



**Pedro Barroso do Nascimento**

**Educação e Entretenimento no TikTok**  
**Estratégias de Criadores de Conteúdo para o Ensino de Biologia**

**Dissertação de Mestrado**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação, do Departamento de Educação da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Teixeira.

Rio de Janeiro, 25/03/2025.



## **PEDRO BARROSO DO NASCIMENTO**

### **“Educação e Entretenimento no TikTok: Estratégias de Criadores de Conteúdo para o Ensino de Biologia”.**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Educação do Departamento de Educação do Centro de Teologia e Ciências Humanas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

**Prof. Pedro Pinheiro Teixeira**

Orientador

Departamento de Educação - PUC-Rio

**Prof. Rodrigo Cerqueira do Nascimento Borba**

UEMG

**Profa. Giselle Martins Ferreira**

Departamento de Educação - PUC-Rio

Rio de Janeiro, 25/03/2025.



Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho é proibida sem autorização do autor, do orientador e da universidade.

### **Pedro Barroso do Nascimento**

Graduou-se em Ciências Biológicas pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio) com domínio adicional em Mídias e Tecnologias Digitais. Fez mestrado no Departamento de Educação da PUC-Rio, especializando-se nas Mídias Digitais e Educação.

#### Ficha Catalográfica

Nascimento, Pedro Barroso do

Educação e entretenimento no TikTok : estratégias de criadores de conteúdo para o ensino de Biologia / Pedro Barroso do Nascimento ; orientador: Pedro Teixeira. – 2025.

157 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)—Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Educação, 2025.

Inclui bibliografia

1. Educação – Teses. 2. Redes sociais. 3. Tecnologias digitais de informação e comunicação. 4. Influencers. 5. Criadores de conteúdo. I. Teixeira, Pedro. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Educação. III. Título.

CDD: 370



## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu orientador, Prof. Dr. Pedro Teixeira, por sua escuta atenta, pelas contribuições certeiras e por confiar na minha autonomia ao longo do processo. Sua orientação foi a melhor possível e essencial para que eu conseguisse trilhar esse caminho com liberdade e responsabilidade, marcando minha formação. E, conseqüentemente, ao grupo de pesquisa Diversias, que mais que um grupo de trabalho é uma equipe que se diverte, apoia e auxilia uns aos outros sempre.

Agradeço à CAPES e ao CNPq pelo financiamento da pesquisa, fundamental para a realização dela e para a permanência de muitos na pós-graduação. O incentivo à ciência e à educação pública de qualidade é essencial para o desenvolvimento do país, e sou grato por contar com esse suporte. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

À Profa. Dra. Giselle Ferreira, por ter me apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE) da PUC-Rio e por ter aceitado o convite para compor minha banca avaliadora. Sua trajetória e contribuições para o campo da pesquisa em educação são inspiradoras e tiveram imensurável impacto neste trabalho.

Ao Prof. Dr. Rodrigo Borba, por gentilmente aceitar o convite para participar da banca avaliadora desta dissertação e pelas contribuições valiosas feitas ao meu trabalho. Sua leitura atenta e comentários cuidadosos ampliaram minha perspectiva em diversos pontos.

Agradeço com carinho às amigas Natalia Ordones e Ingrid Corrêa, por todo o apoio ao longo da escrita deste trabalho. Sem vocês, esta dissertação não teria ganhado a forma que tem.



Aos colegas e amigos que fizeram parte da minha trajetória acadêmica e pessoal, cada encontro foi essencial para que eu chegasse até aqui, em especial Mariana Rodrigues, Angelo Corrêa e Renata Jaine pelo companheirismo e trocas em todo o decorrer do mestrado. Os afetos e os aprendizados aqui estabelecidos foram fundamentais não só para esta dissertação, mas para minha formação como educador e pesquisador.

Aos meus pais e tios, pelo amor incondicional e por acreditarem e incentivarem meus estudos e crescimento profissional.

E, por fim, a todos os professores e professoras que cruzaram meu caminho desde os primeiros anos escolares até aqui. Se hoje dedico minha vida à educação, é porque tive a sorte de ser guiado por quem fez da sala de aula um espaço de afeto, curiosidade e transformação.

