

“Eu danço, gravo vídeo, gravo do celular da minha mãe”: *TikTok* na (con)formação de culturas e identidades infantis

Santos, Maria Clara De Medeiros Queiroz ¹

Silva, Silvana de Medeiros ²

Momo, Mariangela ³

RESUMO

Este artigo tem como premissa que as mídias consistem em pedagogias culturais, posto que se configuram em relações de saber e poder e que propagam e ensinam modos de ser, agir, pensar e sentir. Assim, tem-se como objetivo compreender como vídeos do *TikTok* (as *trends*) afetam a cultura infantil e a identidade de crianças que frequentam um CMEI na zona Sul de Natal/RN. O arcabouço teórico advém dos Estudos Culturais em Educação, da Sociologia da Infância, e Estudos das Mídias. Trata-se de uma pesquisa qualitativa com crianças, com metodologia de pesquisa de campo, realizada em uma instituição de Educação Infantil, no segundo semestre de 2022, em Natal/RN. Os resultados apontam que as experiências no *TikTok* contribuem para produzir identidades infantis configuradas por aspectos midiáticos, do consumo, e afetar as culturas infantis. Sinaliza-se que essas questões precisam ser incluídas e problematizadas na formação inicial e continuada de professoras(es).

Palavras-chave: TikTok; crianças; identidade; cultura Infantil.

“I dance, i record videos, i record from my mother’s cell phone”: *TikTok* in the (con)formation of children’s cultures and identities

ABSTRACT

¹ Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Graduada em Pedagogia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Integrante do Grupo de Estudos e Pesquisa em Estudos Culturais, Pedagogias e Educação (GEPE/CNPq). Email: claradocsdriveufrn@gmail.com Lattes: <https://lattes.cnpq.br/7384451437655642>. Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-8863-5696>.

² Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Doutora em Educação, professora da Educação Básica. Integrante do Grupo de Estudos e Pesquisa em Estudos Culturais, Pedagogias e Educação (GEPE/CNPq). Email: silmedeiros96@gmail.com Lattes: <https://lattes.cnpq.br/9991311558393794>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6343-4346>.

³ Universidade Federal do Rio Grande Norte. Professora Titular do Curso de Pedagogia e do Programa de Pós-Graduação em Educação da UFRN. E-mail: mariangela.momo@ufrn.br. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6061996250283917>. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9014-657X>.

This article is premised on the premise that media constitute cultural pedagogies, since they are configured in relations of knowledge and power and propagate and teach ways of being, acting, thinking, and feeling. Thus, the objective is to understand how TikTok videos (the trends) affect the children's culture and identity of children attending a CMEI in the southern zone of Natal, Rio Grande do Norte. The theoretical framework comes from Cultural Studies in Education, Sociology of Childhood, and Media Studies. This is a qualitative study with children, using field research methodology, conducted at an early childhood education institution in Natal, Rio Grande do Norte, in the second half of 2022. The results indicate that experiences on TikTok contribute to the production of children's identities shaped by media and consumer aspects, and affect children's cultures. It is highlighted that these issues need to be included and problematized in the initial and continuing education of teachers.

Keywords: TikTok; children; identity; children's culture.

“Bailo, grabé videos, grabé desde el celular de mi madre”: TikTok en la (con)formación de las culturas e identidades infantiles

RESUMEN

Este artículo parte de la premisa de que los medios de comunicación constituyen pedagogías culturales, ya que se configuran en relaciones de conocimiento y poder, y propagan y enseñan formas de ser, actuar, pensar y sentir. Por lo tanto, el objetivo es comprender cómo los videos de TikTok (las tendencias) afectan la cultura e identidad de los niños que asisten a un CMEI en la zona sur de Natal, Rio Grande do Norte. El marco teórico proviene de Estudios Culturales en Educación, Sociología de la Infancia y Estudios de Medios. Se trata de un estudio cualitativo con niños, utilizando la metodología de investigación de campo, realizado en una institución de educación infantil en Natal, Rio Grande do Norte, en el segundo semestre de 2022. Los resultados indican que las experiencias en TikTok contribuyen a la producción de identidades infantiles moldeadas por los medios y los aspectos del consumo, e inciden en sus culturas. Se destaca la necesidad de incluir y problematizar estas cuestiones en la formación inicial y continua del profesorado.

Palabras clave: TikTok; niños; identidad; cultura infantil.

INTRODUÇÃO



Interterritórios | Revista de Educação
Universidade Federal de Pernambuco,
Caruaru, BRASIL | V.11 N.20 [2025] e267345
Dossiê Estudos Culturais em Educação:
proposições, articulações e reverberações
<https://doi.org/10.51359/2525-7668.2025.267345>

1. TikTok, uma pedagogia cultural contemporânea

O *TikTok* é um aplicativo de origem chinesa que se tornou popular no mundo no ano de 2019, e, atualmente, está disponível em 150 países e 75 idiomas. Consiste em um aplicativo de vídeos curtos, geralmente, com cerca de 30 segundos a 10 minutos, em que o usuário, a partir do seu perfil na rede, grava e publica vídeos, segue outros usuários e interage com suas postagens. Faz isso curtindo, comentando e compartilhando na plataforma do *TikTok* ou em outras plataformas, o que torna o aplicativo também uma rede social (Felix, 2020; Santirso, 2022).

O fenômeno mundial *TikTok* possui alta tecnologia e diversos recursos, como a possibilidade de realizar cortes nas imagens, colocar filtros, trilha sonora e legendas. Os vídeos podem ser editados pelo usuário que pode ainda abusar da sua imaginação e criatividade para criar à vontade suas histórias em imagens em movimento (Felix, 2020; Santirso, 2022). A plataforma também utiliza uma estrutura algorítmica que opera a partir da interação e dos interesses do usuário. Os algoritmos são programados na lógica do pensamento binário, isto é, operam pelo critério de segmentação do tipo igual-igual, pela conexão com comportamentos adjacentes e postagens recentes (Cesarino, 2022). Assim, são selecionados vídeos que aparecem na linha de tempo dos usuários, ao passo que muitos outros são omitidos.

