a todas as idades, gêneros e culturas. Seu *algoritmo* recomenda conteúdos com base nas interações dos usuários, como o tempo de visualização, comentários, curtidas e salvamentos (SEBRAE, 2023). O aplicativo também promove a criação de vídeos, oferecendo dicas para produzir conteúdos com alto impacto e compartilhando tendências para inspirar criações (TikTok, 2020a). Além disso, os usuários podem responder a vídeos de outros usuários, criando interações dinâmicas (TikTok, 2020b). Os conteúdos produzidos têm grande potencial de alcance, facilitando a visibilidade para um amplo público. Com seu formato livre, espontâneo e divertido, e uma audiência receptiva, o TikTok tem se tornado um canal atrativo para marcas e empresas.

O TikTok é uma plataforma de rede social e aplicativo de entretenimento que incentiva os usuários a criar conteúdos para entreter outros. O aplicativo facilita a produção de vídeos por meio de recursos como uma área dedicada à filmagem e edição, toques exclusivos, efeitos especiais e opções de compartilhamento em outras plataformas. Além disso, o TikTok permite que os usuários interajam respondendo a vídeos com novos conteúdos por meio das funções “dueto” e “composição”. Essa dinâmica de interação entre os usuários tem contribuído para o

crescimento constante da plataforma (TikTok, 2021b). Em resposta ao aumento do número de usuários, o TikTok desenvolveu diversas ferramentas para aprimorar a experiência de seus clientes, incluindo tecnologia de moderação automatizada e moderadores de conteúdo (TikTok, s.d.).

Uma ferramenta amplamente utilizada em plataformas de redes sociais e entretenimento é o *algoritmo*. No TikTok, essa técnica é aplicada para manter os usuários engajados, oferecendo conteúdos personalizados de acordo com seus interesses. Os resultados desse recurso são notáveis. Segundo Grant (2024), colaborador da AppTopia, os usuários da plataforma gastam, em média, 98 minutos por dia no TikTok nos Estados Unidos. Esse tempo impressionante supera o gasto médio em outras plataformas de mídia social, como Instagram, YouTube e Snapchat, além de serviços de *streaming* e jogos. Esses dados destacam a eficácia do *algoritmo* do TikTok em capturar e manter a atenção dos usuários.

Durante o cadastro, o TikTok questiona os novos usuários sobre seus interesses, e com base nas respostas, recomenda vídeos relevantes. O *algoritmo* também considera as interações e reações dos usuários com os vídeos para sugerir novos conteúdos. Como resultado, os *algoritmos* permitem que pessoas com interesses semelhantes, mas distantes geograficamente, se conectem e interajam, criando novas relações sociais e participando de grupos ou comunidades que, de outra forma, não seriam possíveis devido a limitações espaciais (Pariser, 2012).

Segundo o TikTok (2024b), é uma plataforma de mídia social com a missão de inspirar a criatividade e trazer alegria. Utilizando *algoritmos*, a plataforma direciona conteúdos aos seus usuários. Além disso, ao criar um perfil, o TikTok solicita acesso aos contatos do usuário de outras plataformas ou ferramentas, a fim de associar o novo membro a pessoas de sua rede social existente (TikTok, 2021c).

Ao acessar a plataforma, nos deparamos com os segmentos de conteúdo “Para você” e “Amigos”. Esses dois segmentos apresentam conteúdos direcionados ao usuário, porém de forma diferente. No segmento “Amigos”, são exibidos conteúdos de pessoas que o usuário já segue ou teve algum contato anteriormente, mesmo que tenha sido a partir de outros vídeos. Isso indica que o usuário demonstrou interesse no conteúdo dessas pessoas e deseja ver mais de seus vídeos (TikTok, 2021f).

Por outro lado, na área “Para você”, os conteúdos são direcionados ao usuário independentemente de serem de algum membro conhecido. Eles são

selecionados com base no conteúdo e na reação dos seguidores, priorizando conteúdos com maior aprovação (TikTok, 2020a).

Para garantir a segurança e a qualidade do conteúdo, o TikTok elaborou diretrizes para usuários e produtores de conteúdo. Essas diretrizes incluem a remoção de conteúdo que infringe as regras da plataforma, a restrição de conteúdo conforme a idade (alguns conteúdos são recomendados apenas para maiores de 18 anos) e a manutenção de padrões de elegibilidade no *feed* “Para você”, garantindo que o conteúdo promovido seja apropriado para um público amplo (TikTok, 2024b). O TikTok apresenta possuir grande preocupação com seu público e pessoas no geral, a plataforma estabeleceu a idade mínima de 13 anos para criar uma conta no aplicativo, mas há limitações adicionais de idade conforme as leis locais de algumas regiões (TikTok, 2024f).

Segundo TikTok (2021b), os usuários da plataforma têm a possibilidade de interagir com os vídeos, produtores de conteúdo e outros usuários mediante ações como “curtir” e “salvar”, demonstrando assim seu interesse. Essas interações são consideradas pelo algoritmo para a seleção dos vídeos sugeridos na seção “Para Você”. De acordo com minha própria experiência empírica como usuária, cada usuário é contabilizado apenas uma vez ao curtir um conteúdo, e o salvamento funciona de maneira semelhante, sendo possível cancelar essas ações instantaneamente. O TikTok elaborou uma série de diretrizes da comunidade para estimular uma boa convivência entre membros e garantir a segurança dos mesmos, respeitando os Direitos Humanos e os princípios da comunidade (TikTok, 2024d), o TikTok também elaborou normas para garantir que os conteúdos a serem recomendados individualmente são restritos conforme a idade do usuário (TikTok, 2024e). Além disso, foram criados ícones de “Denunciar” e “Não interessado” para ajudar tanto no aperfeiçoamento da recomendação de conteúdo quanto para a plataforma verificar se o conteúdo está dentro de suas diretrizes (TikTok, 2024a).

Por outro lado, a partir de minha experiência empírica como usuária, ficou fácil constatar que os comentários podem ser compartilhados ilimitadamente, caso estejam conforme as regras de convivência da comunidade. Quando um comentário é denunciado por vários perfis diferentes, a plataforma faz uma análise com a intenção de determinar se o comentário viola as diretrizes da plataforma. Caso seja considerado inadequado, ofensivo ou em violação das políticas do TikTok, o

comentário pode ser removido e o autor pode receber penalidades, como restrições temporárias ou permanentes na conta (TikTok, 2024b).

E é a partir do entendimento do TikTok, suas intenções, possibilidades e crescimento que podemos observar como a plataforma também serve para a formação de comunidades específicas, como o "*WitchTok* Brasil". Os dados relatados pelo próprio *site* do TikTok reforçam a importância desse fenômeno, permitindo-nos aprofundar nossa pesquisa. Nesta comunidade, praticantes de bruxaria se conectam, compartilham conhecimentos e enfrentam preconceitos históricos e contemporâneos. A utilização dos *algoritmos* do TikTok desempenha um papel crucial nesse processo, promovendo conteúdos relevantes para os usuários interessados, como discutido por Raquel Recuero (2009) em *Redes Sociais na Internet*. Esses *algoritmos*, conforme descrito por Eli Pariser (2012) em *O Filtro Invisível*, criam um filtro personalizado que facilita a formação de tribos específicas e a manutenção dessas comunidades. Ferramentas como *hashtags*, desafios e recomendações de conteúdo ajudam a manter a coesão do grupo, permitindo uma interação contínua e significativa entre os membros.

5.1 WITCHTOK BRASIL

A pandemia de Covid-19 causou crises econômicas, políticas e de saúde globais, levando a profundas reflexões sobre como essas áreas afetam práticas e crenças individuais. Durante este período, as limitações quanto a encontros presenciais exigiram uma rápida adaptação das práticas religiosas para o ambiente digital. Muitas comunidades religiosas migraram para plataformas como o TikTok, intensificando a mediação digital e a performance *online* de rituais (Cortês, Machado, 2021).

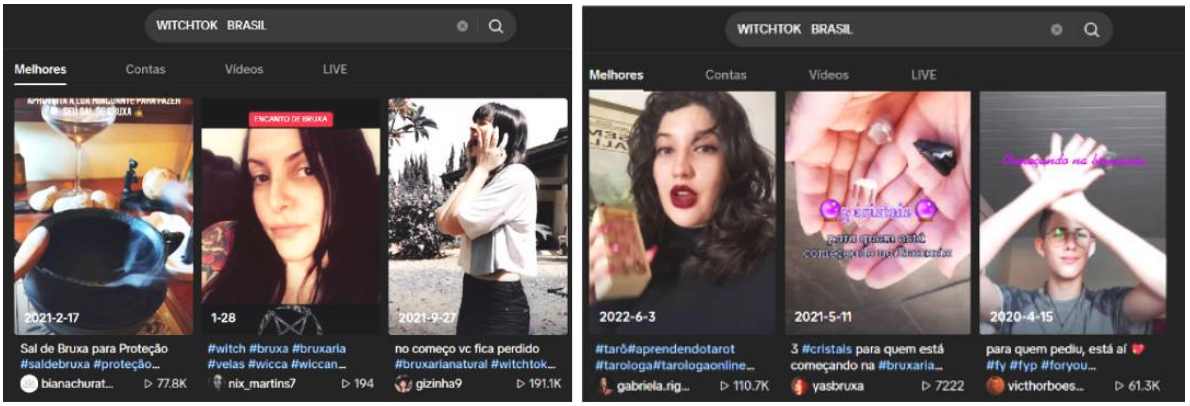
A plataforma TikTok oferece aos seus usuários a oportunidade de compartilhar e produzir conteúdos de seu interesse, resultando em uma ampla variedade de temas abordados. Entre esses conteúdos, destacam-se aqueles relacionados à bruxaria, ocultismo e misticismo, originados de diversas partes do mundo. Uma série de *hashtags* foi adotada para facilitar o compartilhamento de conteúdos sobre essas práticas e filosofias na plataforma. Uma *hashtag* em particular, conhecida mundialmente, é *#WitchTok*, que serve como um filtro para

quem busca conteúdos relacionados à bruxaria. Para conteúdos produzidos por brasileiros e voltados para o público brasileiro sobre esse tema, é comum encontrar a *hashtag* *#WitchTokBrasil*, que representa a área do TikTok onde esses conteúdos estão concentrados.

Uma matéria compartilhada no *site* O Globo Cultura (2022)[4] fala sobre a repercussão desta *hashtag* no mundo. Segundo Teixeira (2022), a *hashtag* "*WitchTok*" já atingiu mais de 25 bilhões de visualizações, outra que ganhou grande repercussão foi "bruxaria natural" que conseguiu mais de 340 milhões de visualizações.

A partir destes dados fica perceptível que esse é um ambiente rico de pessoas interessadas no tema, O *WitchTok* ganhou força no TikTok no ano de 2019, e é uma área ampla que não se restringe a conteúdos relacionados a bruxaria, pois temas como ocultismo, astrologia, numerologia, tarô, cristais e práticas espirituais também são compartilhadas nesta área TikTok, neste trabalho focaremos nos conteúdos de bruxaria e ocultismo. No contexto da pesquisa sobre a formação de comunidades específicas no TikTok, a figura abaixo ilustra as recomendações de vídeos geradas pela plataforma após a inserção do termo "*Witchtok* Brasil" na barra de pesquisa.

Figura 14: Recomendações de vídeos no "*Witchtok* Brasil"



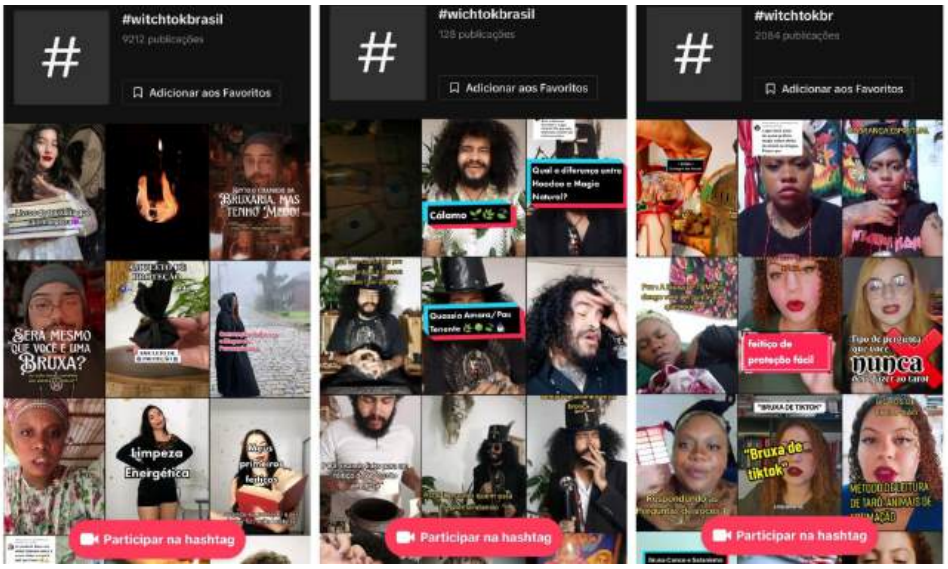
Fonte: Recorte TikTok 05 fev. 2024

[4] Link de acesso: https://oglobo.globo.com/cultura/witchtok-bruxaria-no-tiktok-rende-bilhoes-de-visualizacoes-com-dicas-de-feiticos-videos-bem-humorados-25469066

A Figura demonstra como, ao pesquisar pelo termo "*WitchTok* Brasil", os usuários são direcionados para uma variedade de vídeos relacionados ao tema, facilitando a conexão entre indivíduos com interesses semelhantes. Este processo não apenas promove a disseminação de conteúdo específico, mas também fortalece a sensação de pertencimento entre os membros da comunidade "*WitchTok* Brasil". Conforme discutido por Pariser (2012) em *O Filtro Invisível*, os *algoritmos* de recomendação podem criar "bolhas de filtro" que moldam a experiência do usuário com base em seus interesses prévios, intensificando a coesão presente em comunidades específicas. Godin (2013), em *Tribos*, destaca a importância de lideranças e conexões emocionais para a formação de grupos coesos, algo que é facilitado pelas recomendações do TikTok. Além disso, a curadoria automatizada de conteúdos relevantes aumenta a visibilidade de criadores de nicho, contribuindo para a diversidade de vozes e perspectivas na plataforma. Portanto, as recomendações algorítmicas do TikTok são fundamentais para a construção e manutenção de comunidades como a "*WitchTok* Brasil", promovendo a interação e a coesão entre seus integrantes. Este fenômeno também pode ser contextualizado na história da bruxaria, que tem evoluído e se adaptado às novas tecnologias e formas de comunicação (História da Bruxaria, 2019). A seguir, apresento uma imagem com o número de publicações das *hashtags* "*witchtokbrasil*", "*wichtokbrasil*" e "*witchtokbr*"[5].