## RESUMO

Nascimento, Pedro; Teixeira, Pedro (Orientador). **Educação e Entretenimento no TikTok: Estratégias de Criadores de Conteúdo para o Ensino de Biologia**. Rio de Janeiro, 2025. 157p. Dissertação de Mestrado — Departamento de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O TikTok é uma das redes sociais mais populares no Brasil, sendo amplamente utilizado por diferentes faixas etárias para consumo de entretenimento e informação. Considerando essa dinâmica no cenário digital brasileiro, este estudo investiga como criadores de conteúdo com formação em ciências biológicas utilizam o TikTok para ensinar conceitos científicos, explorando as estratégias adotadas por eles para equilibrar educação e engajamento na plataforma, levando em consideração as limitações do formato da rede na profundidade do conhecimento apresentado. Para isso, foram analisados vídeos de três grandes criadores brasileiros, Yago Stephano, Ana e Matheus Mesquita, além de uma entrevista com Yago Stephano, buscando compreender sua percepção sobre os desafios e potencialidades do TikTok como ferramenta de ensino. Os resultados indicam conteúdos variados entre os criadores, de explicações de vídeos virais a observações no microscópio e que o uso de humor e referências a cultura pop são estratégias central para aumentar o engajamento do público. No entanto, a necessidade de adaptar os conteúdos às exigências do algoritmo pode levar à superficialização e limitação da variedade de temas abordados. Conclui-se que, apesar dos desafios, o TikTok se mostra uma ferramenta relevante para a divulgação científica, tornando conceitos complexos mais acessíveis a uma ampla audiência.

**Palavras-chave:** redes sociais; tecnologias digitais de informação e comunicação; influencers; criadores de conteúdo.

## **ABSTRACT**

Nascimento, Pedro; Teixeira, Pedro (advisor); “**Education and Entertainment on TikTok: Content Creators' Strategies for Teaching Biology**”. Rio de Janeiro, 2025. 157p. Dissertação de Mestrado — Departamento de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

TikTok is one of the most popular social media platforms in Brazil, widely used by different age groups for entertainment and information consumption. Considering this dynamic in the Brazilian digital landscape, this study investigates how content creators with a background in biological sciences use TikTok to teach scientific concepts, exploring the strategies they adopt to balance education and engagement on the platform while accounting for the network's format limitations in terms of content depth. To achieve this, videos from three major Brazilian creators, Yago Stephano, Ana, and Matheus Mesquita, were analyzed, along with an interview with Yago Stephano, aiming to understand his perspective on the challenges and potential of TikTok as a teaching tool. The results indicate that content varies among creators, ranging from explanations of viral videos to microscope observations, and that the use of humor and pop culture references are central strategies for increasing audience engagement. However, the need to adapt content to the platform's algorithmic demands may lead to superficiality and a limitation in the variety of topics covered. The study concludes that, despite these challenges, TikTok proves to be a relevant tool for scientific communication, making complex concepts more accessible to a broad audience.

**Keywords:** social media; digital information and communication technologies; influencers; content creators; TikTok

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

<b>Quadro 1</b> — Requisitos para participar do Programa Criativo Beta do TikTok.	<b>9</b>
<b>Tabela 1</b> — Desempenho dos vídeos publicados pelos perfis no mês de Junho de 2024.	<b>23</b>
<b>Imagem 1</b> — Vídeo "Toupeiras são muito fofas! 🥰"	<b>26</b>
<b>Imagem 2</b> — Vídeo: "Esse peixe quase explodiu? 🐟💣".	<b>28</b>
<b>Imagem 3</b> — Vídeo "Essa obra de arte é incrível! 🤩". Escultura vista em dois diferentes ângulos.	<b>31</b>
<b>Imagem 4</b> — Vídeo "O celular acabou com as histórias de pescador? 📞📱"	<b>33</b>
<b>Imagem 5</b> — Vídeo "Isso é uma infestação de aranhas? 🕸️"	<b>34</b>
<b>Imagem 6</b> — Anúncio de "Conteúdo Sensível" do TikTok.	<b>35</b>
<b>Imagem 7</b> — Vídeo "Essa cobra é enorme, venenosa e come outras cobras! 🐍"	<b>37</b>
<b>Imagem 8</b> — Vídeo "A traíra comeu o sapo? 🐸🐸"	<b>38</b>
<b>Imagem 9</b> — Vídeo "Eu queria ter uma aranha dessa! 🕷️"	<b>40</b>
<b>Imagem 10</b> — Vídeo "Duvido vcs não bocejarem junto kkkkkkkkkk"	<b>43</b>
<b>Imagem 11</b> — Processo de preparação da lâmina. Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.	<b>44</b>
<b>Imagem 11</b> — Vídeo "o pedido de vocês é uma ordem 🤖"	<b>46</b>
<b>Imagem 12</b> — Vídeo "Então ketchup é tipo fruta né?!?!?! 🍷🍷🍷"	<b>47</b>
<b>Imagem 14</b> — Vídeo "Os coitados também são vítimas 🤚"	<b>50</b>
<b>Imagem 15</b> — À esquerda, vídeo sobre a desqualificação do canal do Youtube e, à direita, vídeo utilizando filtro que muda a cor dos olhos.	<b>52</b>
<b>Imagem 16</b> — Vídeo "anota aí, valeu?! 🐚 Não leve as conchas para casa!"	<b>55</b>
<b>Imagem 17</b> — Vídeo "A panturrilha é o "segundo coração"?!"	<b>56</b>
<b>Imagem 18</b> — Vídeo "por 1 milhaozinho, você topa? 🤔 Gympie Gympie, a planta considerada mais dolorosa do mundo!"	<b>58</b>
<b>Imagem 19</b> — Vídeo "por favor, não repita isso 🤔"	<b>59</b>
<b>Imagem 20</b> — Vídeo "por favor, não repita isso 🤔" 00:05 segundos.	<b>61</b>
<b>Imagem 21</b> — Vídeo "por favor, não repita isso 🤔" 00:50 segundos.	<b>62</b>
<b>Imagem 22</b> — Vídeo "Deus protege os bêbados 🍷"	<b>64</b>
<b>Imagem 23</b> — Vídeo "uma mancha preta na água?! 🤔"	<b>66</b>
<b>Imagem 24</b> — Vídeo "você conhece essa ave? 🍗🐔 Cegonha Marabu 🦅"	<b>68</b>