De acordo com Santaella (2003) as redes sociais se tornaram um novo lugar social na cultura digital que possibilita o encontro, a interação e o estabelecimento de relações, como também de grupo(s). No *TikTok*, culturas próprias têm sido criadas e propagadas pelos usuários - majoritariamente, crianças e jovens -, que, ao estabelecerem redes de comunicação e de interação dentro dessa mídia, também produzem conteúdos e suas identidades no movimento de ser produtor e consumidor de cultura de forma indissociável. A cultura do *TikTok* apesar de ter o audiovisual como principal linguagem é constituída na hibridização de linguagens, haja vista que é muito utilizada, dentre outras, a legenda escrita. Percebe-se que a produção de pequenos vídeos tem como um dos principais objetivos viralizar na rede, isto é, ser acessada milhares de vezes por milhares de pessoas.

A cultura das danças coreografadas, das músicas, das *trends* (*trends* diminutivo do inglês *trend toppings*, se traduz em uma tendência do momento dentro do aplicativo), dos vídeos de desafios, de dublagem, de imitação, de humor, de resenhas de brinquedos, de comprinhas, tutorias de maquiagem, dos alunos se filmando e filmando seus colegas são exemplos da cultura que configura essa rede social. Além disso, a propagação de estilos de cabelos, de

roupa, de calçados, de maquiagem, de produtos, também compõe essa cultura que circula de modo proeminente entre crianças na contemporaneidade.

O artigo intitulado de “Dinâmicas sociais em produções de ciberdança no aplicativo *TikTok*” apresentado no XXIX congresso de iniciação científica afirma que:

A utilização da plataforma para o compartilhamento de vídeos gerou um fenômeno social entre usuários que apresentam, agora, em seus conteúdos, uma manutenção de novas comunidades virtuais emergentes dos próprios produtos audiovisuais a partir de competições, cooperações, agregações, adaptações e apropriações sociais (Chies; Rebs, 2020).

Portanto, gravar vídeos autênticos ou já famosos dentro da cultura de determinadas comunidades, incluindo as virtuais ou redes sociais, regravar, reinventar, dublar áudios, repostar, postar e compartilhar dentro e fora do aplicativo são formas de se manter ascendendo na cultura desse ambiente. Neste processo, o sujeito, incluindo crianças, que está inserido e participando dessa cultura é motivado pelo desejo de ganhar visibilidade, reconhecimento e validação social. Assim, ele não só acompanha a cultura no *TikTok*, ele é convocado a colaborar efetivamente com essa cultura (Couto, 2014), produzindo-a.

Em nossas pesquisas, realizadas em escolas públicas de Educação Básica no município de Natal no estado do Rio Grande do Norte, observamos que, nos contextos escolares, as crianças maiores na posse do celular fazem vídeos dentro das instituições, postam e acompanham o que acontece no *TikTok* e/ou na escola, nos horários do intervalo das aulas. As crianças menores, que não portam e nem usam o celular no ambiente escolar, se referem a essa cultura do *TikTok* em suas narrativas em rodas de conversas, em diálogo com as professoras e ou entre colegas comentando sobre as danças, sobre os usuários famosos, sinalizam desejo de adquirir determinado brinquedo propagado na rede, reproduzem as dancinhas coreografadas e cantam músicas que são a atração do momento.

Considerando a influência que a cultura do *TikTok* tem exercido sobre grupos de crianças, algo evidente nos ambientes escolares e na própria plataforma é que essa plataforma pode ser considerada na perspectiva dos Estudos Culturais em Educação como uma pedagogia cultural. Tendo em vista a compreensão de que “[...] locais pedagógicos são aqueles onde o poder se organiza e se exercita, tais como as bibliotecas, TV, filmes, jornais, revistas,

brinquedos, anúncios, videogames, livros, esportes, etc” (Steinberg, 1997, p. 101-102). Nessa perspectiva, o *TikTok* pode ser considerado, como já dito, uma pedagogia cultural, pois caracteriza-se como um lugar em que ideias são compartilhadas e propagadas e o poder se exercita.

Portanto, este pensamento corrobora com o que compreendemos acerca desta rede social: uma ferramenta pedagógica cultural que se configura a partir de relações de saber e de poder, colocando em circulação determinados modos de ser, agir, sentir e pensar, ensinando as crianças sobre o mundo e sobre a vida. Nesse sentido, suas imagens em movimentos oferecem às crianças vastas possibilidades de processos de identificação, convocando as crianças pós-modernas escolares (Momo, 2007) a se posicionar em relação a elas, se identificando ou não, o que impacta profundamente a produção das identidades infantis (Hall, 2006) e a cultura das crianças (Corsaro, 2002, 2009; Sarmento, 2003) na contemporaneidade.

Desse modo, as crianças, para fazer parte dessa cultura, muitas vezes precisam se automodificar fisicamente, adquirir artefatos, aprender músicas, danças e modos de agir, buscando-se encaixar em um padrão momentâneo e provisório disposto no jogo simbólico de poder, dentro da rede *TikTok*. Podemos inferir que certamente, esses processos influenciam seus gostos, interesses, valores morais, formam sua estética, moldam emoções, incidindo na produção das suas identidades e modos de ser dentro e fora das telas, como no contexto por nós aqui estudado: a escola.

2. A identidade infantil pós-moderna

Nessa seção do texto, nos dedicamos a discutir a construção e reconstrução das identidades infantis que habitam as escolas nesta era midiática, figurada com os recursos digitais. Abordamos a existência dessas identidades na perspectiva dos Estudos Culturais em Educação que considera que muitas identidades no contexto atual têm características midiáticas, descentradas e efêmeras (Bauman, 2021; Hall 2006).