[5] *Witchtokbr* é uma abreviação para o termo *Witchtok Brasil*. Trata-se de uma comunidade dentro do TikTok dedicada a conteúdo sobre bruxaria e práticas esotéricas no Brasil. Fonte: autora.

Figura 15: Número de publicações com a *hashtag* witchtokbrasil



Fonte: Recorte TikTok 23 jul. 2024

A imagem acima se trata de uma montagem para simplificar a visualização do leitor, já é importante notar que todos esses termos são utilizados para se referir ao mesmo conceito. No entanto, o segundo termo mencionado tornou-se uma *hashtag* distinta devido a um erro de escrita da palavra "*witch*". Esta observação baseia-se no meu próprio conhecimento sobre o uso dessas *hashtags* na comunidade. Na imagem podemos contabilizar o número de publicações realizadas com as *hashtags* fielmente, já que são dados apresentados e atualizados pela própria plataforma do TikTok automatizadamente, concluímos que houveram 11.424 publicações referentes ao tema de nossa pesquisa.

De acordo com Mari Teixeira (2022), o interesse por temas de bruxaria e ocultismo tem crescido nas redes sociais, especialmente no Brasil, onde Tânia Gori, precursora da bruxaria natural, se destaca. Tânia fundou a Casa de Bruxa, que oferece cursos e organiza a Convenção de Bruxas, realizada em Paranapiacaba, São Paulo, atraindo cerca de 30 mil pessoas em 2019. O aumento desse interesse reflete uma geração que, diante de um mundo marcado por injustiça e brutalidade, busca na magia e no misticismo um meio de reconciliação com a natureza, o próximo e consigo mesma (Teixeira, 2022).

No livro *A Lógica do Consumo* (2008), Lindstrom aborda a necessidade humana de buscar rituais e costumes que proporcionem uma sensação de controle sobre suas vidas, oferecendo conforto em momentos de instabilidade. Segundo ele,

rituais e superstições são ações baseadas na crença de que podem impactar e manipular o futuro, mesmo sem uma relação direta entre o comportamento e o resultado esperado. Durante períodos de crise ou incerteza, essas crenças e ações são fortalecidas, levando as pessoas a buscar símbolos de segurança e previsibilidade, incluindo elementos religiosos e espirituais. Lindstrom argumenta que marcas e produtos que conseguem associar-se a essas emoções podem experimentar um aumento significativo na demanda. Essa busca por controle e segurança é evidente também nas práticas de consumo observadas nas comunidades específicas nas plataformas digitais, como estamos vendo, o *WitchTok* é uma consequência dessa procura, conteúdos que representam a retomada de controle em períodos de crise ganham popularidade.

Com a evolução dos meios tecnológicos, como a *internet* e a globalização, observamos mudanças rápidas e significativas, acompanhadas de incertezas. Lindstrom (2008, p. 84) utiliza como argumento uma pesquisa realizada pelo *Daily Mail* em 2007, que observou um aumento significativo na velocidade com que os pedestres caminham em 34 cidades ao redor do mundo. Na última década, houve um aumento de 10% em relação há década anterior, com uma média de 4,8 km/h.

Mudanças frequentes trazem consigo um aumento na incerteza. À medida que o ritmo da vida e das mudanças se acelera, a instabilidade tende a aumentar. Diante de crescentes incertezas, é natural que as pessoas busquem algo que considerem seguro e que proporcione uma sensação de confiança. Nesse contexto, a adoção de medidas como rituais supersticiosos e rotinas pode oferecer às pessoas uma dose de confiança para mitigar o medo constante (Lindstrom, 2008). Segundo o autor:

> Superstição e ritual foram cientificamente relacionados à necessidade humana de controle em um mundo turbulento. O Dr. Bruce Hood, professor de psicologia experimental na Universidade de Bristol, na Inglaterra, afirma: 'Se for removida a aparência de controle, tanto os humanos quanto os animais se tornam mais estressados. Durante a Guerra do Golfo em 1991, nas áreas que foram atacadas por mísseis Scud, houve um aumento nas crenças supersticiosas (Lindstrom, 2008, p. 84).

As rotinas diárias também podem ser consideradas uma forma de ritual praticado regularmente, intimamente relacionado à ideia de obter controle, neste caso, sobre o próprio tempo. No dia a dia, nossas vidas estão repletas de rituais dos quais muitas vezes nem temos consciência, por serem comportamentos enraizados

em nossa cultura e vidas. Rituais como virar a sandália que estava de cabeça para baixo para evitar o azar, o medo de quebrar um espelho ou o uso de um perfume específico em dias de grandes expectativas são exemplos desses comportamentos. Muitas vezes, não questionamos o motivo ou a origem desses rituais, mas eles têm um significado mesmo que inconscientemente para nós (Lindstrom, 2008).

Segundo Côrtes e Machado (2021), a produção de conteúdo sobre práticas de simpatia, bruxaria ou religiosas na *internet* reflete as necessidades contemporâneas, impulsionadas pelas rápidas evoluções tecnológicas (Lindstrom, 2008) e pelas crises de saúde, econômicas e políticas. Em tempos de incerteza, as pessoas recorrem frequentemente a crenças e rituais que oferecem um senso de controle, estabilidade e conforto (Côrtes, Machado, 2021).

A necessidade de manter a fé e as práticas religiosas vivas levou muitas comunidades a migrar para novas plataformas digitais, intensificando a mediação digital e a performance online de rituais. O TikTok, como uma plataforma híbrida que combina mídia social e características de rede social, teve um crescimento considerável. Esse crescimento pode ser atribuído principalmente à busca das pessoas por novas formas de interação e entretenimento. Nesse contexto, práticas espirituais ganharam destaque, e a plataforma permitiu que esses conteúdos alcançassem um público mais amplo e diverso (Côrtes, Machado, 2021).

É importante ressaltar que cada cultura possui seu próprio conjunto de superstições, e a internet desempenha um papel significativo no compartilhamento desses conhecimentos e tradições.

O *WitchTok* é reconhecido por promover um forte espírito de coletividade entre seus membros, incluindo aqueles que estão chegando à comunidade. Há uma troca comum de experiências, e os membros mais experientes e familiarizados com a bruxaria costumam oferecer ajuda aos novos integrantes, demonstrando solidariedade e criando conteúdos relacionados à iniciação na bruxaria ou introdução aos conceitos básicos. A interação também ocorre por meio dos comentários nos vídeos. Essa constatação foi realizada por mim a partir de minha experiência pessoal como usuária da plataforma e estudante envolvida na pesquisa sobre o fenômeno “*WitchTok*”. Observando diretamente as dinâmicas de interação na comunidade, pude verificar como o TikTok facilita a formação de uma rede de apoio e a troca de conhecimentos entre os membros, corroborando a ideia de que a plataforma não só promove a criação de conteúdos, mas também fomenta uma

cultura de colaboração e aprendizado mútuo entre os usuários. Um artigo compartilhado no blog da *DarkSide*, fala sobre o senso de comunidade presente no *WitchTok*:

> Diferentemente de algumas práticas mais reservadas, a bruxaria do TikTok também tem se mostrado um caminho mais acessível para quem está dando seus primeiros passos, na prática. Isso porque os usuários se mostram abertos a compartilhar seus feitiços e a apoiar outros praticantes, criando um ambiente acolhedor entre bruxas mais experientes e qualquer pessoa que tenha acabado de acender seu primeiro incenso (Darkblog, 2022).

As redes sociais, especialmente plataformas multimidiáticas como o TikTok, têm se consolidado como espaços de aprendizado e troca de conhecimento, especialmente entre as novas gerações conectadas. Embora muitas dessas plataformas estejam predominantemente associadas ao entretenimento, o potencial pedagógico que elas oferecem não deve ser subestimado. Neste trabalho, focamos na comunidade *WitchTok*, que não apenas reúne pessoas com interesses semelhantes, mas também desempenha um papel ativo no estímulo ao estudo em temas relacionados à comunidade.

Na comunidade *WitchTok*, o compartilhamento de conteúdos educativos, como práticas rituais, história da bruxaria e estudos astrológicos, transcende o simples entretenimento. A plataforma funciona como um ambiente de aprendizagem colaborativa, onde vídeos curtos e multimídia facilitam o acesso rápido a informações complexas. Isso se manifesta através da disseminação de tutoriais, dicas de leitura, aulas sobre simbolismos e até discussões filosóficas, todas estruturadas de maneiras acessíveis e exclusivas para o engajamento visual (Monteiro, 2020).

Entretanto, é igualmente importante reconhecer que, apesar do potencial educativo do *WitchTok*, a plataforma apresenta limitações inerentes. Alguns vídeos são curtos e não conseguem explorar com profundidade os tópicos complexos da bruxaria, resultando em informações às vezes incompletas ou dúbias. Esta superficialidade pode levar à disseminação de práticas e conhecimentos errôneos, o que pode ser prejudicial para aqueles que buscam uma compreensão mais aprofundada e precisa sobre o tema (Darkblog, 2022).

Com base na análise do *WitchTok* Brasil e na constatação de que a plataforma promove uma rede de apoio e compartilhamento de conhecimentos entre

seus membros, é fundamental aprofundar o entendimento sobre as interações e práticas observadas nesse ambiente digital. A metodologia adotada para esta pesquisa é a *netnografia*, que será detalhada no próximo tópico para explicar como será realizada a análise das interações e dos conteúdos na plataforma.

Essa análise nos direciona para a metodologia que será utilizada para entender essas interações e práticas de maneira mais aprofundada.

6 METODOLOGIA

O presente trabalho utilizará do recurso de pesquisa *Netnográfica*, este tipo de pesquisa é uma adaptação dos procedimentos da etnografia para um estudo de observação participante a partir de interações mediadas por computador. Toda pesquisa possui procedimentos padrões para que ela possa ser realizada, na netnografia obtemos o seguinte padrão para uma pesquisa de qualidade: delimitação das questões de pesquisa; identificação e seleção de comunidade; observação participante da comunidade; análise dos dados e interpretação interativa dos resultados; redação e apresentação dos resultados de pesquisa ou implicações teóricas e práticas (Marconi; Lakatos, 2003).

Com a *netnografia* podemos estudar e analisar como as pessoas interagem entre si a partir de seus rastros digitais presentes nas mídias sociais, faremos um recorte de tempo e relevância, a partir de registros de tela, o recorte escolhido tem como foco as *hashtags #Witchtokbrasil*, utilizando como objeto de pesquisa os vídeos apresentados a partir daí, que foram produzidos nos anos de 2020 a 2024.

Segundo Robert V. Kozinets (2014), em seu livro *Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online*, na *netnografi*a possuímos uma abordagem quali-quanti com predominância qualitativa. A pesquisa qualitativa é uma pesquisa menos formal, quando comparada com a quantitativa, e é multifatorial, considerando a natureza dos dados coletados, a extensão da amostra, os instrumentos de pesquisa e os pressupostos teóricos que guiam a investigação (Markoni; Lakatos, 2003).

A *netnografia* é uma abordagem metodológica, uma adaptação da *etnografia* tradicional para o estudo de comunidades e culturas *online*. Introduzida por Robert V. Kozinets (2014), a *netnografia* usa métodos *etnográficos* para observar e analisar práticas sociais e interações em ambientes digitais. De acordo com Kozinets (2014), a *netnografia* surgiu para enfrentar a necessidade de um método que investigue as dinâmicas e comportamentos das comunidades virtuais, que diferem das interações presenciais. Kozinets (2014) percebeu que as comunidades *online* possuem características únicas e desafios novos, levando à criação de um método específico para explorar essas novas formas de interação e expressão cultural.

O propósito da *netnografia* vai além da simples coleta de dados; seu objetivo principal é compreender comunidades virtuais e suas culturas de maneira aprofundada. A *netnografia* visa explorar como os participantes de uma comunidade

online compartilham informações, estabelecem normas, e criam identidades coletivas, ela é uma ferramenta importante para entender fenômenos culturais e sociais no meio digital, proporcionando um método adaptado às características dos ambientes virtuais. Em essência, ela visa identificar e analisar padrões de comportamento, interações e práticas culturais que ocorrem em ambientes digitais (Kozinets, 2014).

A aplicação prática da *netnografia* envolve várias etapas metodológicas que permitem a coleta e análise de dados qualitativos. A primeira etapa consiste na definição do objetivo da pesquisa, que estabelece a pergunta de pesquisa e os objetivos específicos da investigação. No contexto deste trabalho, o objetivo é explorar a comunidade conhecida como *WitchTok* Brasil no TikTok, com o propósito de entender a dinâmica de comunicação e o papel das interações digitais na formação e manutenção desta comunidade.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar como ocorrem as dinâmicas de interação e a formação de comunidades bruxas no *WitchTokBrasil*, e investigar de que maneira os *algoritmos* do TikTok influenciam essas interações. Para alcançar esse objetivo, foram definidos três objetivos específicos: entender como os algoritmos das redes sociais influenciam a visibilidade e as interações; investigar as formas de comunicação entre membros do *WitchTokBrasil*; e examinar o papel dos *algoritmos* na criação e organização de comunidades. A pergunta de pesquisa que norteia este estudo é: como ocorrem as dinâmicas de interação e a formação de comunidades bruxas no *WitchTokBrasil*, e de que maneira os *algoritmos* do TikTok influenciam essas interações? Assim, o problema de pesquisa deste trabalho é compreender como se dão as dinâmicas de interação e a formação de comunidades bruxas no *WitchTokBrasil*, e de que forma os *algoritmos* do TikTok influenciam essas interações.