## SUMÁRIO

<b>AGRADECIMENTOS</b>	<b>3</b>
<b>RESUMO</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>6</b>
<b>LISTA DE ILUSTRAÇÕES</b>	<b>7</b>
<b>SUMÁRIO</b>	<b>8</b>
<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>6</b>
1.1. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	11
1.2. JUSTIFICATIVA	11
1.3. OBJETIVOS	13
1.4. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO	14
<b>2. METODOLOGIA</b>	<b>15</b>
2.2. ÉTICA EM PESQUISA	17
<b>3. RESULTADOS</b>	<b>18</b>
3.1. PERFIS SELECIONADOS	19
3.2. ANÁLISE DE MÉTRICA DOS VÍDEOS SELECIONADOS	21
3.3. VÍDEOS COM MAIS VISUALIZAÇÕES	23
3.4. ENTREVISTA	65
3.5. ATÉ ONDE É POSSÍVEL ENSINAR NO TIKTOK?	77
<b>4. CONCLUSÕES</b>	<b>80</b>
<b>5. REFERÊNCIAS</b>	<b>83</b>
<b>ANEXO I - Roteiro de entrevista</b>	<b>88</b>
<b>ANEXO II - Transcrição da entrevista com Yago Stephano</b>	<b>90</b>
<b>ANEXO III - Vídeos coletados de @biomesquita</b>	<b>110</b>
<b>ANEXO IV - Vídeos coletados de @anacnd</b>	<b>135</b>
<b>ANEXO V - Vídeos coletados de @yagostephano</b>	<b>138</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O termo “mídiação”, oriundo da comunicação, foi pensado e proposto para caracterizar as transformações ocorridas na mídia, cultura, comunicação e sociedade (COULDRY & HEPP, 2013, p.197). A mídiação é capaz de agir estendendo os meios de comunicação, substituindo atividades face a face e unindo atividades da vida cotidiana (HJARVARD, 2012, p. 59). Para Martino (2019), a mídia não mais pode ser considerada pontual na prática social, tornando-se tornando parte da atividade cotidiana.

Logo, podemos dizer que a mídiação se atrelou a diversos campos das relações humanas, dentre eles, associada à integração e facilitação das tecnologias digitais, a educação. Uma pesquisa feita a nível global pelos institutos *We Are Social* e *Meltwater* com pessoas de 16 a 64 anos, colocou os brasileiros em segundo lugar dos países que mais passam tempo na internet, com uma média de 9 horas e 13 minutos diários, com uma diferença de apenas 11 minutos para o primeiro lugar (África do Sul), destas, 3 horas, em média, são em redes sociais (WE ARE SOCIAL, 2024), não só para entretenimento e contato com amigos, como também para discussões de temas de interesse particular e apoio à aprendizagem (Miranda, 2011).