Para Hall (2000), a identidade é marcada pela diferença, preceito perpassado em sua obra *Identidade e diferença*, em outras palavras a identidade é uma “Construção [...] tanto simbólica quanto social” (Hall, 2014, p. 10), conceito que se apresenta mais tarde na sua obra *A identidade cultural na pós-modernidade*. Na segunda obra citada, Hall (2006) defende a tese de que mudanças estruturais transformaram as sociedades no final do século XX. Essas mudanças fragmentaram as identificações de classe, gênero,

sexualidade, etnia e nacionalidade que eram bases sólidas para os processos de identificação social. Assim, abalaram a ideia que os sujeitos têm em si mesmos, identidades únicas e imutáveis, o que tem produzido o descentramento do entendimento de sujeito, a partir de uma estrutura estável.

Segundo o autor, “o próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático” (Hall, 1992, p. 12), ao que denomina de deslocamento ou descentração do sujeito, isto é, esta perda de um sentido de si estável. “Esse duplo deslocamento-descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos - constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo” (Hall, 2006, p. 9). Presumimos que a cultura das redes sociais, como o *TikTok*, acentua a construção identitária simbólica descentrada, efêmera e flexível e que tem caracterizado as identidades infantis, observadas nas crianças dentro das escolas pesquisadas.

Para compreender a centralidade da cultura nas sociedades contemporâneas Hall (1997) toma como foco as transformações culturais, sociais, e identitárias que promovem mudanças de paradigmas em relação ao que é cultura, e aos contornos que vêm assumindo, sobretudo na relação com as mídias digitais, e sua influência na subjetividade humana e, consequentemente, em suas identidades. O autor aponta, inclusive, especificidades nunca vistas no que diz respeito a possibilidades identitárias ofertadas aos sujeitos em novas configurações culturais: “nossa participação na chamada ‘comunidade’ da Internet é sustentada pela promessa de que nos possibilite em breve assumirmos *ciberidentidades* – substituindo a necessidade de algo tão complicado e fisicamente constrangedor como é a interação real” (Hall, 1997, p. 23).

Portanto, pode-se afirmar que a relação da criança com a cultura digital desemboca no processo de construção destas novas identidades culturais cibernéticas, que Hall (1997) denominou de *ciberidentidades*. Seus aspectos são forjados em uma dinâmica virtual e real ao mesmo tempo. Nesse contexto, “a cultura está presente nas vozes e imagens incorpóreas que nos interpelam das telas [...]. Ela é um elemento-chave no modo como o meio ambiente doméstico é atrelado, pelo consumo, às tendências e modas mundiais” (Hall, 1997, p. 22). Este processo é, portanto, constituinte do que estamos chamando de identidade infantil pós-moderna (Steinberg, 2001, Momo, 2007, Dornelles, 2012) da criança que usa o *TikTok* e consome as músicas e danças, que são mundialmente famosas a partir das *trends*.

Conforme Hall (1997, p. 23), “a cultura aprofunda-se na mecânica da própria formação da identidade.” Assim, a construção da identidade como descentrada, efêmera e instável é moldada pela cultura que a interpela e se constrói a partir dela, em movimentos simbióticos. Ou seja, a cultura digital das danças, das *trends* e das coreografias molda a identidade da criança que também, enquanto sujeito ativo, molda a cultura. Ou seja,

[...] a identidade emerge, não tanto de um centro interior, de um “eu verdadeiro e único”, mas do diálogo entre os conceitos e definições que são representados para nós pelos discursos de uma cultura e pelo nosso desejo (consciente ou inconsciente) de responder aos apelos feitos por estes significados, de sermos interpelados por eles [...] (Hall, 1997, p. 26).

Entendemos, então, que as crianças contemporâneas desejam ou são impelidas a partilhar desses novos modos de ser criança e viver a infância a partir dos discursos culturais que as convocam continuamente pelas telas digitais. Dessa maneira, desejam pertencer as *trends*, dominar as coreografias, saber as músicas, cantá-las e gravá-las, reproduzir os desafios, dublagens e postar tudo no aplicativo *TikTok* mediadas pelo desejo (in)consciente de se sentir pertencente, de se deixar pertencer. Nesses movimentos, as crianças experienciam suas vidas “[...] por meio das redes sociais digitais, em meio aos inúmeros processos interativos e participativos. Através dessas redes construímos subjetividades e sociabilidades, e redesenhamos nossos modos de ser e viver” (Couto, 2013, p. 901). Também para Kellner (2001), as identidades são forjadas na cultura e pelos indivíduos em processos imbricados e indissociáveis.

Nesse viés, a mídia, a partir da internet, torna-se, em muitas experiências, aparato crucial para a construção de processos de identificação de um grupo significativo de crianças, tendo, portanto, “[...] alterado, modificado, os processos de produção, circulação e consumo de significados (Momo, 2007, p. 57), sendo a identidade aspecto constituído neste “circuito cultural” (Du Gay *et al.*, 1997).

Portanto, a cultura engendrada e difundida a partir da internet e das redes sociais, configurada por discursos midiáticos, põe em circulação identidades comuns e performáticas, desembocando, em muitas situações, neste movimento: na criação de uma cultura comum em que significados e os artefatos são compartilhados dentro de um circuito cultural. O *TikTok* funciona como um aparato para a construção de identidades. Assim, nas escolas pesquisadas, é possível observar identidades infantis escolares em que as

crianças partilham modos de ser e existir a partir das danças, por meio as *trends* - em que as crianças estão se filmando e postando no *TikTok* -, ou até mesmo dançando e mostrando para os colegas na escola. São movimentos em que o sujeito criança se afasta de si, ou de um autêntico *Eu* (ainda que em uma configuração provisória) e se aproxima dos discursos, modos de ser e agir difundidos na mídia: num movimento antagônico e constituinte de suas identidades instáveis, efêmeras e provisórias.