A segunda etapa é a seleção do ambiente de estudo, onde o pesquisador escolhe a plataforma digital a ser analisada. Neste caso, a pesquisa foca no TikTok, com um foco específico na *hashtag* #WitchTokbrasil. A escolha desta *hashtag* permite uma segmentação precisa e uma análise aprofundada das interações dentro dessa comunidade digital.

Em seguida, o pesquisador realiza a observação participante ou não participante das interações na comunidade digital. A observação não participante envolve acompanhar passivamente as interações e práticas, enquanto a observação

participante pode incluir a interação ativa com os membros da comunidade, dependendo dos objetivos da pesquisa.

A quarta etapa é a coleta de dados, onde o pesquisador reúne dados qualitativos por meio de textos, imagens e vídeos que refletem as práticas e interações que ocorrem na comunidade. Por exemplo, captar imagens de tela de vídeos e comentários relacionados ao *Witchtok* Brasil no TikTok.

A penúltima etapa é a análise dos dados, que envolve a categorização e interpretação dos dados coletados para identificar padrões, temas e percepções sobre a comunidade. Isso pode incluir a análise de como os membros discutem práticas de bruxaria e compartilham recursos de aprendizado.

Finalmente, a última etapa é o relato dos resultados, onde o pesquisador documenta suas descobertas e apresenta suas conclusões sobre a comunidade digital estudada. O relatório ou artigo resultante deve refletir as descobertas da pesquisa e discutir suas implicações para a compreensão da comunidade e suas práticas culturais.

Para realizar esta pesquisa, adotei uma abordagem prática e estruturada que garantisse maior precisão e a imparcialidade dos dados coletados. Primeiro, defini a pergunta de pesquisa e delimitei o tema, focando na comunidade *WitchTok Brasil* no TikTok. Para evitar influências dos *algoritmos* baseados no meu perfil pessoal, utilizei a função de pesquisa da plataforma, digitando o termo *WitchTokBrasil*. A partir dos resultados que surgiram, selecionei vídeos com maior número de visualizações e interações, assegurando uma representatividade significativa.

Além disso, captei imagens de tela dos vídeos e dos comentários selecionados pelo TikTok para serem os primeiros comentários apresentados, por gerarem maior engajamento associados à data de postagem do comentário, com o objetivo de analisar as dinâmicas de comunicação. Considerando conteúdos publicados entre 2020 e 2024, consegui uma análise temporal ampla das interações e da formação de comunidades. Porém, as imagens foram tiradas nas datas de 23 de março de 2023, 5 de fevereiro de 2024, 23 de fevereiro de 2024, 23 de julho de 2024 e 25 de setembro de 2024. Para garantir ainda mais a neutralidade da pesquisa, selecionei também vídeos do mesmo produtor de conteúdo recomendados pelo TikTok e apareceram mais vezes na busca pelo termo *WitchTokBrasil.*

Os comentários escolhidos para serem analisados foram aqueles mais votados e com maior engajamento, sendo os primeiros a aparecer na área de

comentários, considerados mais relevantes pelo TikTok. Além disso, também selecionei comentários que fugiam da expectativa, mas que geraram interações significativas. Desde 2020, venho mantendo contato constante com a comunidade *WitchTok Brasil*, tanto por interesse pessoal, absorvendo conteúdos em vídeo, quanto participando ativamente como membro. No entanto, para garantir a imparcialidade nesta pesquisa, adotei uma abordagem mais distanciada durante a coleta de dados, evitando qualquer influência das minhas próprias interações. Esse procedimento foi crucial para assegurar que os dados refletissem apenas as interações e práticas da comunidade, conforme se apresentam de forma orgânica na plataforma TikTok.

Em suma, a *netnografia* é uma metodologia valiosa para a pesquisa de comunidades digitais, oferecendo um método sistemático para explorar e interpretar interações e práticas culturais em ambientes *online*. Kozinets (2014) argumenta que a *netnografia* não apenas estuda as comunidades digitais, mas também visa entender as dimensões culturais e sociais dessas interações, sendo assim uma metodologia importantíssima para a construção e elaboração desta pesquisa. A abordagem *netnográfica* é especialmente útil para explorar como culturas e práticas se desenvolvem e se manifestam em contextos virtuais, proporcionando visões significativos sobre o comportamento e as dinâmicas de grupos *online*.

Essa metodologia alinha-se perfeitamente à resolução da nossa pergunta de pesquisa, aos objetivos gerais e específicos, e à própria intenção da pesquisa, que tem em vista compreender como interações, costumes e comunidades se formam e evoluem no ambiente digital.

6.1 ANÁLISE

Em 2020, durante a pandemia do COVID-19[6], em período de quarentena, comecei a receber em minha “Para Você” do TikTok, vídeos relacionados à bruxaria e misticismo. Uma parte dos vídeos não era do Brasil, porém posteriormente

[6] Segundo a OPAS s.d., a COVID-19 é uma doença causada pelo novo coronavírus SARS-CoV-2, identificado pela primeira vez em Wuhan, China, em dezembro de 2019, e declarada como pandemia pela OMS em março de 2020 devido à sua disseminação global. Conteúdo disponível em: https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19#:~:text=Em%2031%20de%20dezembro%20de,identificada%20antes%20em%20seres%20humanos

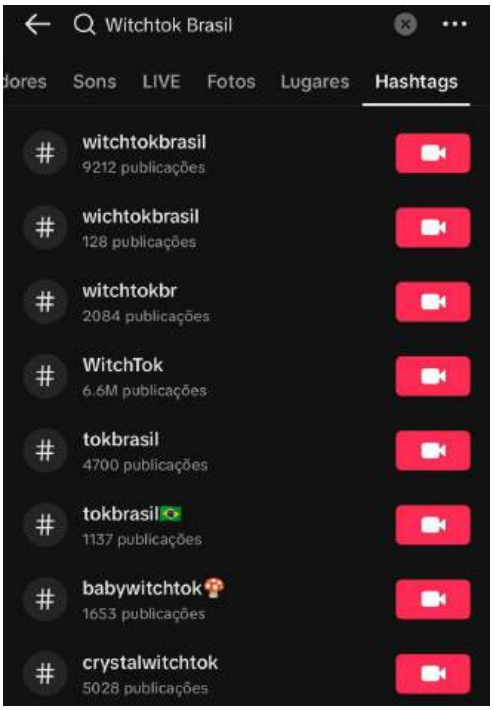
começaram a aparecer produções nacionais em minha “Para Você”. Como usuária da plataforma foi perceptível o aumento no número de vídeos produzidos relacionados a esses temas, os vídeos produzidos tinham abordagens das mais variadas, informacionais, do cotidiano e vídeos bem humorados são exemplos de abordagens usadas, então a *hashtag* “*WitchTok*” se difundiu popularmente pela comunidade.

Durante quatro anos, consumi intensamente conteúdos online relacionados ao tema deste estudo. Esse consumo constante serviu para aprofundar minha compreensão da situação e enriquecer a análise do tema, que é de grande interesse para mim. Minha experiência pessoal influenciou diretamente a escolha do tema e a abordagem adotada nesta pesquisa, destacando a relevância e o comprometimento com o assunto em questão. Escolhi como método de pesquisa o método *netnográfico*, com abordagem participante, então por um certo período fiquei fortemente envolvida com a comunidade para entender melhor como as interações ocorriam.

Desde a escolha do tema para este trabalho, observo as interações e a comunicação entre os membros da comunidade “*WitchTok* Brasil”. Durante o período de 2020 a 2021, participei mais ativamente dessa comunidade. No entanto, a maioria das imagens extraídas da plataforma TikTok e utilizadas neste trabalho foram capturadas nos dias 29 de setembro de 2023 e 5 de fevereiro de 2024. Esses resultados foram obtidos por meio de pesquisas realizadas com a *hashtag* “*WitchTok* Brasil” na barra de busca do TikTok.

A pesquisa foi conduzida no site do TikTok sem a realização de *login*, em modo anônimo, para garantir que os resultados não fossem influenciados pelo *algoritmo* ou pelos interesses da conta do pesquisador. Não foi possível apresentar o número de visualizações das *hashtags* automatizadamente, o que implicou na necessidade de um levantamento manual, suscetível a erros. Também deve-se considerar o alto volume de publicações e a constante criação de novos conteúdos. A seguir, serão apresentadas as imagens e os objetos de análise desta pesquisa. Para confirmar a relevância da escolha da *hashtag* para a análise, inicialmente apresento o número de publicações realizadas até julho de 2024 com as *hashtags* “*Witchtokbrasil*” e “*witchtokbr*”.

Figura 16: Número de publicações com a *hashtag* “*witchtokbrasil*” e similares



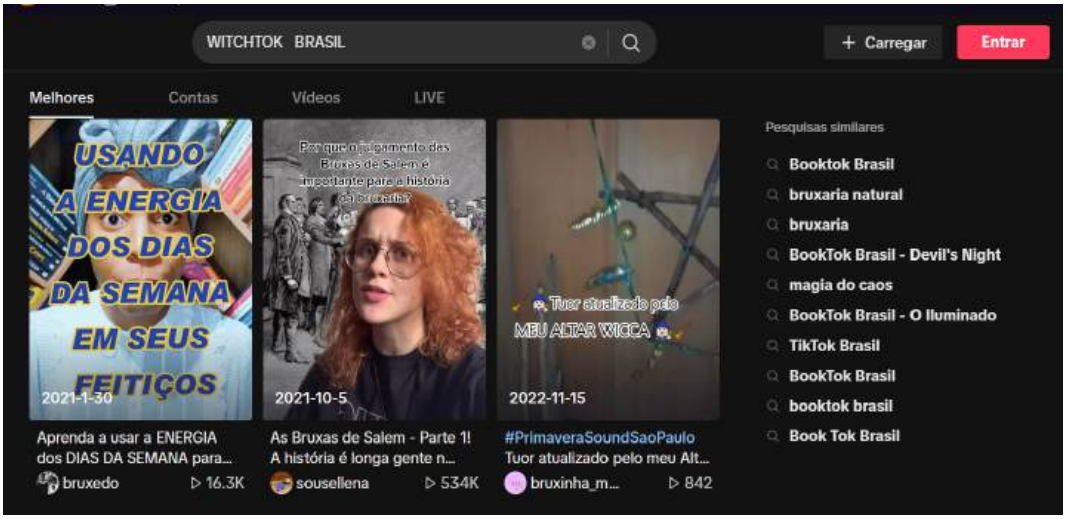
Fonte: Recorte da plataforma TikTok realizada 23 julho de 2024

Na imagem apresentada, observa-se o número de publicações realizadas com a *hashtag* “*Witchtok* Brasil”, selecionada como recorte principal de nossa pesquisa. Vale destacar que a *hashtag* “*witchtokbr*” também foi contabilizada neste levantamento. Até o dia 23 de julho de 2024, foram registradas um total de onze mil quatrocentos e vinte e quatro publicações na plataforma TikTok. Além disso, a imagem permite visualizar o número de publicações de algumas *hashtags* relacionadas ao tema, proporcionando uma visão abrangente do engajamento e da popularidade do tema bruxaria na rede social.

No contexto das interações no TikTok, é importante lembrar que um único usuário pode realizar diversas ações em relação a um mesmo vídeo. No entanto, algumas dessas ações estão sujeitas a limitações. Por exemplo, um perfil pode dar um *like*, comentar e salvar um vídeo, sendo que cada perfil contribui com uma única contagem de curtidas e de salvos. No entanto, os comentários são uma forma de interação ilimitada, gerando por vezes conversas e interações, desde que o perfil tenha liberado comentários em seu vídeo, que o usuário a comentar não seja bloqueado pelo criador, ou pela plataforma. A seguir, apresento uma imagem

retirada do TikTok, obtida por meio de um *print*[7] realizado após a pesquisa por "*WitchTok Brasil*" na plataforma.