Nos jovens de 16 a adultos de 34 anos se encontram a maior parte do público do aplicativo Tiktok (DUARTE, 2024). Criado pela empresa ByteDance, o Tiktok é uma rede social focada na produção de vídeos curtos, de 15 segundos a 10 minutos, sobre diversos temas para publicação em uma linha do tempo. Inicialmente conhecido na China como Douyin, o aplicativo recebeu seu novo nome após a união com a rede social Musical.ly, pertencente a *startup* de mesmo nome, através de um investimento de US\$1 bilhão, objetivando um maior alcance do público dos Estados Unidos (GKPB, 2018).

Desde seu lançamento, o Tiktok vem ampliando seu alcance cada

vez mais, se tornando, nos últimos anos, o aplicativo mais baixado da App Store (loja de aplicativos da Apple) (SMANIOTTO BARIN, 2020). No Brasil, entre os anos de 2020 e 2024, o aplicativo passou de 7 milhões de usuários para 82 milhões, se tornando o terceiro país com mais usuários no mundo (MOSHIN, 2020; VOLPATO, 2022; NETO et al., 2022; OBERLO, 2024).

É possível observar que, no entanto, o grande crescimento do Tiktok ocorreu no período de pandemia da COVID-19, quando, devido às recomendações de distanciamento social, as redes sociais desempenharam grande papel na comunicação humana. Também podemos destacar como justificativa para este crescimento o foco no público jovem e a facilidade de publicar e se encaixar em comunidades dentro da rede social (MOSHIN, 2020; VOLPATO, 2022; NETO et al., 2022).

O aplicativo se popularizou devido às diversas ferramentas de edição de vídeos avançadas, porém intuitivas, que tornaram a publicação de vídeos com produções e edições mais complexas mais acessível, somada à proposta dos vídeos verticais, que, apesar de introduzidos em outras redes como Snapchat e Instagram, não eram tão popularizados como ficaram após crescimento do Tiktok. Somado a isso, a interface da aplicação dispõe de uma linha do tempo infinita chamada “For You” ou “Para você”, em que o usuário interage com um vídeo em *loop* que ocupa toda a tela, se encerrando apenas ao deslizar a tela para cima, iniciando o próximo vídeo. Breitenbach (2021) destaca que essa abordagem foi inovadora, por entregar mais conteúdo ao usuário em troca de menos gestos. Diferente de outras redes sociais, como Instagram e Facebook, em que sua linha do tempo será preenchida por conteúdo de seus amigos e familiares, a estratégia do Tiktok será recomendar vídeos selecionados por uma curadoria algorítmica, baseada nos interesses do próprio usuário, enquanto vídeos publicados ou “republicados” (função que permite publicar vídeos de terceiros em seu perfil, como um “compartilhar” de outras redes) de amigos e usuários seguidos fica em uma timeline separada.

Em sua pesquisa com jovens noruegueses, Bell e colaboradores (2023), destacaram que os participantes reconheceram mais facilmente a personalização de conteúdo feita pelo Tiktok que em outras plataformas, destacando que essa conscientização talvez seja benéfica para que o jovem entenda o funcionamento das redes sociais.

Outra característica que destaca o Tiktok dentre as demais redes sociais é a facilidade em alcançar outros usuários com suas publicações, em outras palavras, possibilitar que qualquer usuário, mesmo que não esteja habituado às redes, seja capaz de “viralizar<sup>1</sup>” e obter grandes números de visualizações. Essa facilidade, comumente atribuímos ao *algoritmo* do Tiktok, conhecido por ser “preciso como se lesse a mente do usuário” (SMITH, 2021) e “capaz de levar o criador de conteúdo do anonimato à fama em pouco tempo” (ANTOÑANZAS, 2023).

Em geral, o termo algoritmo é amplamente utilizado para definir inteligências artificiais baseadas em Machine Learning, ou seja, uma soma de códigos que se baseiam em estratégias corporativas e de marketing para obter resultados através de regras, técnicas e experiências pré-definidas. Logo, a definição concreta do que é algoritmo se alterna de acordo com a plataforma que discutimos, em uma rede social, por exemplo, o objetivo do algoritmo será personalizar a entrega do conteúdo ao usuário (CRAWFORD, p. 9, 2021).

O sistema algorítmico utilizado pelo Tiktok se baseia em personalização e reconhecimento de padrão, apresentando vídeos que possuam maior capacidade de atrair e engajar o leitor (ARAUJO & KARHAWI, 2023). Entretanto, os estudos acerca de seu funcionamento ainda são iniciais (KARIZAT, 2021), e embora não seja necessário compreender seu funcionamento, os usuários possivelmente possuem percepções particulares e constroem teorias que busquem entender suas métricas. A essa experiência imaginativa, Bucher dá o nome de imaginário algorítmico (BUCHER, 2017, p. 31), conceito incluso em um conjunto de teorias populares acerca dos algoritmos e seus

---

<sup>1</sup> **Viralizar:** Remete a forma como um vírus se espalha, significando quando um vídeo é reproduzido e encaminhado de forma rápida e generalizada na *internet*.

funcionamentos que chamamos de *folk theories* (ESLAMI et al., 2016).