3. As redes sociais na constituição da cultura infantil pós-moderna

Segundo Sarmiento (2003, p. 3) o conceito de cultura da infância está relacionado “[...] à capacidade das crianças construírem de forma sistematizada modos de significação do mundo e de acção intencional, que são distintos dos modos adultos de significação e acção” corroborando com Hall (1997, p. 29), que afirma que “[...] a cultura não é nada mais do que a soma de diferentes sistemas de classificação e diferentes formações discursivas, aos quais a língua recorre a fim de dar significado às coisas”. Portanto, no mundo midiático em que as crianças estão imersas na contemporaneidade, as redes sociais dão profusão aos significados e sistemas construídos em comunidade. No caso, comunidades virtuais em que os discursos são forjados, disseminados e transpassados nos sujeitos-crianças e nas relações que constituem sua vida real: na escola, em casa, no bairro, em outras comunidades reais ou virtuais.

No mundo midiático, em que se inserem as crianças de nossas pesquisas, para compreendê-las e compreender suas infâncias, parece não haver como dissociá-las das redes sociais. Em outras palavras, fica difícil dissociá-las de uma cultura infantil midiática por redes sociais que operam como Pedagogias Culturais, como afirma Momo (2014):

Com as pedagogias culturais, as crianças aprendem a ser sujeitos segundo gênero, raça, classe social, idade, entre outros aspectos. É por meio delas que muitas crianças interagem com as múltiplas linguagens, com a multiplicidade de imagens e narrativas que estão no mundo. Muitas vezes é por meio delas que aprendem as primeiras palavras, ouvem as primeiras músicas, desenvolvem a sensibilidade, a estética e os gostos pessoais (Momo, 2014, p. 13).

Desse modo, entendemos que há, nas redes sociais, a construção e disseminação de uma linguagem própria, como por exemplo, os termos *trend* e *dancinha viral*, disseminados no *TikTok*. Além disso, há um hibridismo na

dimensão conceitual, criando modos distintos de significação pelas crianças que utilizam determinados termos para a constituição de uma cultura, da sua cultura, dentro do aplicativo. As experiências com e no *TikTok* moldam as linguagens das crianças e os significados que utilizam para compreender e atuar no mundo dentro e fora do aplicativo, como no contexto escolar.

As redes sociais engendram o modo de ser e de constituir a cultura infantil, a partir do momento em que “[...] o digital não se refere apenas aos efeitos e possibilidades de uma determinada tecnologia, mas abrange formas de pensar e de desenvolver certas atividades que são incorporadas por essa tecnologia e que permitem a sua existência” (Bortolazzo, 2016, p. 11); se interseccionam com os modos de agir, pensar e se relacionar dos sujeitos que a usam. Quando as crianças produzem os vídeos de dancinhas, postam, comentam, compartilham e colaboram para os viralizar dentro das comunidades virtuais do aplicativo, estão de fato reproduzindo criativamente essa cultura propagada pela rede social *TikTok* e simultaneamente são produzidas por essas. Ao passo em que significam essas tendências e as reproduzem, estão produzindo as suas culturas infantis que estamos nomeando como pós-moderna. Uma cultura que se forja e se materializa no e entre o virtual e o real.

O *TikTok* como rede social que constitui a cultura midiática das crianças escolares atende a características específicas como a denominação de *aldeia* e de formas de sistematização do conhecimento. No entanto, para os estudos no âmbito da Sociologia, o termo rede social engendra um conceito mais complexo que ajuda a entender as redes sociais e sua roupagem atualmente (Acioli, 2007). Portanto, Acioli (2007) entende que as “redes” seriam configuradas a partir de laços sociais, que se cruzam e entrecruzam e se ligam à sociedade e às suas instituições, bem como aos sujeitos que as constituem.

Neste sentido, para corroborar com este pensamento de que as redes nada mais são que o intercruzamento e compartilhamento de sentimentos e informações que promovem a interação, acionamos o conceito de cultura da infância a partir de Corsaro (2009, p. 32), que define a cultura da infância como sendo: “um conjunto estável de atividades ou rotinas, artefatos, valores e interesses que as crianças produzem e compartilham na interação com seus pares”. O autor também se vale do conceito de Reprodução Interpretativa para caracterizar o que chama de cultura infantil. Para o autor:

O termo reprodução significa que as crianças não apenas internalizam a cultura, mas contribuem ativamente para a reprodução e a mudança cultural. [...] O termo interpretativo captura os aspectos

inovadores da participação das crianças na sociedade, indicando o fato de que as crianças criam e participam de suas culturas de pares singulares por meio da apropriação de informações do mundo adulto [...] (Corsaro, 2009, p. 31).

No *TikTok*, há justamente múltiplas interpretações do mundo adulto, das músicas e da coreografia, realizadas pelas crianças, atendendo aos seus interesses de midiatização, de interação e de pertencer ao mundo de criança e adulto, concomitantemente, aprofundando os processos antes descritos de intercruzamento de laços, reprodução de cultura e produção de uma nova cultura ao mesmo tempo.

Portanto, a rede social *TikTok* funciona como um aparato a partir de mecanismos, como a “viralização”, o “compartilhamento”, as “*trends*”, as “dancinhas”, as “tendências”, as “modinhas”, para que as crianças se insiram repetidamente e cotidianamente nesse universo virtual. A criança reformula as danças, jeitos de agir e modos de ser do mundo adulto para “caber” no mundo *TikToker*. Ponderamos como um movimento de inter-relação. Ou seja, as danças inicialmente propagadas pelos adultos são internalizadas pelas crianças que as reproduzem atendendo aos seus modos de agir e interesses próprios do mundo infantil e gerando uma cultura infantil.

Consequentemente, este sujeito criança que está imerso em redes sociais, com é o caso do *TikTok*, como disseminador de vínculos interpessoais, é moldado e se molda em uma cultura infantil pós-moderna, perpassada e difundida pelas crianças no universo virtual, mas também dentro e fora da escola. Tal cultura é produzida e circula no mundo infantil e no mundo adulto, borrando fronteiras entre esses mundos, reforçando ou conflitando laços comunicativos, e consequentemente, reforçando as formas sistematizadas de significação de mundo, num movimento que constitui os modos de ser e agir dos sujeitos.