Figura 17: Recorte TikTok sob o tema *WitchTok* Brasil 1

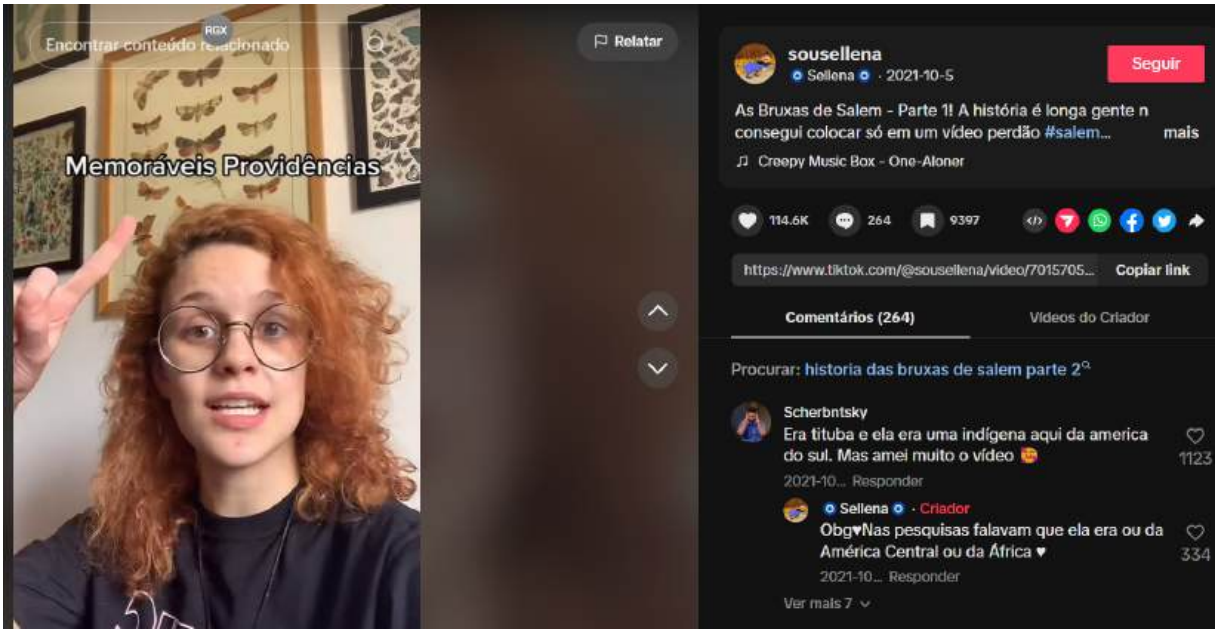


Fonte: Acesso TikTok 05/02/2024

Como já informado, nenhuma conta foi veiculada para realizar a pesquisa para que os resultados não fossem influenciados pelos *algoritmos* da conta do pesquisador, sendo assim tendo um resultado mais aproximado de um leigo na área, o *algoritmo* da plataforma seleciona como resultado vídeos com grande engajamento, maior aceitação, data aproximada e conteúdos mais variados, "populares" e "virais" selecionados para atrair e manter o público na plataforma (TikTok, 2020). Observamos uma certa discrepância na quantidade de visualizações entre os primeiros dois vídeos e o terceiro. Isso pode ter ocorrido devido à tentativa da plataforma de impulsionar o vídeo com uma boa taxa de aceitação e relevante conforme o termo na barra de pesquisa. Na imagem, o vídeo com o maior número de visualizações aborda as bruxas de Salém, com uma perspectiva histórica sobre a caça às bruxas na Europa, especialmente em Salém. Também constatamos que o TikTok apresenta, à direita, termos de pesquisa semelhantes e *hashtags* relacionadas ao "*WitchTok* Brasil", segundo a plataforma, que também foram usadas em vídeos de criadores sobre o tema (TikTok, 2020).

[7] *Print* é uma abreviação de "*print screen*", que se refere à captura de tela de um dispositivo eletrônico. Fonte: Tradução própria.

Figura 18: Recorte “As bruxas de Salém” 1



Fonte: Acesso TikTok 05/02/2024

Há um perceptível interesse do público relacionado ao conteúdo, já que podemos observar que além do vídeo, ter sido reproduzido mais de 534 mil vezes, teve mais de 114 mil curtidas, sinal que mais de 114 mil perfis gostaram do produto consumido, além de que mais de 9 mil perfis salvaram o conteúdo, o que normalmente é associado a possuir interesse de assistir novamente posteriormente, o vídeo também gerou 264 comentários, aqui focaremos no primeiro comentário apresentado e o desenvolvimento a partir dele.

Figura 19: Recorte “As bruxas de Salém” 1.2

Fonte: Acesso TikTok 05/02/2024

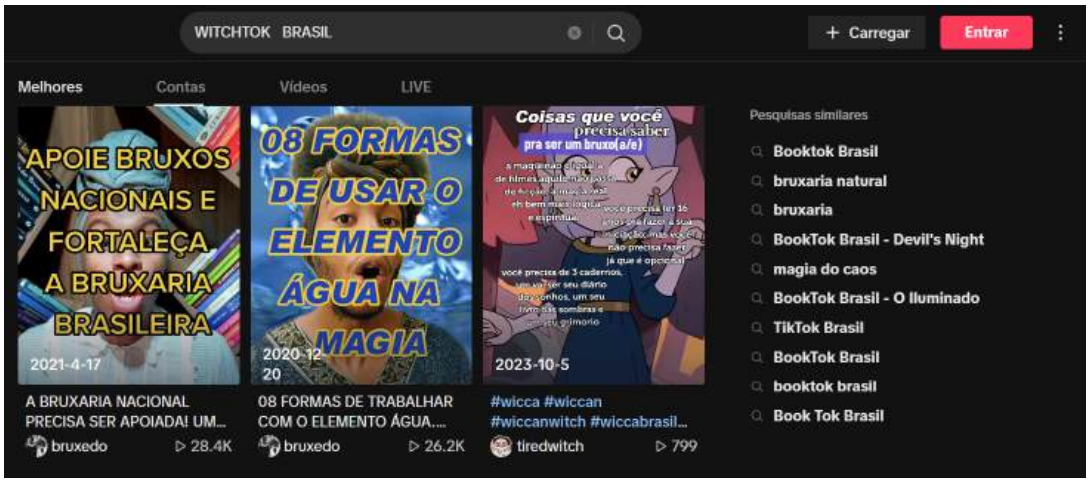
A partir de uma análise empírica dos comentários constatei que os primeiros comentários apresentados na zona superior de comentários de um vídeo do TikTok, que é uma plataforma que trabalha essencialmente com *algoritmos*, pode ter sido selecionado para tal posição a partir dos seguintes critérios: engajamento (comentários que receberam mais interação); relevância (comentários considerados mais relevantes de acordo com base no conteúdo do vídeo); temporalidade (considerando os comentários mais recentes, esse fator é mais considerado em vídeos lançados recentemente e estão ganhando notoriedade rapidamente); moderadores (em alguns casos a plataforma pode ter moderadores que revisam os comentários e podem destacar certos comentários manualmente). A seguinte imagem possui o restante das respostas realizadas no primeiro comentário:

Figura 20: Recorte “As bruxas de Salém” 1.3

Fonte: Acesso TikTok 05/02/2024

Concluímos a partir das imagens, que por meio de comentários foi realizada uma correção por um membro do público ao criador do conteúdo, essa correção e as interações seguintes ocorreram de forma gentil e informativa, no decorrer das interações observados o interesse de outras pessoas com a história e a curiosidade, a partir da adição de mais pessoas pelos comentários de resposta. Concluímos também que a fala veio de alguém que também estudou sobre o caso, se aprofundou e por isso achou necessário corrigir o produtor do conteúdo, que por sua vez agradeceu e fez uma pontuação, desenvolvendo uma conversa na comunidade sobre o conteúdo em questão, podemos perceber também que outras pessoas se envolveram na conversa e que inicialmente havia vários telespectadores nos comentários, mas que os comentários de respostas foram perdendo notoriedade, podemos observar isso a partir do número de curtidas que vai diminuindo gradativamente. A seguir, trago outro recorte feito no dia 05 de fevereiro de 2024, com mais resultados do termo “*Witchtok* Brasil” na barra de pesquisa, segue uma das imagens:

Figura 21: Recorte TikTok sob o tema *WitchTok* Brasil 2



Fonte: Acesso TikTok 05/02/2024

Conforme discutido anteriormente, segundo TikTok 2020, os vídeos apresentados a partir da palavra pesquisada podem abordar uma variedade de temas, todos relacionados ao termo pesquisado. É importante destacar que esses termos também podem ser influenciados pela pesquisa dos próprios usuários. O *algoritmo* da plataforma pode analisar o comportamento de pesquisa dos usuários e sugerir termos relacionados com base nessa análise. Além disso, a partir da análise dos conteúdos recomendados podemos concluir que as abordagens de conteúdo também são diversas, mas que também é comum que a plataforma acabe por sugerir o mesmo produtor de conteúdo repetidamente se ele estiver associado ao termo pesquisado, se o produtor tiver grande alcance e engajamento. Outro ponto importante é que a data de publicação também influencia nos vídeos sugeridos. Por exemplo, foi observado um vídeo datado do fim de 2023, que não obteve muitas visualizações, mas que a plataforma julgou o conteúdo como válido para recomendação.

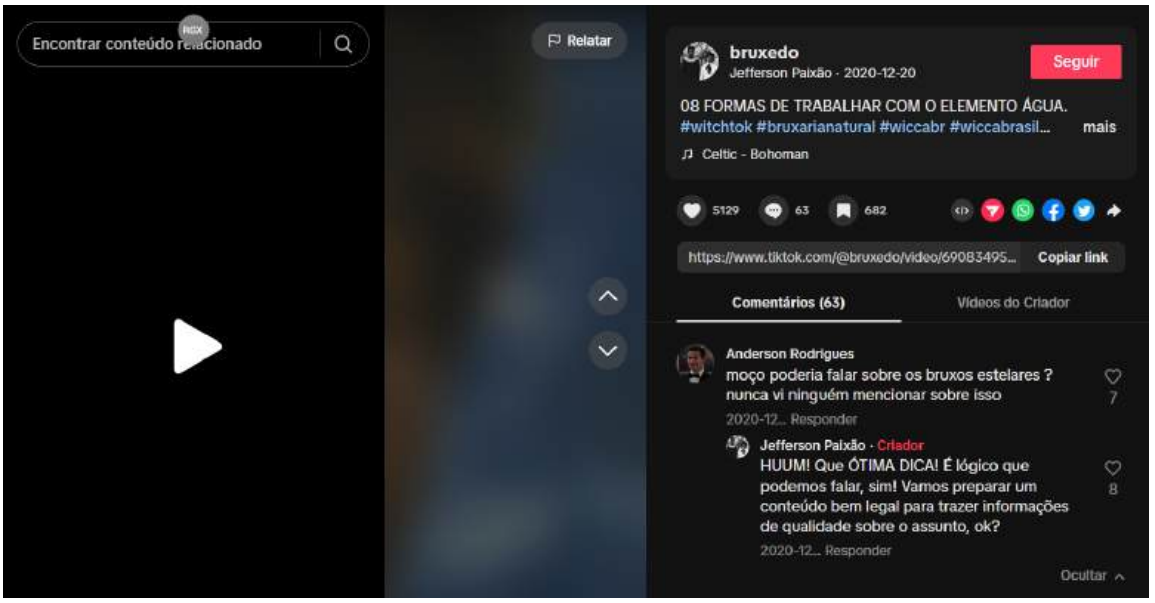
A seguir, ampliarei o foco para analisarmos mais detalhadamente o primeiro vídeo recomendado da seção (ver figura 23 na página seguinte):

Figura 22: “A bruxaria nacional precisa ser apoiada” 2.1

Fonte: Tiktok 05/02/24

Com mais de 28 mil visualizações, o vídeo anterior obteve 294 comentários, 9262 curtidas e 558 salvamentos. O tema abordado é o endeusamento da bruxaria, considerando a visão europeia, levando a bruxaria nacional a ser percebida nessa mesma perspectiva, afastando as pessoas da comunidade e das tradições locais. O autor do vídeo argumenta que isso distancia a prática da bruxaria de sua realidade, costumes antigos e da própria essência da bruxaria nacional. Conclui-se, portanto, que o vídeo possui um caráter opinativo, e mais de 9 mil pessoas demonstraram interesse e apreciação pelo conteúdo apresentado. A seguir, apresento na Figura 24 imagens para análise. A figura foi posicionada na próxima página para facilitar a leitura e interpretação.

Figura 23: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1



Fonte: Acesso TikTok 23/02/2023

A partir da análise desta imagem, constatamos que o vídeo foi postado no dia 20 de dezembro de 2020, podemos observar que o vídeo obteve mais de 26 mil visualizações. Destas, 5.127 pessoas expressaram satisfação com o conteúdo ao curtir o vídeo, enquanto houve 63 comentários e 681 salvamentos, os quais podem ocorrer por diversos motivos. O vídeo foi escolhido por possuir um número de comentários possível de análise manual, como podemos ver a seguir.

Figura 24: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.2

Fonte: Acesso em 23/02/24.

O primeiro comentário apresentado pelo TikTok foi selecionado pela plataforma devido à sua popularidade, medida pelo número de curtidas. Embora não seja o comentário mais recente nem aquele que gerou mais interações por meio de respostas, foi concluído que o comentário foi um dos primeiros realizados neste vídeo, já que além de possuir a mesma data de publicação do vídeo ainda teve o maior número de curtidas e obteve uma resposta calorosa por parte do produtor do conteúdo, o número de curtidas além de indicar que o seu comentário foi apresentado por mais pessoas, também indica que essas pessoas se identificaram com o conteúdo do comentário, e que inclusive possuem conhecimentos anteriores ao universo apresentado no vídeo, ou seja, o TikTok além de servir como instrumento para incentivo do conhecimento e dispersão de conteúdo também gera interações de pessoas que não se conhecem *offline*, mas que possuem interesses em comum, como já foi mencionado por Godin (2013) em seu livro *Tribos,* tendo os comentários também observamos uma abordagem amigável. A seguir, apresento na Figura 26 uma imagem com os comentários subsequentes do vídeo (ver próxima página).

Figura 25: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.3

Fonte: Acesso em 23/02/24.

Seguindo com os comentários do vídeo, observamos que eles não foram realizados na mesma data da publicação do vídeo, mas sim alguns dias após. Esses comentários também obtiveram interação com o criador do conteúdo, possibilitando um diálogo entre os dois perfis. Inicialmente, um usuário apontou uma problemática com relação à viabilidade das dicas do conteúdo postado, o que gerou uma série de interações entre o usuário e o criador. O criador do conteúdo sugeriu uma solução para o comentário, resultando em uma interação recíproca e bem-humorada, marcada pelo uso de emojis. Esse bom humor reflete uma tentativa do criador de contornar a situação de maneira educada e de agradar a todos, independentemente da forma como foi tratado, evitando assim o “cancelamento”.

A seguir, continuamos com a análise dos comentários do vídeo “08 formas de trabalhar com o elemento água”.