A construção dessas teorias, baseada na falta de uma explicação clara das empresas acerca dos algoritmos, afeta diretamente a usabilidade não só do consumidor como dos criadores de conteúdo, os influenciadores digitais ou comumente chamados, *influencers*. Esse imaginário algorítmico molda a produção de seu conteúdo, buscando o maior alcance (ARAUJO E KARWAHI, 2023), sobretudo buscando maiores retornos financeiros.

Após a criação do “Programa Criativo TikTok Beta” os criadores de conteúdo podem ser pagos pela produção de conteúdo na plataforma:

O Programa Criativo Beta recompensa criadores qualificados com base no desempenho dos vídeos que atendem aos requisitos do programa. As recompensas são calculadas com base em visualizações qualificadas e receita por 1.000 visualizações qualificadas. (TIKTOK, 2023)

A comumente conhecida como “monetização” do TikTok possibilitou que *influencers* dos mais variados conteúdos tivessem a produção para a rede social como sua principal fonte de renda, e embora o TikTok, como rede social, ainda seja majoritariamente visto como fonte de entretenimento, o aplicativo tem sido amplamente utilizado como espaço de educação informal, seja complementar ao conteúdo formal, como resoluções de exercícios ou produções mais variadas. É possível observar até mesmo um incentivo por parte da própria empresa responsável pela rede social para a produção de conteúdo educativo, disponibilizando recompensas monetárias àqueles que se comprometem a cumprir com alguns requisitos, como garantir a veracidade dos fatos apresentados (TIKTOK, 2023).

**Quadro 1** — Requisitos para participar do Programa Criativo Beta do TikTok.

Requisitos para participar do Programa Criativo Beta
--

Estar em um país em que o programa está disponível
A conta deve seguir as Diretrizes da Comunidade
Ser uma conta pessoal (Não empresarial ou pertencente a organização política e/ou governamental)
Ter 18 anos ou mais
Ter ao menos 10 000 seguidores
Ter ao menos 100 000 visualizações no último mês
Publicar conteúdo original
Publicar vídeos com mais de 1 minuto de duração
Não fazer declarações falsas, conteúdo abusivo ou se envolver em atividades criminosas
Não violar o programa ou o sistema de recompensas
Não tentar alterar o código ou modificar artificialmente as métricas da plataforma (visualizações, curtidas, comentários, compartilhamentos, etc.)

Fonte: Elaborada pelo autor com base em TikTok, 2023.

Dentre os critérios para participar do programa e coletar suas recompensas (QUADRO 1), o criador de conteúdo deve ser maior de 18 anos, ter ao menos 10.000 seguidores e postar conteúdo original. É curioso analisar que por mais que a plataforma tenha se destacado pelos vídeos curtos, de 15 a 30 segundos acompanhados de músicas, em seu novo programa de monetização estão as exigências de vídeos maiores de 1 minuto e com “conteúdo original”, ou seja, sem qualquer áudio ou vídeo que não pertença ao autor, ao menos quando este for o conteúdo principal, pois, similar a outras redes de vídeo como Youtube, é permitido monetizar vídeos que “acrescentem” ao conteúdo original, como reações e explicações sobre outro conteúdo.

É importante destacar que, apesar da exigência da veracidade, a plataforma não menciona a existência de qualquer mecanismo de

filtragem que assegure a veracidade das informações, tampouco há indicação de algum tipo de fiscalização ou controle sobre o conteúdo compartilhado. Além disso, o formato da rede social, ao promover um fluxo contínuo de vídeos, não favorece interações aprofundadas entre criador e espectador ou entre os próprios espectadores. Conseqüentemente, na maioria dos casos, as informações apresentadas chegam ao público final sem serem amplamente questionadas quanto à sua veracidade ou debatidas de forma crítica.