Aspectos metodológicos

A metodologia que gerou informações acionadas e analisadas neste artigo se insere em uma abordagem de pesquisa qualitativa com crianças (Muller e Carvalho, 2009; Cruz, 2008). Utilizamos como método o Estudo de campo (Bogdan, Biklen, 2014) com procedimentos de observação e conversação em ambiente escolar. As três autoras deste texto desenvolvem pesquisas articuladas que investigam as identidades e subjetividades infantis, considerando a cultura pós-moderna, marcadamente midiática, consumista e

tecnológica, em escolas públicas do estado do Rio Grande do Norte, no Brasil. Os dados que serão acionados na continuidade deste artigo advêm de apenas uma dessas pesquisas que utilizou como recursos anotações em diário de campo, realizadas por uma das autoras deste texto, gravador de voz do celular, *notebook*, roteiro com questões/temas abordadas durante a pesquisa de campo, e diário de sala da professora, de outra pesquisadora e também uma das autoras desse artigo. A pesquisa foi autorizada pela instituição, pelos responsáveis das crianças e teve o consentimento das próprias crianças. Para garantir o anonimato das crianças, utilizamos codinomes nos excertos do diário de campo disponibilizados neste artigo.

O estudo de campo realizou-se em uma instituição de educação infantil do município de Natal, RN, em uma turma de Pré-escola, no mês de junho de 2022. A turma possuía 25 crianças na faixa-etária de cinco a seis anos de idade. Utilizamos um roteiro com questões/temas predispostos para guiar as conversas com as crianças em torno do objetivo da pesquisa.

Após o período de observação e realização de conversas com as crianças, organizamos experiências nas quais apresentamos para elas alguns vídeos do *TikTok* que haviam viralizado entre o público infantil. Eram vídeos de danças e brinquedos, entre outros, intencionando registrar as interações e diálogos das crianças, enquanto assistiam aos vídeos, e guiar as conversas posteriores entre pesquisadoras e crianças. A presença no campo ocorreu durante duas semanas, de segunda a sexta-feira, com permanência durante todo o turno vespertino. Os diálogos realizados com as crianças foram gravados em áudio e transcritos para a produção das análises.⁴

A partir dos diálogos com as crianças, na interseção com o aporte teórico, construímos alguns sentidos para compreender como vídeos do *TikTok* (advindos das *trends*) configuram a cultura infantil e a identidade de crianças escolares que frequentam um CMEI na zona Sul de Natal/RN. Em um contexto em que as identidades são fluidas, mutáveis, descentradas (Hall 2003; Bauman 2005; 2021), que se adequam e se modelam conforme ambientes, situações e interesses específicos, podemos dizer que as crianças escolares hoje, pelo menos as que habitam os grandes centros urbanos, são constituídas e vivem suas infâncias em inúmeros processos de identificação. Dentre esses, a identificação com a identidade escolar, mas dentro do espaço escolar outras identidades também se manifestam, como a midiática e a do consumo (Momo, 2007).

⁴ A pesquisa em campo utilizada para compor as análises se encontra aprovada em comitê de ética dentro de uma pesquisa maior desenvolvida por uma das autoras desse artigo.

Percebemos que o ambiente escolar da Educação Infantil tem sua cultura própria, uma cultura escolar envolta em rotinas, saberes, práticas e experiências que geralmente tenta se manter distante das tecnologias digitais, principalmente das telas, sendo estas usadas em poucas ocasiões. No entanto, as crianças, ao darem vida a esses ambientes, ao viverem suas vidas neles, os penetram impregnadas de experiências de culturas não escolares, no caso deste estudo, culturas forjadas em experiências com o *TikTok*.

Constatamos, nas vozes das crianças, que o *TikTok* compõe suas experiências culturais como pode se identificar nesses excertos:

Pesquisadora — Olá, vocês sabem o que é *TikTok*? Quem aqui já ouviu falar do *TikTok*?
Crianças — Simmmm (falas simultâneas).
Pesquisadora — Quem mais usa *TikTok* daqui?
Crianças — Simmmm! — Eu! — Eu uso *TikTok*! — Eu também uso! (falas simultâneas) [...].
Pesquisadora — Cirilo, porque você gosta do *TikTok*?
Cirilo — Porque eu gosto das dancinhas [...]
Criança — Porque eu gosto dos *TikTok* de dança!
Pesquisadora — Que legal! Você aprendeu a dançar?
Cirilo — Sim!
Pesquisadora — E quem assiste mais algumas dancinhas aqui da sala?
Crianças — Euuuu simmm (falas simultâneas). Eu assisto mais ainda!
Cirilo — Eu assisto *TikTok* todo dia! — Eu já mexo no *TikTok*, quando eu acordo. Nem tomo café da manhã, vou direto assistir *TikTok*.
Pesquisadora — O que você assiste quando acorda? É a primeira coisa que você faz? E o que você mais faz no *TikTok*, Cirilo?
Cirilo — Eu tomo café primeiro e vou assistir ao *TikTok* e assisto mais danças! [...] (Santos, 2022).

Percebemos que na faixa etária pesquisada, aparentemente, é mais comum as crianças usarem o aplicativo para assistir a vídeos, ou seja, como telespectadoras. Entretanto, a cultura digital se constitui não somente na prática da audiência, mas na participação e colaboração (Santaella, 2003; Couto, 2014). Assim, imersas nessa cultura, as crianças se apropriam de suas práticas, e ao assistirem aos vídeos, são instigadas no desejo de também produzir seus próprios vídeos, participando e colaborando para a constituição da cultura desse aplicativo. Vejamos essas intenções no excerto dos diálogos abaixo.

Pesquisadora — E quem aqui já se gravou brincando e postou o vídeo como a criança do vídeo?
Crianças — Sim!

Pesquisadora — Vejam bem... perguntei quem já pegou por exemplo o celular da mãe e se gravou e ainda postou?

Crianças — Sim (falas simultâneas).

Criança — Eu peguei o meu celular só!

Joana — Eu peguei da minha mãe.

João — Só dançando.

Pesquisadora — Você gravou vídeo seu só dançando, João?