Figura 26: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.3

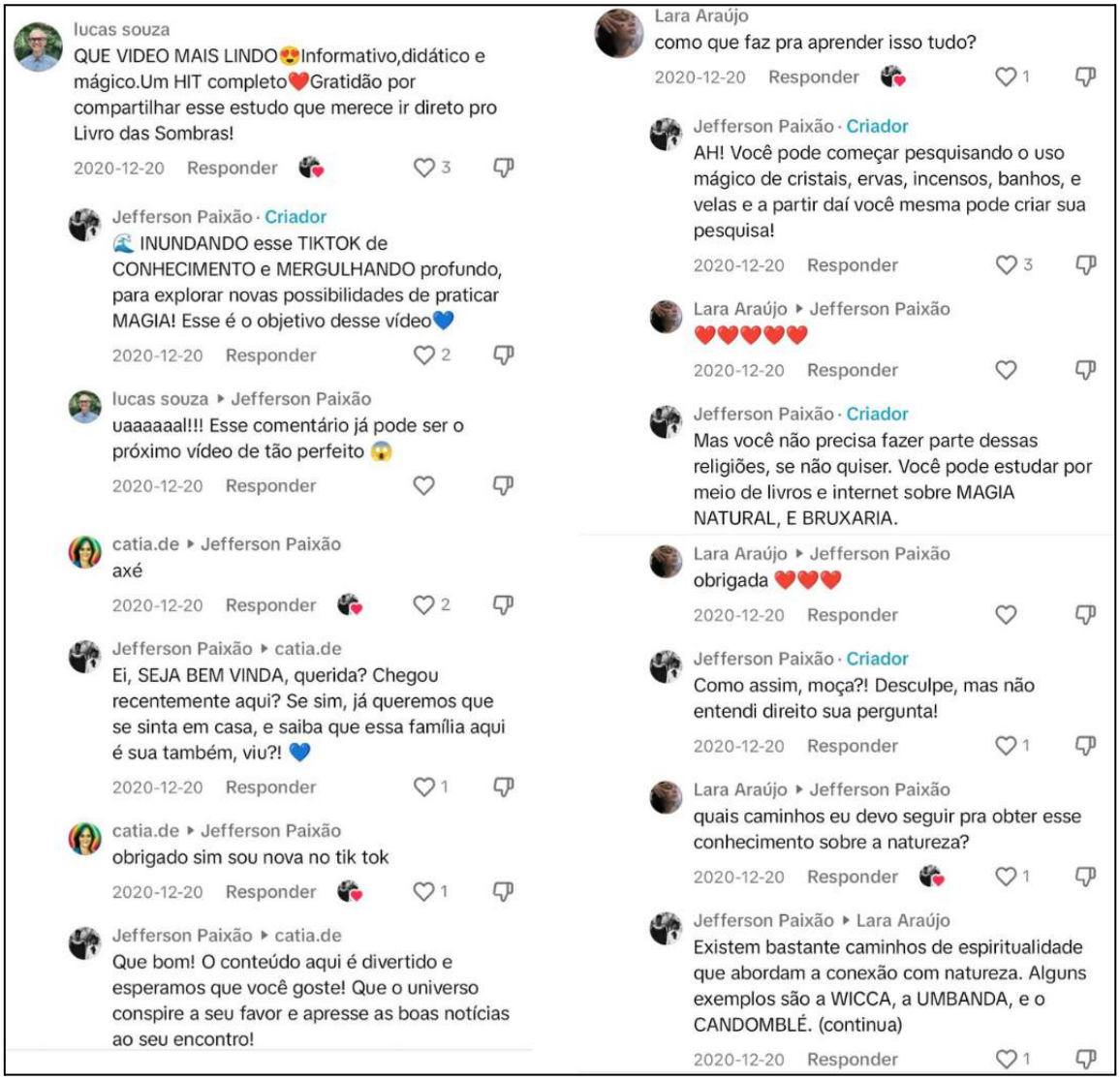
Fonte: Recorte realizado em 23/02/2024.

Ao observar a figura, percebemos que o conteúdo aborda o tema de forma humorística, utilizando um linguajar próprio e adaptado ao contexto digital. Termos como “amarração” e “adoçamento” são frequentemente associados a prática de magia popular ou simpatias amorosas na cultura brasileira. Esses termos são

usados de forma séria em contextos religiosos, mas também aparecem de maneira humorística.

A conversa exemplifica uma troca afetuosa e leve, evidenciada pela reação positiva dos participantes. A utilização de emojis reforça a receptividade e o tom bem-humorado, indicando que a interação é uma brincadeira amigável entre amigos que compartilham referências culturais específicas. Prosseguindo, na Figura 28, encontramos outros comentários feitos no dia de publicação do vídeo e que acarretaram diálogos entre atores (ver próxima página).

Figura 27: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.4

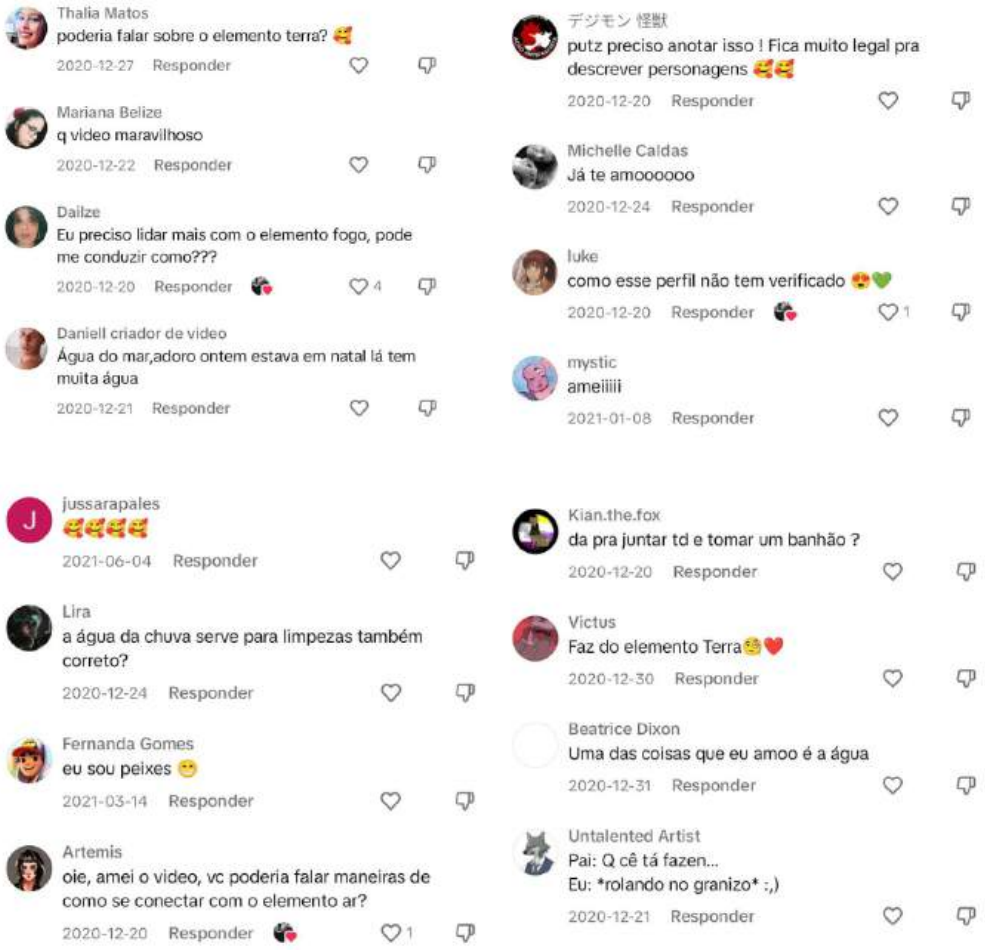


Fonte: Recorte realizado em 23/02/24.

A partir da análise dos comentários, concluímos haver interação entre atores. As interações apresentadas ocorreram no dia da publicação e demonstram que as pessoas envolvidas possuem interesse e entusiasmo sobre o assunto. O perfil que produziu o vídeo teve em vista responder aos comentários de forma que correspondesse ao clima dos comentários feitos em seu vídeo, buscando gerar uma boa imagem e até mesmo talvez mais interações futuras. O autor esclareceu as dúvidas e se apresentou como um ator acessível, o que impulsionou ainda mais as interações e agradou significativamente à plataforma TikTok, consolidando-se como um conteúdo atrativo que gera alto retorno, isto é, maior permanência e engajamento. Além disso , o autor do vídeo recomenda conteúdo de estudo organizado a pedido de um usuário, incentivando o estudo de forma autônoma, o que comprova que esta comunidade, além de engajar nos temas de interesse em comum, também demonstra interesse em estudar e em ajudar outros membros nesse processo.

Como podemos observar nos comentários apresentados anteriormente, houvera muitos outros que foram realizados posteriormente e que, além de não receberem muitas curtidas, não geraram diálogo entre os usuários. Selecionamos alguns desses comentários e elaboramos uma montagem a partir deles, para mostrar mais exemplos do comportamento dessa rede:

Figura 28: “08 formas de trabalhar com o elemento água” 1.2.5.

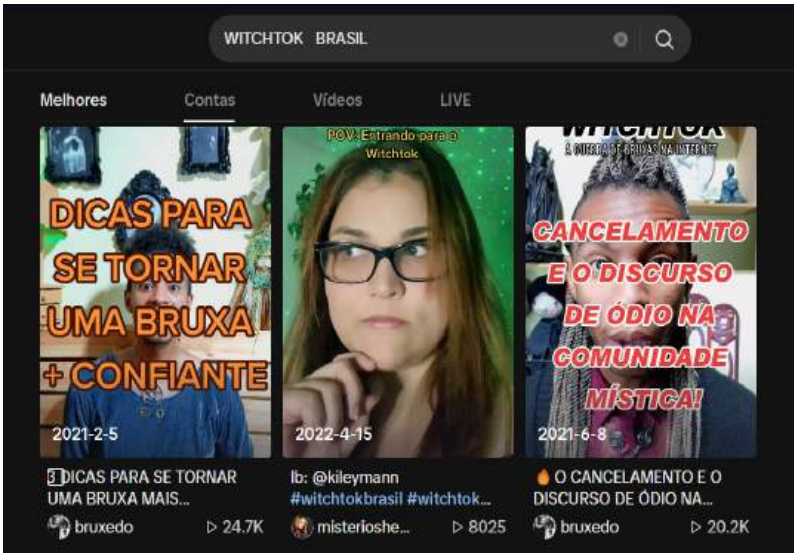


Fonte: Acesso em 23/02/2024.

A partir dos comentários, observamos que outras perguntas foram feitas por diferentes pessoas posteriormente. No entanto, essas perguntas não receberam respostas, apesar de o produtor de conteúdo ter visualizado as perguntas. Essa conclusão pode ser tirada com base na ausência de respostas e no fato de que algumas das perguntas receberam curtidas, o que sugere que houve a visualização e interação por meio de curtida, mas que não houve a escolha de não responder a alguns questionamentos por parte do ator que produziu o conteúdo do vídeo. Também é possível observar que os comentários que receberam interação apenas por meio de curtidas foram feitos no dia da publicação do vídeo. Isso sugere que o produtor de conteúdo pode ter dado mais atenção aos comentários feitos inicialmente, possivelmente devido à relevância do conteúdo naquele momento específico.

A seguir, apresentamos a união de capturas de tela realizadas no dia 05 de fevereiro de 2024. As capturas foram feitas na plataforma TikTok e mostram alguns dos vídeos sugeridos pela plataforma ao pesquisar "*Witchtok* Brasil" na barra de pesquisa. A pesquisa foi realizada sem estar logado em uma conta na plataforma e analisa o número de visualizações dos vídeos e sua associação com as datas e conteúdos. As seguintes imagens visam apresentar a diversidade de conteúdos produzidos sobre o *WitchTok*.

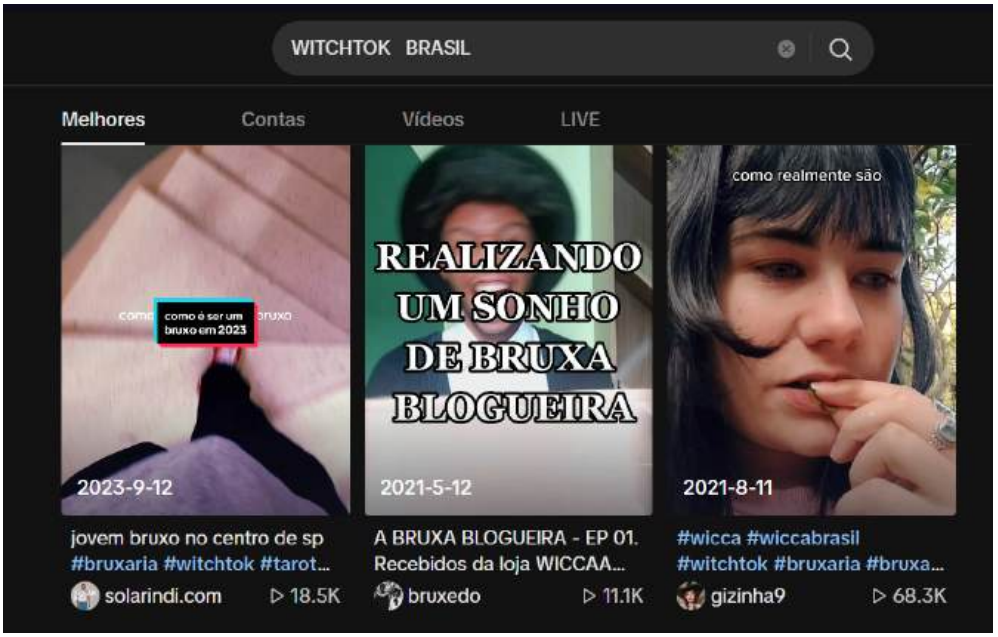
Figura 29: TikTok sob o tema de pesquisa "WitchTok Brasil" 3



Fonte: Acesso TikTok 05/02/2024

A imagem apresentada foi acessada em fevereiro de 2024, porém percebemos que os conteúdos selecionados pelo TikTok são datados de outros anos, também podemos perceber a divergência no tipo de abordagem, aqui em específico fica evidente a recomendação da plataforma sobre um mesmo produtor de conteúdo, ou seja, o autor deve seguir os parâmetros da plataforma como um bom criador de conteúdo, com bom engajamento.