Dada a estruturação do TikTok, torna-se inevitável a barreira metodológica enfrentada por aqueles que se propõem a ensinar na plataforma. O formato de vídeos curtos, embora eficiente para captar a atenção do usuário, apresenta limitações significativas em termos de profundidade e riqueza das informações transmitidas (WANG; DA ROCHA & FARIAS, 2020). Essa característica não apenas impacta o conteúdo educacional, mas também se entrelaça com o funcionamento do programa de monetização da plataforma, que molda diretamente as produções, sobretudo as dos maiores criadores. Como muitos utilizam o TikTok como principal meio de trabalho, é fundamental compreender os impactos dessa lógica, especialmente por meio da análise de suas experiências e estratégias enquanto produtores de conteúdo.

### 1.1. ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Este trabalho está dividido em 4 capítulos, sendo Introdução, Metodologia, Resultados e Conclusões. Os resultados estão divididos em cinco seções, Na primeira, é levantado um breve perfil dos criadores de conteúdo selecionados na pesquisa, na segunda, observamos os dados quantitativos obtidos, ou seja, quantidade de vídeos publicados e média de curtidas, visualizações e comentários por vídeo. Na terceira seção discutimos e descrevemos o conteúdo dos oito vídeos com mais visualizações de cada um dos três criadores selecionados. Na quarta discutimos os resultados da entrevista feita com Yago Stephano e no quinto retornamos alguns pontos debatidos anteriormente em um

comparativo dos resultados das diferentes seções. Por fim, na conclusão fizemos um compilado final dos assuntos discutidos, buscando compreender os limites do ensino na plataforma.

## 1.2. JUSTIFICATIVA

Muitas pesquisas podem ser encontradas atualmente que discutem como o Tiktok pode ser e foi utilizado como ferramenta educativa em sala de aula e como apoio ao ensino básico (SMANIOTTO BARIN et al., 2020; COSTA, 2021; DA SILVA, 2020) no entanto, estudos acerca do conteúdo disponível na plataforma ainda são insuficientes.

Em setembro de 2021, o Tiktok iniciou no Brasil o programa #AprendaNoTikTok, edição Educação Escolar, que convidou criadores de conteúdo da plataforma, cujos vídeos envolviam resoluções de exercícios, dicas para exames, organização de estudos, entre outros para participarem de workshops que os ajudassem a “fortalecer o ecossistema deste tipo de conteúdo” (TIKTOK, 2021). Em publicação no *site* oficial, o TikTok afirma:

**Quando o assunto é educação, o TikTok se tornou um grande “hub” mundial de conteúdo, que tem democratizado o aprendizado na comunidade digital, apoiando os usuários, incentivando a produção de conteúdo educacional e fornecendo acesso a conteúdo de alta qualidade, com alcance de milhões de usuários ávidos em aprender. Por meio de ferramentas e recursos que facilitam a busca e produção de vídeos, a plataforma tem ajudado milhões de estudantes, educadores e professores. (TIKTOK, 2021)**

Tal iniciativa, que contava com apoio financeiro aos criadores, mostra um interesse da própria plataforma em crescer como ferramenta pedagógica, além de estimular a criação de conteúdo educativo.

O nome do programa também foi uma das principais categorias na premiação anual promovida pela própria rede social, o “TikTok Awards”. Com votação aberta ao público, a categoria “#AprendaNoTikTok” teve a intenção de prestigiar aqueles que se propunham a fazer conteúdo

educativo na plataforma, entretanto, de forma generalista, e não exclusivamente a partir de conteúdo do ensino básico. Em 2022, o vencedor foi o advogado Francisco Bruno Mariano de Moraes Rabello, conhecido como Doutor Fran, que ganhou bastante notoriedade na internet por seu conteúdo ensinando Direito de forma bem humorada através de encenações (RABELLO, 2022).

Já em 2023, a premiação substituiu a categoria por outra, agora chamada de “Prof do Ano”, que teria como candidatos criadores de conteúdo mais diretamente ligados ao ensino escolar. Naquele ano, o voto popular escolheu o professor de física Ramilton Batinga, de Maceió (ALVORÁVEL, 2023).

Apesar do caráter generalista do conteúdo no TikTok, algumas temáticas ganham maior apelo popular. Entre os assuntos relacionados ao ensino formal, uma breve pesquisa no aplicativo revela que a *hashtag* “#biologia” reúne mais de 200 mil vídeos publicados, enquanto outras como “#matematica” contabiliza apenas 78 mil, e “#portugues” chega a 140 mil. Lima (2021) concorda com esse resultado quando percebeu em sua pesquisa no TikTok, uma quantidade muito maior de visualizações e publicações sob a *hashtag* “Biologia” que em outras disciplinas como “Química”.