João — Sim! (Medeiros, 2022).

[...] Eu danço, gravo vídeo! Gravo do celular da minha mãe! — eu também gravo!

Pesquisadora — Gostam mais de postar ou assistir?

Crianças — Gosto de postar e assistir! — Eu gosto mais de assistir!

— Eu gosto mais de dançar! — Eu gravo vídeo! (Santos, 2022).

As experiências das crianças nessa rede social intensificam a produção de uma identidade midiática (Momo, 2007), ou seja, a identificação das crianças com as mídias, seus produtos, práticas e discursos. No caso do *TikTok*, uma identidade que tem como eixo a produção, reprodução e consumo dos vídeos propagados no aplicativo.

Compreendendo o *TikTok* como uma pedagogia cultural, inferimos, a partir das informações construídas na pesquisa de campo com as crianças, que seus vídeos de danças, de humor, de compras, de apresentação de brinquedos, influenciam os modos das crianças agirem, seus interesses, seus processos de identificação, assim como o modo delas se comunicarem dentro dos espaços escolares com os professores e colegas de sala. Pudemos captar a presença da cultura *TikToker* na brincadeira de um grupo de crianças no parque em que cantavam e repetiam “desenrola, bate, joga de ladinho”, reproduzindo a coreografia de uma *trend* do momento com desenvoltura e animação. A mesma brincadeira aparece na roda de conversa, vejamos nos exemplos abaixo:

Mostro os vídeos escolhidos dentro do *TikTok*, reproduzindo as danças. O primeiro vídeo das danças trata-se de uma criança com idade próxima a das crianças da turma pesquisada. O vídeo mostra a criança dançando uma coreografia viral do aplicativo. Após passar o vídeo, pergunto:

Pesquisadora — Vocês conhecem?

Crianças — Sim! eu vi no *TikTok*! (vozes simultâneas).

Pedro — É assim ó... desenrola, bate, joga de ladinho (se levanta da cadeira, canta e dançando os passos com propriedade)

Pesquisadora — Helena, você já usou *TikTok*?

Helena — Com mamãe!

Pesquisadora — E você faz o que no *TikTok*, Helena?

Helena — Eu faço danças (começa a dançar e a cantar uma dança do *Tik Tok*).

Pesquisadora — E como você aprendeu a dançar?

Helena — Eu fui assistindo!

Pesquisadora — Você foi assistindo os vídeos no *TikTok* e aprendeu a dançar sozinha?

Helena — Sim! (Santos, 2022).

Tal registro, demonstra como essas crianças se apropriam da cultura que compõem as redes de interação dentro do aplicativo *TikTok* e reproduzem criativamente, ao seu modo e com seus pares, constituindo culturas infantis (Corsaro, 2002, 2009) dentro e fora das telas. No mesmo sentido, observamos que as crianças identificam objetos propagados na plataforma e apresentam interesses em comprar e em possuir tais objetos. Sobre os desejos de consumo (Momo, 2007), houve muitas anotações em diário de campo, em que selecionamos alguns trechos para que o leitor perceba a proeminência de uma cultura do consumo atrelada à cultura *TikTok*.

Apresento o segundo vídeo sobre um brinquedo que se popularizou dentro do aplicativo —⁵ Polvo de pelúcia do humor — e enquanto o vídeo é transmitido, as crianças comentam:

Cirilo — Vi esse vídeo no *TikTok*.

Pesquisadora — Quem sabe que brinquedo é esse?

Crianças — Eu sei.

Karla — Eu sei, é o polvo do humor (falas simultâneas de todos dizendo que queriam ter) Cirilo — É aquele que tem polvo do mal e polvo do bem!

Pesquisadora — E vocês já tinham visto este brinquedo aonde antes daqui?

Crianças — No *YouTube*, no *TikTok*! Eu vi lá no shopping (falas simultâneas).

Luiza — Eu tenho, eu vi em uma loja e falei assim: *vó, você pode comprar?* e ela falou: *pode ser outro dia?* E eu falei: *tá, tudo bem.*

A pesquisadora — E você conhecia o polvo de onde?

Luiza — Que eu ficava assistindo no celular da minha mãe!

Pesquisadora — Ele ficava passando lá no celular da sua mãe?

Luiza — Foi, e eu quis um igual!

João — Era meu sonho ter um brinquedo desse!

Pesquisadora — E você viu onde esse brinquedo?

João — No *Tiktok*! (Santos, 2022).

⁵ “O polvo de pelúcia do humor” se popularizou no *TikTok*, e as crianças começaram a consumir, postar vídeos e visualizar vídeos de outras crianças interagindo com o artefato. Além disso, há contas no aplicativo *TikTok* de lojas que vendem brinquedos e que postam este conteúdo.

Ainda abordando sobre os artefatos de consumo propagados no *TikTok*, as crianças começam a falar espontaneamente:

Luiza — Eu tenho dois celular [...] Um que eu quebrei e um que eu perguntei, *pai você pode me dar esse?* Aí eu baixei jogo e *TikTok*.

Pesquisadora — No *TikTok*, vocês já viram alguma criança brincando com brinquedo?

Crianças — Sim/não (falas simultâneas).

Pesquisadora — Quem aqui já viu?

Matheus — Eu vi uma criança brincando com o trem!

Pesquisadora — Você gostou do trem? Você já viu um brinquedo e pediu para seu pai comprar para você ter um brinquedo igual?

Cirilo — Vi vídeo de brinquedo de *Mc Donald'* [...]. Era um brinquedo do *Buzz Lightyear* dentro de uma nave, eu queria igual, queria comer o *Mc Donalds* pra ter um igual!

Pesquisadora — E quem viu alguém com uma roupa legal do *TikTok*?

Cirilo — Eu vi uma blusa preta pra vender com o símbolo do *TikTok* e eu queria comprar uma roupa igual pra brincar.