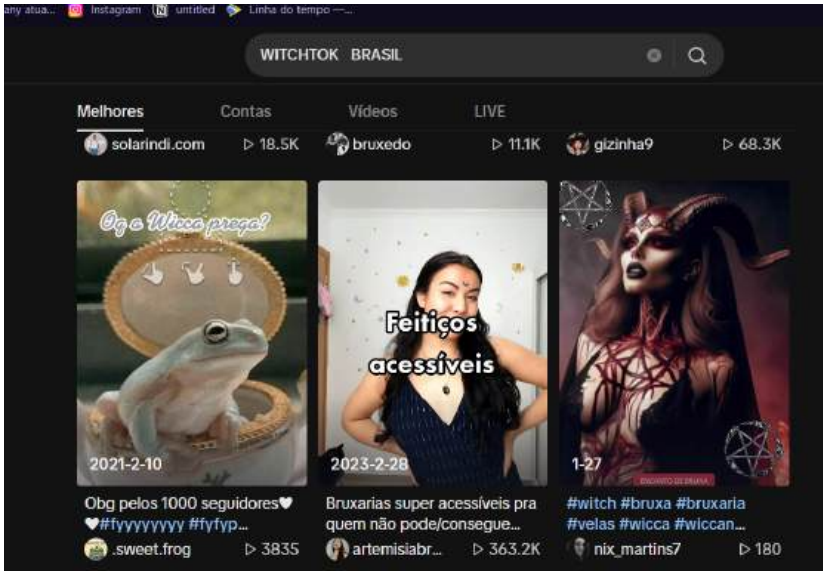
Figura 30: “WitchTok Brasil” 4



Fonte: Acesso em 05/02/24.

Avançando um pouco mais nas recomendações do TikTok a partir da pesquisa *WitchTok* Brasil nos são apresentados outros vídeos. O primeiro vídeo tem como assunto a vida de um bruxo no ano de 2023, o vídeo é composto por uma série de vídeos do dia a dia do produtor, na intenção de relatar e romantizar a sua rotina se apresentando como bruxo. O segundo vídeo apresenta a figura de bruxo na contemporaneidade, como bruxo e influência das mídias sociais, se intitulando como blogueiro, que se trata de um líder de tribo (Godin, 2013). Já o terceiro vídeo se trata de um vídeo em sátira apresentando a diferença entre expectativa de realidade do que é a vida de uma bruxa na contemporaneidade. Todos os vídeos apresentados possuem mais de 10 mil visualizações, fortalecendo a ideia de que para esse tema há um grande público, podemos então associar novamente esse grupo as tribos de Godin (2013), e pela perspectiva de Ramalho (2010) percebemos o aumento da utilização de ferramentas que podem ser usadas para alcançar determinado público nas mídias digitais.

Figura 31: “*WitchTok* Brasil” 5



Fonte: TikTok, acesso em 05/02/24

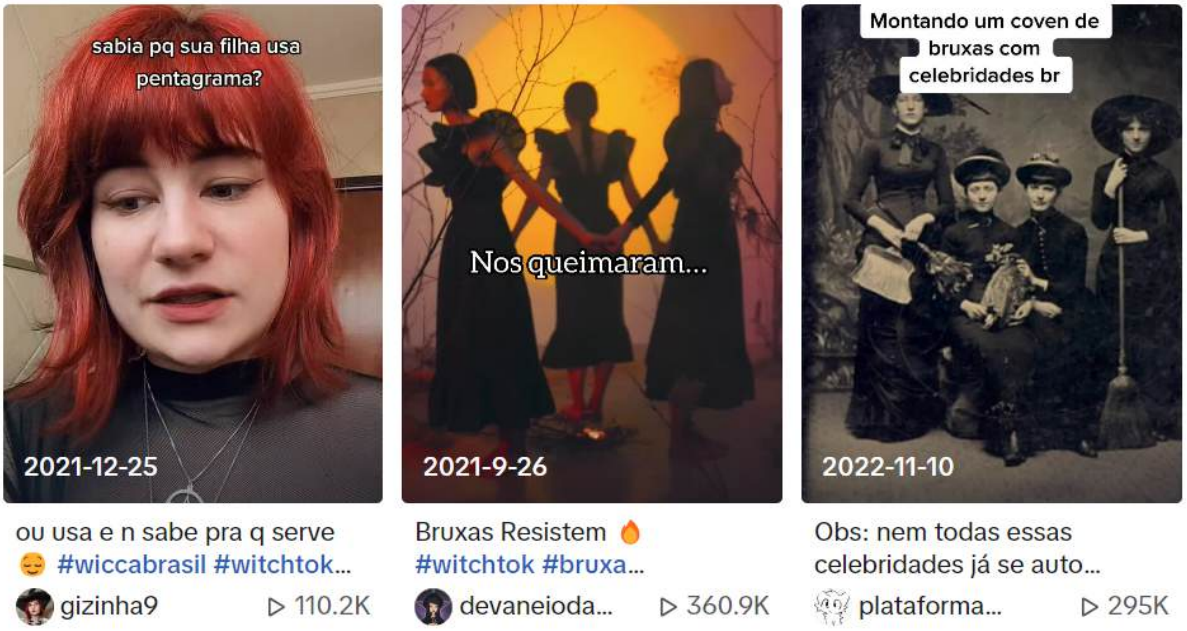
Na imagem apresentada, nos deparamos com outras 3 recomendações de vídeos, a do meio, com mais visualizações se trata sobre dicas de como fazer suas práticas de bruxaria economizando economicamente, sem precisar investir tanto dinheiro para fazer suas práticas, com isso o vídeo angariou mais de 363 mil visualizações até o dia 05 de fevereiro de 2024. Observei que ao decorrer desta pesquisa a maioria dos vídeos fora datado a partir de 2020, isso pode ser um indicativo de aumento de interesse na produção de conteúdo relacionado à bruxaria a partir daí, esse aumento de interesse repentino pode se dar graças a diversos fatores, como eventos culturais.

Considerando que no ano de 2020 o Brasil passava por uma pandemia, na qual a população se encontrava em quarentena por questões de saúde pública, enfrentando novas dificuldades políticas e econômicas, completamente fora do controle popular associamos então esse aumento repentino de conteúdos relacionados a bruxaria então a necessidade da busca de controle do ser humano a partir de questões religiosas, místicas e supersticiosas, conforme mencionado por Lindstrom (2021) em seu livro *A lógica do consumo.*

O TikTok possibilita a viralização de vídeos independentemente de quem os produziu. Percebemos na imagem que, mesmo com a maior frequência de um perfil

específico nos vídeos sugeridos, há uma grande variedade de criadores aleatórios que não fazem parte da mídia tradicional. Assim, a plataforma aumenta a capacidade de criar conteúdo diversificado e se tornar referência em suas áreas, ganhando reconhecimento e influência como líderes de tribos. Essa concepção está alinhada com a perspectiva de Seth Godin em seu livro *Tribos*, de 2013, no qual ele argumenta que atualmente é mais fácil para as pessoas alcançarem a posição de influenciadores e líderes, devido à facilidade de conexão e compartilhamento proporcionada pela *internet* e pelas redes sociais.

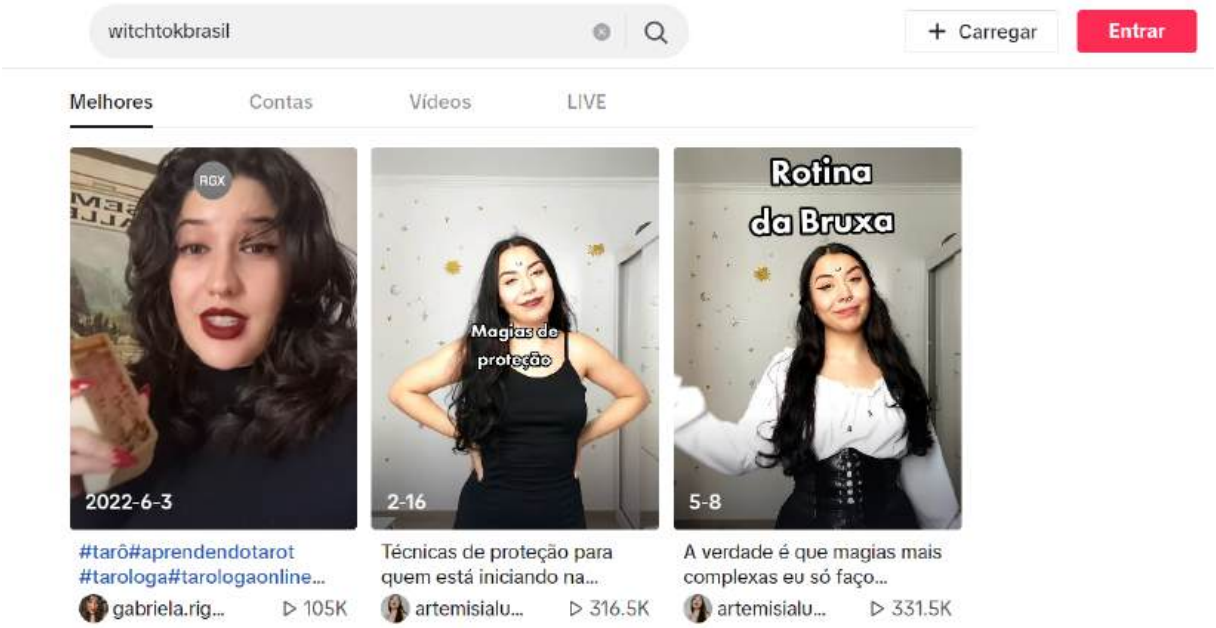
Figura 32: "*WitchTok* Brasil" 6



Fonte: Imagem capturada do TikTok no dia 25/09/2023

A mesma pesquisa havia sido feita no mês de setembro de 2023, durante a pesquisa outros vídeos haviam sido recomendados, pois graças a produção constante de criadores de conteúdo acerca do tema e da *hashtag WitchTok* são normalmente obtidos novos resultados, na data não houve sugestões em comum com as obtidas posteriormente. Além disso, podemos concluir que, na data de referência em 2023, os vídeos recomendados foram majoritariamente produzidos por mulheres. A seguir apresento mais imagens de recomendações feitas pela plataforma em setembro de 2023:

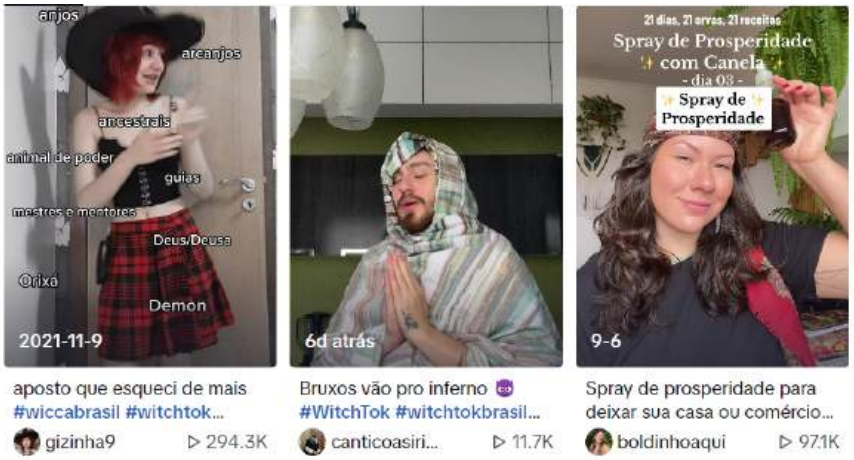
Figura 33: “*WitchTok* Brasil” 7



Fonte: TikTok, acesso em 25/09/23.

Como a maioria dos conteúdos recomendados na época foram produções femininas, houve a falsa impressão de que a maioria dos produtores de conteúdo relacionados à bruxaria são mulheres, e realmente há uma maior associação cultural da bruxaria, feitiçaria e misticismo com o feminino, mesmo que essa seja uma prática sem gênero (Russell; Alexander, 2019).

Figura 34: Recorte “WitchTok Brasil” 8

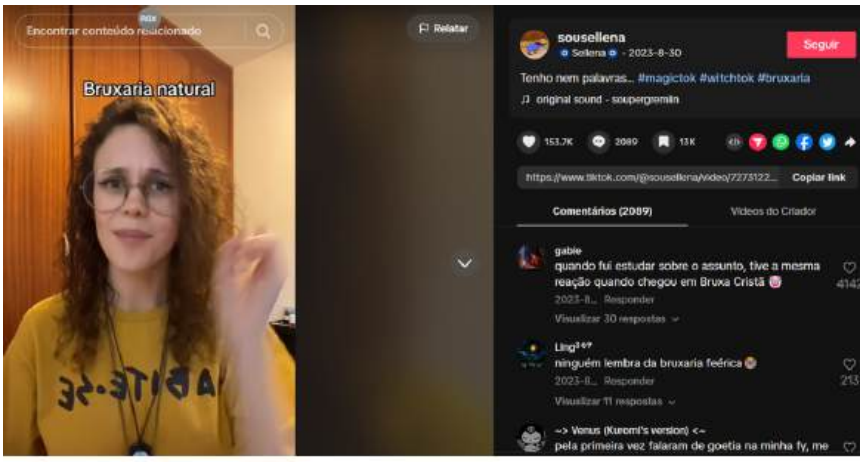


Fonte: TikTok, acesso em 25/09/23.

Observamos que os vídeos sugeridos em 2024 produzidos por homens eram datados de antes de 2023, o que pode dar a falsa impressão de que apenas mulheres publicam no *WitchTok*. Em 2024, há mais representação masculina nos vídeos sugeridos. Vale lembrar que o *algoritmo* não é influenciado pelo gênero, mas sim pelo engajamento do público que consome os vídeos e o conteúdo.