Ao aprofundarmos nos conteúdos que possuem afinidade com as disciplinas escolares de Biologia e Ciências, é notável como alguns criadores se destacam. Alguns destes perfis, como o “@biomesquita”, podem chegar a mais de 5 milhões de seguidores e possuir cerca de 2 milhões de visualizações em um único vídeo e, além da monetização garantida pela plataforma, muitas vezes participam de parcerias de publicidade com grandes marcas.

Portanto, a escolha do ensino de Biologia e Ciências como objeto de estudo para esta pesquisa levou em consideração o destaque que temas tradicionalmente ligados a essas disciplinas escolares têm no TikTok e na mídia geral, visto o longo acervo de produtos audiovisuais distribuídos amplamente ao longo da história.

Em uma observação superficial dos vídeos de temática de Biologia no TikTok, é facilmente identificar uma maioria de vídeos que retratem animais, talvez por despertarem mais afeição e curiosidade do usuário que outros conteúdos, entretanto, é interessante destacar como a distribuição feita pelo algoritmo do TikTok pode tornar a entrega do conteúdo ao usuário mais focada ao seu interesse, mesmo que aquele não seja o conteúdo que mais se destaca na rede em geral.

### 1.3. OBJETIVOS

O objetivo geral da pesquisa é analisar como se constituem os vídeos de perfis que se propõem a serem educativos no TikTok, tendo como objeto de estudo aqueles feitos por pessoas com formação de nível superior em Ciências Biológicas.

Os objetivos específicos são:

- 1) Descrever e discutir quais conteúdos são mais comumente abordados, a quem são direcionados e quais conteúdos geram mais interesse por parte do público.
- 2) Construir um breve perfil dos criadores de conteúdo com formação de nível superior em Ciências Biológicas com maiores números de seguidores da plataforma, buscando compreender a sua formação acadêmica e trajetória que os levou a criação de conteúdo no TikTok.
- 3) Compreender como funciona a monetização destes perfis e até onde ela é capaz de controlar os seus conteúdos.

### 1.4. LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Nos últimos anos, o TikTok teve um crescimento expressivo como uma das principais plataformas de consumo de conteúdo digital, tornando-se um espaço relevante para a divulgação científica e a

educação. No entanto, apesar de sua popularidade, o estudo acadêmico sobre seu impacto na aprendizagem ainda é limitado e pouquíssimo explorado, especialmente no que diz respeito ao ensino de Ciências. Poucos trabalhos são encontrados acerca do tema, sobretudo no Brasil, e a maioria dos publicados sobre o TikTok e a educação investigam seu uso dentro de sala de aula, onde professores o utilizam como ferramenta pedagógica para atividades interativas ou para incentivar alunos na produção de conteúdos educativos (Azzari & Mayer, 2022). Nesses estudos, observa-se que os conteúdos científicos são frequentemente simplificados para se adequarem à dinâmica da plataforma, o que pode comprometer a profundidade da aprendizagem (Azzari & Mayer, 2022).

Outro campo de pesquisa que tem explorado o TikTok é o da divulgação científica, analisando como a viralização e o uso de elementos populares impactam a forma como a ciência é disseminada na plataforma (Zeng, Schäfer & Allgaier, 2021). Esses estudos indicam que, embora a plataforma favoreça a disseminação rápida de informações científicas, a falta de espaços dedicados à discussão mais aprofundada pode limitar o entendimento do público sobre determinados conceitos. Além disso, a estrutura do TikTok impulsiona conteúdos que seguem tendências de viralização, influenciando a maneira como a ciência é apresentada e entendida (Gomes & Oliveira, 2023).

Apesar do crescimento do TikTok como um meio de consumo de informação, ainda são escassos os estudos que analisam especificamente conteúdos de Biologia na plataforma. Trabalhos acadêmicos sobre vídeos educativos em redes sociais tendem a focar disciplinas como Física e Química, que frequentemente utilizam experimentos visuais para captar a atenção do público e facilitar a explicação de conceitos abstratos (Barbosa, 2023). Já a Biologia, apesar de ser uma área com grande apelo visual, ainda carece de pesquisas detalhadas sobre como seus conteúdos são adaptados a esse formato e quais desafios os criadores enfrentam para equilibrar engajamento e rigor científico.

Outro fator que influencia diretamente a produção e disseminação

do conhecimento científico no TikTok é sua estrutura algorítmica. Estudos indicam que a plataforma prioriza conteúdos que geram maior engajamento imediato, favorecendo vídeos mais curtos e com forte apelo visual, o que pode comprometer a transmissão de informações mais complexas (Gomes & Oliveira, 2023). Essa necessidade de adaptar a comunicação científica a um modelo de consumo rápido reforça uma tendência já observada em outras mídias: a simplificação dos temas científicos para torná-los mais acessíveis ao público (Valerio & Pinheiro, 2008).