Karla — Eu vi uma roupa igual a do *TikTok* e eu queria que minha vó comprasse (Santos, 2022)

Fica claro como esses mecanismos de produção de vídeo são também ferramentas para a publicidade capitalista nesse ambiente que atinge as crianças, seus gostos e interesses de consumo e consequentemente suas identidades. Observe no diálogo abaixo:

O terceiro vídeo aborda outro brinquedo que também se popularizou dentro do aplicativo *TikTok*.⁶

Pesquisadora — E esse outro brinquedo vocês conhecem? Quem já viu?

Crianças — É o *pop-it*, o *poopit*, eu já vi... eu também (respondem simultaneamente, animadas).

Pesquisadora — E vocês viram esse brinquedo só em lojas ou já viram antes em outro canto?

Crianças — Eu vi no *TikTok*, no *YouTube*.

Luiza — Eu tenho uma ruma de capa de *pop-it* e de coração.

João — Eu ganhei na minha festa de aniversário o *pop-it* (Santos, 2022).

É interessante destacar que as crianças viram o mesmo vídeo em duas plataformas: no *TikTok* e no *Youtube*, revelando o fluxo do conteúdo em vários ambientes digitais como também o trânsito das crianças por essas plataformas, algo que caracteriza a cultura digital (Santaella, 2003). Além disso, os mesmos

⁶ Acompanhei crianças próximas do convívio familiar e na plataforma mostrando e lojas infantis, postando dentro do aplicativo. O brinquedo é chamado de *Pop it*. A “*Shopee*” em suas páginas de vendas o descreve como: *Pop its*.

artefatos de consumo aparecem em lojas e em propagandas de lojas dentro do aplicativo. Esse modelo de divulgação do produto intensifica a persuasão as crianças a consumi-lo. Esses vídeos, de certa forma, envolvem as crianças em uma teia de desejos, forjando nelas necessidades e interesses em torno da aquisição de determinados produtos. Dessa forma, instiga um vínculo identitário com o consumo (Momo, 2008), em consonância com a sociedade do consumo (Bauman, 2021).

Ademais, o amplo consumo pelas crianças dos brinquedos propagados no aplicativo afeta a produção das infâncias e culturas infantis, na medida em que um artefato de desejo produz determinadas experiências. No caso do brinquedo *pop-it*, a experiência se limita a apertar uma bolha de plástico de um lado para outro. Quando a professora questionou uma criança sobre qual era a graça desse brinquedo, ela disse: “É pra desestressar!” (e continuou apertando o brinquedo).

No ambiente escolar pesquisado, foi possível identificar que as crianças ressignificam suas práticas midiáticas na interação com seus pares, construindo significados e sentidos sobre elas, portanto, compondo as suas culturas infantis, por meio de múltiplas linguagens. Assim, constatamos que as narrativas propagadas no *TikTok*, especificamente as que ganham característica de *trends*, são reafirmadas pelas crianças na escola em suas interações, brincadeiras e linguagens, possibilitando a formação de uma cultura infantil e a constituição de determinadas identidades (Hall, 1997), como a midiática e a do consumo (Momo, 2007).

AINDA, ALGUMAS CONSIDERAÇÕES (FINAIS)

Sendo as mídias digitais e redes sociais constituintes da cultura infantil pós-moderna e de suas identidades, o *TikTok* aparece como um aparato fortíssimo quando as crianças produzem os vídeos de dança, dublagens e postam na rede social. Quando a criança é interpelada pela cultura da rede social *TikTok*, a criança a produz, se deixa pertencer e se relaciona seja postando o vídeo, comentando no vídeo de outro usuário, compartilhando o vídeo e até mesmo reproduzindo o mesmo conteúdo fora da rede social, como na escola.

Portanto, entende-se que as crianças que habitam as escolas atualmente trazem para a cena escolar, porque nelas estão impregnadas, suas experiências nas redes sociais digitais, como podemos verificar nos dados empíricos. Negar o pertencimento dessas crianças que estão visivelmente, e

muitas vezes simultaneamente, em culturas distintas - no chão da escola e nos ambientes digitais - é negar a condição cultural contemporânea pós-moderna, uma condição, que, por estar no mundo, insiste em se chegar à escola e ao modo como se (com)portam os alunos-crianças. Ao negar a infância pós-moderna, nos perdemos dela, e assim fica cada vez mais difícil conduzir as atividades da cultura escolar, pois estas têm sido direcionadas para crianças e para uma infância que não existe mais.

Entender como vivem as crianças dessa época, suas infâncias, como se constituem suas identidades e subjetividades é imperativo para poder pensar a educação das infâncias nesse início de século e milênio, onde o mundo que conhecemos está desaparecendo na emergência de uma realidade sociocultural extremamente midiaticizada e digital.

Ainda, diante de tal contexto em que as crianças estão imersas na constituição dessa cultura *TikToker*, é preciso ressaltar que essa opera como uma pedagogia cultural – e então, não é neutra, pois sugere um tipo de subjetividade infantil performática, moldada pelas mídias e pelas grandes corporações empresariais aliadas ao TikTok. Neste sentido, exerce grande poder formativo sobre os sujeitos-crianças, moldando seus sentidos, desejos e identidades. Diante disso, faz-se necessário a ampliação de pesquisas que versem sobre as relações entre a cultura *TikToker* e a cultura digital na constituição das identidades infantis escolares.

REFERÊNCIAS

- Acioli, S. Redes Sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, Londrina, v. 12, n. 10, p. 8-19, 2007.
- Bauman, Z. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- Bauman, Z. **Modernidade Líquida**. Trad. Plínio Dentzien. 1ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.
- Bogdan, R. C.; Biklen, S. K. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Trad. Maria João Alvarez, Sara Bahia dos Santos e Telmo Mourinho Baptista. Portugal: Porto, 1994.
- Bortolazzo, Sandro. **Nascidos na Era Digital**: outros sujeitos, outra geração. In: XVI ENDIPE - Encontro Nacional de Didática e Prática de Ensino: Didática e práticas de ensino: compromisso com a escola pública, laica, gratuita e de qualidade, Anais - XVI ENDIPE. Campinas – SP, 2012, p. 2-13. Disponível em:

https://www.univille.edu.br/community/novoportal/VirtualDisk.html?action=readFile&file=Nascidos_na_era_digital_outros_sujeitos_outra_geracao_Bortolazzo_2012.pdf¤t=/AI/CIP/Estilos_de_aprendizagem_e_geracao_internet. Acesso em: 29 de agosto de 2024.