No recorte elaborado em setembro de 2023, observamos que os conteúdos abordam subtemas como instruções sobre leituras de tarô, receitas de magia, rotinas pessoais como praticante de bruxaria e memes, sendo produzidos majoritariamente por mulheres. Façamos uma análise um pouco mais aprofundada sobre as interações que aconteceram a partir do vídeo que possui maior número de visualizações. A seguir faço uma breve análise do recorte de tela de um dos vídeos recomendados pela plataforma do TikTok com a utilização da *hashtag WitchTok* Brasil.

Figura 35: Recorte“Ah, é? Eu também sou da bruxaria, qual sua vertente?”

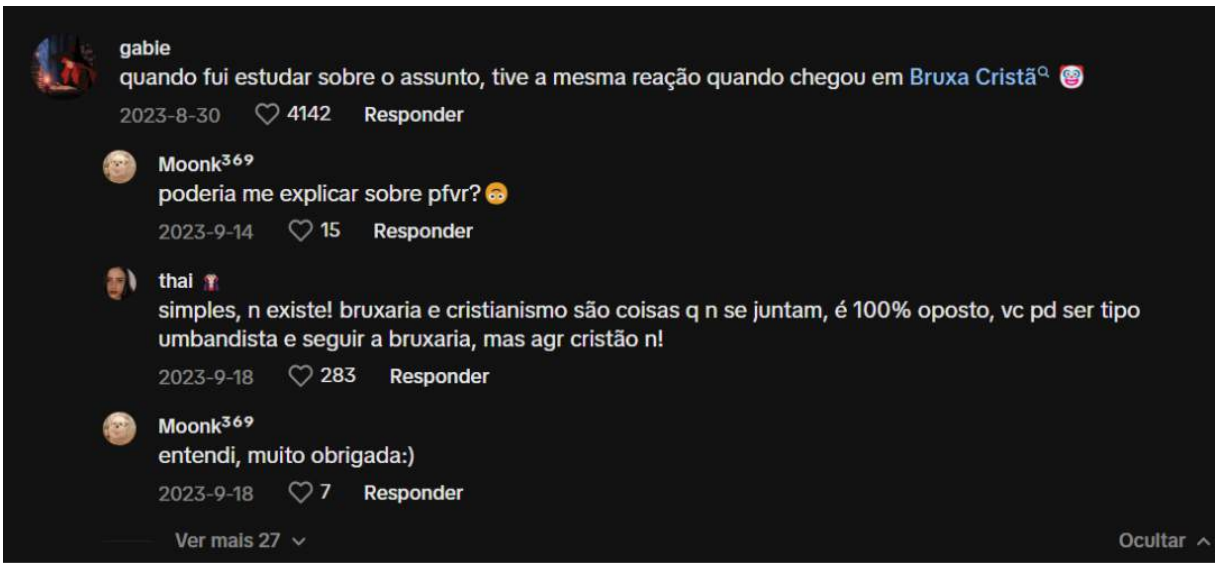


Fonte: TikTok, 05/03/24

O vídeo apresentado tem um tom humorístico e consiste na dublagem de um áudio viral da plataforma. As *hashtags* escolhidas pela criadora do post estão relacionadas ao *WitchTok*, não especificamente ao *WitchTok* brasileiro, mas a partir da legenda e das demais *hashtags*, concluímos que foi produzido por uma brasileira, para brasileiros ou pessoas que falam português. Podemos observar, com o recorte, quais foram as *hashtags* utilizadas pela produtora do vídeo. Observamos um alto número de salvamentos por parte do público, curtidas e comentários. Os

comentários apresentados no topo, selecionados pelo TikTok como comentários referenciais, coincidem novamente com a data de publicação do vídeo e os conteúdos possuem relação com o tema abordado. A seguir, destrinchamos algumas respostas dos comentários iniciais.

Figura 36: Comentários de “Ah, é? Eu também sou da bruxaria…”



Fonte: TikTok 05/03/24

Não nos aprofundaremos muito, pois a quantidade de comentários neste vídeo é extensa para uma análise concisa. A partir dos dois primeiros comentários e das interações subsequentes, observamos a interação entre usuários com interesses em comum. Esses comentários, marcados pela informalidade e pelo uso de *emojis*, sugerem que seus autores possuem interesse e conhecimento sobre o tema discutido. Eles são percebidos pelos demais telespectadores como indivíduos capazes de esclarecer dúvidas, como evidenciado pelas perguntas elaboradas posteriormente. Além disso, outros espectadores do vídeo também participaram da resolução das dúvidas, como indicado na primeira parte da imagem.

A produção de conteúdo sobre bruxaria no TikTok não apenas estimula o interesse e a interação entre os usuários, mas também promove a criação de novos conteúdos. A plataforma do TikTok incentiva a produção e a disseminação de vídeos, tanto na plataforma quanto em outras redes e mídias sociais, ampliando assim seu alcance. Observamos uma quantidade significativa de vídeos produzidos

no *WitchTok* Brasil, tornando o tema relevante para estudos, especialmente devido ao grande número de pessoas interessadas no conteúdo, apesar da escassez de trabalhos acadêmicos sobre o assunto. A *internet* facilita a formação de novas redes sociais, como grupos no WhatsApp e o compartilhamento de conteúdo, o que tem contribuído para o aumento da comunidade e incentivado a interação entre pessoas de diferentes locais e histórias. Os conteúdos compartilhados com a *hashtag* *#witchtokbrasil* despertam interesse pela bruxaria, muitas vezes desafiando tabus associados ao termo.

Essa dinâmica nos leva a focar na análise das interações e práticas dentro dessa comunidade digital, para entender como esses processos se desenrolam no contexto da bruxaria contemporânea.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante a pesquisa, o foco foi analisar as interações entre usuários na plataforma TikTok, com ênfase na comunidade *WitchTok*. Como consumidora de conteúdos relacionados ao *WitchTok*, observei que os comentários são particularmente notáveis como um espaço de troca de informações e esclarecimento de dúvidas entre os membros. Esse aspecto da comunidade demonstra um ambiente informativo e acolhedor, que contrasta significativamente com os tabus historicamente associados à bruxaria. No entanto, a realização desta monografia apresentou uma série de desafios. Em primeiro lugar, houve dificuldades em manter a delimitação precisa do tema, o que afetou a profundidade e o foco da análise. Além disso, tentei incluir uma representação gráfica das interações presentes na comunidade *WitchTok* Brasil para proporcionar uma visualização clara das conexões entre os membros. Meu objetivo era criar um grafo sistemático, que refletisse com precisão as relações e interações sem influências subjetivas. No entanto, a plataforma TikTok não oferece ferramentas adequadas para a coleta e análise desses dados, e nenhum aplicativo de análise de mídias sociais disponível atendeu às necessidades específicas da pesquisa.

Apesar de seguir as orientações de análise de mídias sociais descritas por Raquel Recuero, a dificuldade em encontrar uma solução técnica apropriada impediu a realização completa dessa análise. O desafio foi exacerbado pela falta de recursos para criar uma representação gráfica que fosse, ao mesmo tempo, precisa e livre de viés, resultando em uma limitação significativa na capacidade de apresentar uma visualização detalhada das interações da comunidade *WitchTok*. Assim, a pesquisa e a produção da monografia foram comprometidas por essas restrições, refletindo a necessidade de ferramentas mais adequadas para a análise de redes sociais e a importância de abordagens metodológicas que considerem essas limitações tecnológicas.

Ao longo deste estudo, explorei o universo fascinante do *WitchTok* Brasil, como uma comunidade diversificada que se desenvolveu no TikTok em torno da bruxaria e do misticismo. Utilizando o acervo teórico sobre bruxaria, *algoritmos*, redes sociais na *internet*, comunidades virtuais e a análise de interações por meio da

Netnografia, pude compreender melhor a complexidade e o papel significativo dessa comunidade na vida digital dos usuários.

Este estudo visou analisar as interações entre os usuários da plataforma, com foco na comunidade do *WitchTok*, e demonstrar como mídias sociais, mesmo aquelas voltadas para o entretenimento, podem fomentar o crescimento pessoal, estimular pesquisas e contribuir para a formação de novas comunidades por meio da interação e produção de conteúdo. Durante a pesquisa, enfrentei algumas dificuldades, como a falta de dados gráficos confiáveis sobre o tema na plataforma do TikTok e a lacuna na produção acadêmica nacional sobre o assunto. Isso ressalta a necessidade de mais estudos que aprofundem a compreensão desse fenômeno.

O TikTok transcende o conceito de uma mera plataforma de mídia, integrando características de redes sociais que facilitam interações mais profundas entre os usuários. O fenômeno conhecido como *WitchTok* Brasil exemplifica essa dinâmica, funcionando não apenas como um espaço de entretenimento, mas também como um ambiente onde novas interações e laços sociais são estabelecidos. Os conteúdos recomendados são determinados por *algoritmos* baseados no histórico de interesses e interações dos usuários, além de sugerirem possíveis conexões com pessoas conhecidas, refletindo assim a rede social física de cada indivíduo no espaço digital. A *internet* proporciona acesso a informações e documentos que, de outra forma, seriam menos acessíveis, permitindo que conteúdos compartilhados possam desafiar tabus e promover a expressão de diversas identidades e interesses.

Com base nas classificações de comunidades propostas por Recuero (2009), o *WitchTok* pode ser caracterizado como uma comunidade híbrida. Essa comunidade se desenvolve a partir de interações emergentes entre usuários interessados em bruxaria e práticas esotéricas, criando laços sociais significativos e contínuos. O TikTok, por meio de seu *algoritmo* de recomendação, expõe os membros do *WitchTok* a conteúdos e conexões com interesses semelhantes, facilitando a formação de sub comunidades e o fortalecimento de laços. Além disso, o *WitchTok* contribui para a formação e expressão de identidades relacionadas ao ocultismo, desafiando tabus e promovendo a troca de conhecimentos e experiências pessoais.

Observamos um pouco sobre a utilização dos *algoritmos*, suas influências, alguns de seus perigos e seus potenciais, a partir disso concluímos que, como toda

ferramenta criada, o que importa é a intencionalidade e a forma de utilização. Um lado positivo da utilização do *algoritmo* analisado é a formação de comunidades virtuais de pessoas com interesses em comum, a disseminação de conteúdos e o direcionamento para possíveis interessados. Principalmente quando consideramos que os conteúdos em questão foram alvo de tanto preconceito, a disseminação da produção de conteúdos relacionados à bruxaria colaborou para desmitificar o tema e aumentar o seu grau de aceitação, diminuindo os preconceitos históricos relacionados a conteúdos relacionados a bruxaria em específico.

A cada avanço na pesquisa, foi desafiador manter o foco no tema, pois era fácil me perder em conteúdos relacionados à *internet*, influenciadores e outros aspectos da bruxaria ou em temas similares. Pretendo, no futuro, refinar este trabalho, aprofundando-me ainda mais na história da bruxaria e das redes sociais. Os *algoritmos* estão cada vez mais presentes no dia a dia das pessoas que utilizam a *internet*, por isso, um estudo mais aprofundado sobre o tema seria interessante.

Esta pesquisa reforça a ideia de que as redes sociais, quando utilizadas de forma consciente e responsável, podem ser espaços poderosos para a construção de comunidades, o compartilhamento de conhecimentos e a promoção da diversidade cultural. O *WitchTok* Brasil exemplifica isso, mostrando como a *internet* pode ser um agente de transformação da sociedade.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, explorei diversos temas potenciais para análise relacionados ao TikTok e à comunidade *WitchTok*. Entre os temas considerados estavam a influência das recomendações *algorítmicas* nas interações da comunidade *WitchTok*, como o *WitchTok* desafia percepções tradicionais sobre bruxaria, a formação de redes de apoio e comunidade no *WitchTok* Brasil, o efeito da personalização de conteúdo no engajamento e na dinâmica social do *WitchTok* Brasil, e a análise da influência dos líderes de opinião no *WitchTok* Brasil. No entanto, ao longo do processo, meu interesse e foco se deslocaram para uma área mais ampla e abrangente. Atualmente, estou mais interessada em analisar redes sociais digitais de forma geral, com ênfase em como as interações e o envolvimento entre atores ocorrem nessas plataformas. Além disso, me interesso em investigar como as recomendações de conteúdo, impulsionadas por *algoritmos*, afetam o cotidiano e a vida pessoal dos indivíduos, bem como suas interações sociais no mundo *offline*. Esse novo foco reflete uma ampliação da pesquisa para compreender

de forma mais profunda a influência das redes sociais digitais e suas implicações para a realidade.

Por fim, gostaria de agradecer às pessoas que me apoiaram durante esta jornada, em especial aos meus pais e meus irmãos, que sempre estiveram ao meu lado, incentivando-me e torcendo pela conclusão deste trabalho e da minha graduação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, José M. F. **Breve história da INTERNET**. [S. l.]: Braga: Universidade Virtual de Informática, 2005. Disponível em: https://hdl.handle.net/1822/3396. Acesso em: 17 ago. 2023.

APPMAGIC. **[Apps em destaque]**. Jun 2024. Figura 9. Disponível em: https://appmagic.rocks/top-charts/apps. Acesso em: 04 jul. 2024.

APPMAGIC. **[Ranque do TikTok como aplicativo de destaque nos últimos anos]**. Jun. 2024. Figura 10. Disponível em: https://appmagic.rocks/dashboards/6686d537006b5. Acesso em: 04 jul. 2024.

BLACKER, Adam. **TikTok Gains 30+ Million Users in 3 Months.** [S.l.]: Apptopia, 2018. Disponível em: https://blog.apptopia.com/tiktok-gains-30-million-users-in-3-months. Acesso em: 19 mai. 2022.

BLACKER, Adam. **Worldwide and US Download Leaders 2021.** [S.l.]: Apptopia, 2022. Disponível em: https://blog.apptopia.com/worldwide-and-us-download-leaders-2021. Acesso em: 19 mai. 2022.