Bortolazzo, Sandro Faccin. O imperativo da cultura digital: entre novas tecnologias e estudos culturais. **Cadernos De Comunicação**, v. 20, n 1, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5902/2316882X22133>. Acesso em: 29 de agosto de 2024.

Carvalho, Ana Marai Almeida. Teoria e prática na pesquisa com crianças: diálogos com Willian Corsaro. São Paulo: Cortez, p. 31-50, 2009.

Cesarino, L. **O mundo do avesso**: verdade e política na era digital. São Paulo: UBU editora, 2022.

Costa, M. V.; Silveira, R. H.; Sommer, L. H. Estudos culturais, educação e pedagogia. **Revista Brasileira de Educação**. Rio de Janeiro, v. s, n. 23 p. 36-61, mai./ago. 2003.

Corsaro, W. **Reprodução interpretativa e cultura de pares**. In: Muller, Fernanda; Carvalho, Ana Marai Almeida. Teoria e prática na pesquisa com crianças: diálogos com Willian Corsaro. São Paulo: Cortez, 2009, p. 31-50.

Corsaro, W. A reprodução interpretativa no brincar ao "faz-de-conta" das crianças. **Educação, Sociedade e Cultura**: Revista da Associação de Sociologia e Antropologia da Educação, Porto, v. 17, p. 113-134, 2002.

Corsaro, W. A. **Sociologia da infância**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2011.

Couto, E. S. Pedagogias das conexões: compartilhar conhecimentos e construir subjetividades nas redes sociais digitais. In: PORTO, C., and SANTOS, E., (orgs.) **Facebook e educação**: publicar, curtir, compartilhar [online]. Campina Grande: EDUEPB, pp. 47-65, 2014. Disponível em: <https://books.scielo.org/id/c3h5q/pdf/porto-9788578792831-04.pdf> Acesso em: set. 2023.

Couto, E. S. **A infância e o brincar na cultura digital**. Perspectiva, Florianópolis, v. 31, n. 3, p. 897-916, set./dez. 2013. Disponível em: <http://www.perspectiva.ufsc.br> Acesso em ago. 2023.

Cruz, S. H. V. **A criança fala**: a escuta da criança em pesquisa. São Paulo: Cortez, 2008.

Chies L. G. Rebs, R. R. **Dinâmicas sociais em produções de ciberdança no aplicativo TikTok**. CIC CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, XXIX, 2020, Pelotas. Artigo.

Dantas, J. J. S.; Silva, C. B. S. P.; Momo, M. Culturas, currículos, escola

contemporânea e suas desarticulações: Uma proposta para a ativação das engrenagens. In: Lopes, D. M. C.; Coutinho, K. D. **Educação, Currículo e Cultura: sentidos e práticas em movimento**. 1. ed. Natal: EDUFRN, 2019.

Dornelles, L. V. Artefatos culturais: ciberinfâncias e crianças zappiens. In: Dornelles, L. V.; Bujes, M. I. E. (Orgs.). **Educação e infância na era da informação**. Porto Alegre: Mediação, 2012.

Felix, V. H. **O que é TikTok?** Tecnoblog, 2020. Disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-tiktok/> Acesso em: 16 de set. 2023.

Hall, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Rev. Educação e Realidade**. v.22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

Hall, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopez Louro. 11ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

Kellner, Douglas. **A cultura da mídia – Estudos Culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Edusc. Bauru, SP, 2001.

Momo, M. Mídia e consumo na produção de uma infância pós-moderna que vai à escola. 2007. Tese (Doutorado em Educação) - Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

Momo, M. As crianças de hoje não são mais como antigamente! Implicações culturais do mundo contemporâneo para os modos de ser criança e de viver a infância. *Textura*, v. 16, n. 32, 2014. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/view/1243>

Muller, F.; Carvalho, A. M. A. (orgs.). **Teoria e prática na pesquisa com crianças: diálogos com Willian Corsaro**. São Paulo: Cortez, 2009.

Santaella, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Revista FAMECOS**, v. 10, n. 22, p. 23-32, 2008. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2003.22.3229>.

Santirso, J. **O lado obscuro do TikTok, a rede social chinesa dos vídeos curtos**. El País, Pequim, 2020. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/tecnologia/2020-01-19/o-lado-escuro-do-tiktok-a-rede-social-chinesa-dos-videoes-curtos.html>. Acesso em: 16 de set. 2022.

Santos, S. V. S. dos. Sociologia da infância: aproximações entre Willian Corsaro e Florestan Fernandes. *Educação em Perspectiva*, Viçosa, v. 5, n. 1, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufv.br/educacaoemperspectiva/article/view/6589>. Acesso em: 10 fev. 2024.

Santos, M. C. M. Q. Transcrição de Áudio. Natal, 2022.

Sarmiento, Manuel Jacinto. imaginário e culturas da infância. **Cad. Educ.** FaE/UFPel, Pelotas, v. 21, p. 51 - 69, jul./dez. 2003.

Steinberg, S. R.; Kincheloe, J. L. Introdução. In: Steinberg, S. R.; Kincheloe, J. L. (orgs.). **Cultura infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

Steinberg, S. R. **Kindercultura**: a construção da infância pelas grandes corporações. In: Silva, L. H., Azevedo, J. C., Santos, E. S. (org.). Identidade social e a construção do conhecimento. Porto Alegre: SMED, 1997. p. 98-145.

Woodward, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T., Hall, S., Woodward, K. Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 7-20.

Submissão em 02 de agosto de 2025.

Aceite em 08 de outubro de 2025.



Direitos autorais das pessoas autoras, 2025. Licenciado sob Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito pela criação original. Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>