BRUXEDO. **Apoie a bruxaria nacional e fortaleça a bruxaria brasileira**. TikTok, 2021. Disponível em: https://www.tiktok.com/@bruxedo/video/6952588346897072 70?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7386874435196667397. Acesso em: 05 fev. 2024.

BRUXEDO. **8 Formas de trabalhar com o elemento água**. Tiktok, 2022. Disponível em: https://www.tiktok.com/@bruxedo/video/6908349547685235974?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7386874435196667397. Acesso em: 23 fev. 2024.

CORREIO BRAZILIENSE. **No Brasil, 51% das pessoas acreditam em bruxaria e magia negra:** Percentual de brasileiros que acreditam em bruxas está acima da média mundial, que é de 41%. Nov. 2022. Disponível em:

https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2022/11/5055053-no-brasil-51-das-pessoas-acreditam-em-bruxaria-e-magia-negra.html. Acesso em: 07 jul. 2024.

CÔRTES, Mariana; MACHADO, Carly. **Religiões e Pandemia**. In: Dossiê Religião e Sociedade. SciELO Brasil, 18 out. 2021. Disponível em: https://www.scielo.br/j/rs/a/7rrNMVyTJXNTDC9QJtrqzxw/?lang=pt#. DOI: https://doi.org/10.1590/0100-85872021v41n2editorial. Acesso em: 06 nov. 2024.

COSTA, K. L. N.; LIMA, B. I. Os 10 melhores filmes de bruxas. **Olhar Digital**. [S.l.], 2024. Disponível em: https://olhardigital.com.br/2024/02/18/cinema-e-streaming/os-10-melhores-filmes-de-bruxas/. Acesso em: 17 ago. 2024.

DARKBLOG. **Você sabe o que é WitchTok?**. 18 abr. 2022. Disponível em: https://darkside.blog.br/voce-sabe-o-que-e-witchtok/. Acesso em: 25 mar. 2023.

DONATH, Judith; BOYD, Danah. Public Displays of Connection. **BT Technology Journal**, v.22, n.4, p. 71-82, Out. 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/247294716_Public_Displays_of_Connection. Acesso em: 02 jul. 2024.

GODIN, Seth. **Tribos:** Nós precisamos que você nos lidere. Tradução: Rafael Reis. Rio de Janeiro: Alta Books, 2013.

GOOGLE. **Google Trends**. 4 Mar. 2024. Figura 12. Disponível em: https://trends.google.com.br/trends/explore?q=witchtok&date=now%201-d&geo=BR&hl=pt. Acesso em: 4 mar. 2024.

GRANT, Tom. **A Data-Driven Look at the TikTok Ban.** [S.l.]: Apptopia, 2024. Disponível em: https://apptopia.com/blog/a-data-driven-look-at-the-tiktok-ban/. Acesso em: 19 maio 2024.

GREER, John M. **Grimório Oculto:** Uma jornada mágica da alquimia à wicca. Tradução: Claudia G. Santos. Rio de Janeiro: Darkside, 2021.

GRIEN, Hans B. **The Witches**. Disponível em: https://www.curationist.org/works/work-met-416796. Acesso em: 04 jul. 2024.

IMDB. Abracadabra. Disponível em: https://www.imdb.com/title/tt0107120/?ref_=tt_mv_close. Acesso em: 17 ago. 2024.

INSIGHTS. **Por que o TikTok foi criado?**. *[S.l.]*, s.d. Disponível em: https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/por-que-o-tiktok-foi-criado. Acesso em: 04 jun. 2024.

INVESTING. **USD/BRL - Dólar Americano Real Brasileiro**, 2024. Página inicial. Disponível em: https://br.investing.com/currencies/usd-brl-historical-data. Acesso em: 05 fev. de 2024.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**: do tradicional ao digital. Tradutor: Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 5.0**: Tecnologia para a humanidade. Tradutor: André Fontenelle. Rio de Janeiro: Sextante, 2021.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia:** Realizando Pesquisa Etnográfica Online. Tradução: Daniel Bueno. São Paulo: Penso Editora, 2014.

LINDSTROM, Martin. **A Lógica de Consumo:** Verdades e mentiras sobre o que compramos. Tradução: Marcello Lino. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2008.

LISBOA, E. C.; COUTINHO, C. P. Comunidades virtuais: sistematizando conceitos. **Revista Científica de Educação a Distância**. *[S.l.]*. v.2, n.4, 2011. Disponível em: https://periodicos.unimesvirtual.com.br/index.php/paideia/article/view/161/178. Acesso em: 4 nov. 2024.

MARCONI, M. C. S.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2012.

MATOS, Fábio. **TikTok ultrapassa 1 bilhão de downloads e tem a maior receita de 2023:** Desde o seu lançamento, em 2016, o TikTok acumula 5,17 bilhões de downloads, dos quais 6% no Brasil. Aplicativo lidera ranking mundial. **Metrópoles**, [S.l.], Jan. 2024. Disponível em: https://www.metropoles.com/negocios/tiktok-ultrapassa-1-bilhao-de-downloads-e-tem-a-maior-receita-em-2023. Acesso em: 19 fev. 2024.

MONTEIRO, Jean C. S. TiktTok como novo suporte midiático para aprendizagem criativa. **Revista Latino-Americana de Estudos Científicos**, Maranhão, v. 1, n. 2, p. 5-20, Mar./Abr. 2020. Disponível em: https://periodicos.ufes.br/ipa/article/view/30795. Acesso em: 19 maio 2022.

MUSSOI, E. M.; FLORES, M. L. P.; BEHAR, P. A. Comunidades virtuais: Um novo espaço de aprendizagem. **Revista Novas Tecnologias na Educação**, Porto Alegre, v. 5, n. 1, 2007. DOI: 10.22456/1679-1916.14241. Disponível em: https://seer.ufrgs.br/index.php/renote/article/view/14241. Acesso em: 4 nov. 2024

NERY, Carmen; BRITTO, Vinícius. **Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021.** [S.l.]: Agência IBGE notícias, 2022. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021. Acesso em: 19 fev. 2024.

OPAS - Organização Pan-Americana de Saúde. **Histórico da pandemia de COVID-19**. [S.l.], [s.d.]. Disponível em: https://www.paho.org/pt/covid19/historico-da-pandemia-covid-19#:~:text=Em%2031%20de%20dezembro%20de,identificada%20antes%20em%20seres%20humanos. Acesso em: 20 maio 2022.

PAIXÃO, Jefferson**. Oito formas de trabalhar com o elemento água.** [Vídeo]. TikTok, 20 dez. 2020. Disponível em: https://www.tiktok.com/@bruxedo/video/6908349547685235974?q=witchtok%20brasil%20água%20&t=1709430221043. Acesso em: 05 mar. 2024.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível**: O que a internet está escondendo de você. Tradução: Diego Alfaro. Estados Unidos: Zahar, 2012.

PINTEREST. **Frontispício do *Malleus Maleficarum***. Figura 5. Disponível em: https://pin.it/3AvHHrsNu. Acesso em: 04 jul. 2024.

RAMALHO, José A. **Mídias Sociais na Prática**. São Paulo: Elsevier, 2010.

RECUERO, R.; BASTOS, M.; ZAGO, G. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

RECUERO, Raquel da Cunha. **Comunidades Virtuais:** Uma Abordagem Teórica. 2001. *In:* V Seminário Internacional de Comunicação. 2001. Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2001. Disponível em: http://www.raquelrecuero.com/teorica.htm. Acesso em: 04 nov. 2024.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. Redes sociais no ciberespaço: Uma proposta de Estudo. *In*: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Ensino e pesquisa em comunicação.** *[S.l]*.: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2005. Trabalho o 200503101133. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r0096-1.pdf. Acesso em: 01 jan. 2024.

ROCKCONTENT. **Conheça a história da Internet, sua finalidade e qual o cenário atual.** Brasil, 2022. Disponível em: https://rockcontent.com/br/blog/historia-da-internet/. Acesso em: 16 Dez. de 2023.

RUSSEL, Jeffrey B.; ALEXANDER, Brook. **História da Bruxaria**. 2. ed. Tradução: Álvaro Cabral; William Lagos.Editora Aleph Ltda. São Paulo, 2019.

SEBRAE. **Você sabe como funciona o algoritmo do TikTok?:** O algoritmo do TikTok considera a originalidade e os interesses dos usuários na hora de distribuir os vídeos. Brasil, 2023. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-como-funciona-o-algoritmo-do-tiktok,d307c4ee6b5f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em: 23 dez. de 2023.

SELLENA. **“AH é? Eu também sou da bruxaria, qual sua vertente?”**. [Vídeo]. TikTok. 30 ag. de 2023. Disponível em: https://www.tiktok.com/@sousellena/video/7273122536064437509?q=eu%20também%20sou%20bruxa%20qual%20a%20sua%20vertente%20&t=1709609334646. Acesso em: 05 mar. 2024.

STATISTA. **Leading mobile apps worldwide in march 2024, by dowloads (in millions).** 2024. Figura 7. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/1448008/top-downloaded-mobile-apps-worldwide/#:~:text=In%20March%202024%2C%20Meta-powered,followed%20with%2046%20million%20downloads. Acesso em: 02 jul. 2024.

STUDIOVISUAL. **Top 10 Apps Mais Baixados em 2023? Veja o Ranking.** *[S.l]*, Studiovisual, 2023. Disponível em: https://studiovisual.com.br/apps-mais-baixados-em-2023. Acesso em: 04 jan. 2024.

SYOZI, Ricardo; CIRIACO, Douglas. **Instagram e TikTok dominam lista de apps mais baixados em dezembro.** Canaltech, Jan. 2024. Disponível em: https://canaltech.com.br/apps/instagram-e-tiktok-dominam-lista-de-apps-mais-baixados-em-dezembro-277475/. Acesso em: 19 fev. 2024.

TEIXEIRA, Mari. **‘WitchTok’: Bruxaria no TikTok rende bilhões de visualizações com dicas de feitiços e vídeos bem-humorados**. Brasil: O Globo Cultura, 2022. Disponível em: https://oglobo.globo.com/cultura/witchtok-bruxaria-no-tiktok-rende-bilhoes-de-visualizacoes-com-dicas-de-feiticos-videos-bem-humorados-25469066. Acesso em: 17 maio 2022.

TREVISAN, R. Uriel. As bruxas no cinema: representações imagéticas de gênero e subversão. In: Congresso {Virtuual} de Iniciação Científica da Unicamp, 28., 2020. São Paulo. **Resumo** [...]. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2020. Disponível em: https://prp.unicamp.br/inscricao-congresso/resumos/2020P17105A34925O376.pdf. Acesso em: 16 jul. 2024.

TIKTOK. **Aba amigos.** [S.l]: Suporte TikTok, 2021. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/exploring-videos/friends-tab. Acesso em: 3 jul. 2024.

TIKTOK. **Como o TikTok recomenda os vídeos para o feed #ParaVocê**. [S.l]: newsroom TikTok, 2020. Disponível em: https://newsroom.tiktok.com/pt-br/como-o-tiktok-recomenda-os-videos-para-o-feed-paravoce. Acesso em: 28 jun. 2024.

TIKTOK. **Contas pessoais e corporativas no TikTok**. [S.l]: Support TikTok, 2021. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/growing-your-audience/switching-to-a-creator-or-business-account. Acesso em: 04 jul. 2024.

TIKTOK. **Controles de conteúdo.** Jun. 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/safety/pt-br/content-controls/. Acesso em: 04 jul. 2024.

TIKTOK. **Diretrizes da Comunidade.** Mai. 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt-br/. Acesso em: 24 fev. 2024.

TIKTOK. **Dueto.** Dez. 2020. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/creating-videos/duets. Acesso em: 04 jul. 2024.

TIKTOK. **Encontrando amigos em seus contatos.** fev. 2021. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/followers-and-following/finding-friends-from-your-contacts. Acesso em: 04 jul. 2024.

TIKTOK. **Estudo mostra que TikTok é a plataforma que as pessoas buscam para "levantar o ânimo" um espaço de descoberta para novos produtos e marcas**. Ago. 2021. Disponível em: https://newsroom.tiktok.com/pt-br/estudo-mostra-que-tiktok-e-a-plataforma-que-as-pessoas-buscam-para-levantar-o-animo. Acesso em: 19 maio 2022.

TIKTOK. **Guia para novos usuário**s. Jun. 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/safety/pt-br/new-user-guide/. Acesso em: 02 jul. 2024.

TIKTOK. **Nossa abordagem de moderação de conteúdo.** TikTok. s.d. Disponível em: https://www.tiktok.com/transparency/pt-br/content-moderation/. Acesso em: 3 jul. 2024.

TIKTOK. **O ano no TikTok:** Celebrando as marcas que divertiram e estimularam a alegria entre a comunidade. 2021. Disponível em: https://newsroom.tiktok.com/pt-br/o-ano-no-tiktok-2021-marcas-de-profissionais-de-marketing. Acesso em: 19 maio 2022.

TIKTOK. **Para Você**. [S.l]: TikTok Support, 21 fev. 2021. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/exploring-videos/for-you. Acesso em: 3 jul. 2024.

TIKTOK. **Princípios da comunidade.** TikTok, 17 abr. 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt/community-principles. Acesso em: 3 jul. 2024.

TIKTOK. **Segurança e bem-estar dos jovens.** Abr. 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt/youth-safety. Acesso em: 04 jul. 2024.

TIKTOK. **Termos de Serviço.** [S.l], 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/pt-BR. Acesso em: 24 fev. 2024.

TIKTOK. **WitchTok Brasil**. Disponível em:https://www.tiktok.com/search/video?q=witchtok&t=1720147161668. TikTok. Acesso em: 2023/2024.

TIKTOK. **Wichtok Brasil**. Disponível em: https://www.tiktok.com/search?q=wichtokbrasil&t=1728070673327. Acesso em: 23 jul. 2024.