Dessa forma, o levantamento bibliográfico indica que, apesar do TikTok ser amplamente utilizado tanto para atividades educativas em sala de aula quanto para a divulgação científica, ainda há poucos estudos sobre sua eficácia como ferramenta de ensino independente. A ausência de pesquisas voltadas especificamente para vídeos de Biologia no TikTok não só limita a discussão da literatura, como reforça a necessidade de mais pesquisas sobre como essa área do conhecimento está sendo abordada na plataforma e quais são os impactos dessa abordagem na percepção pública da ciência.

## **2. METODOLOGIA**

Para identificar os principais criadores de conteúdo voltados para temas relacionados a Ciências e Biologia, em Janeiro de 2024, utilizou-se a aba de pesquisa do TikTok com a palavra-chave “biologia”. A partir dos resultados obtidos, foram selecionados os perfis com maior número de seguidores para análise.

As informações sobre a formação acadêmica dos criadores foram coletadas a partir de dados disponíveis publicamente em plataformas como o próprio TikTok, a Plataforma Lattes e reportagens. Inicialmente, dois perfis foram correspondentes a pesquisa: @anacnd e @yagostephano. Contudo, um terceiro perfil, @biomesquita, foi incluído na análise devido ao número expressivamente superior de seguidores, mesmo o criador ainda sendo graduando em Ciências Biológicas.

Os vídeos publicados pelos três perfis durante o mês de junho de 2024 foram coletados para análise quantitativa. Os dados tabelados incluíram a duração dos vídeos, quantidade de visualizações, curtidas, comentários e a métrica de "salvos" (ferramenta do TikTok que permite aos usuários arquivar vídeos em seus perfis). Também foram armazenados os números de seguidores que os criadores possuíam. Todos os dados quantitativos foram coletados a partir do próprio TikTok, que oferece valores arredondados para cima. As tabelas contendo todos os vídeos coletados e suas métricas principais estão disponíveis nos Anexos III, IV e V.

Constatou-se que um dos perfis (@anacnd) publicou apenas oito vídeos no período analisado. Para garantir maior uniformidade na comparação entre os perfis, foram selecionados os oito vídeos com maior número de visualizações dos outros dois criadores.

Visando explorar mais profundamente o processo criativo por trás dos vídeos produzidos, propôs-se a realização de entrevistas semiestruturadas com os criadores de conteúdo. Segundo Rocha (2020), as entrevistas semiestruturadas seguem um roteiro-base, mas oferecem flexibilidade para que tanto o pesquisador quanto o entrevistado possam aprofundar questões relevantes. O roteiro-base utilizado encontra-se disponível no Anexo I e a transcrição completa da entrevista no Anexo II.

Entre setembro e outubro de 2024, foram realizadas diversas tentativas de contato, por e-mail e redes sociais, com os três criadores de conteúdo selecionados. Contudo, apenas Yago Stephano, responsável pelo perfil de mesmo nome, respondeu às mensagens e aceitou participar da entrevista.

Tanto para os vídeos como para a entrevista, foi adotada a análise de conteúdo temática como principal orientação (BARDIN, 2016; BRAUN; CLARKE, 2006), uma vez que essa abordagem permite identificar e interpretar padrões de significado dentro dos dados, sendo particularmente adequada para compreender os temas mais recorrentes e os conteúdos de maior interesse do público, alinhando-se diretamente com o objetivo deste estudo. Seguindo as orientações de Bardin (2016)

e Braun e Clarke (2006), os materiais (vídeos e entrevista) foram assistidos repetidas vezes enquanto anotações eram feitas acerca de seu conteúdo. Em seguida, a transcrição da entrevista foi codificada utilizando-se o software de análise de dados qualitativos Atlas.ti.

Os códigos criados organizaram em temas mais abrangentes as falas do entrevistado, possibilitando a visualização dos dados obtidos, sobretudo temáticas semelhantes abordadas em diferentes partes da entrevista.

Posteriormente, as análises dos vídeos e da entrevista foram comparados uma à outra, possibilitando identificar inconsistências e diferenças em seus resultados.

## 2.2. ÉTICA EM PESQUISA

De acordo com as orientações da Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio, o desenvolvimento desta pesquisa seguiu as normas éticas estabelecidas pelo Conselho Nacional de Saúde (Resoluções 466/12 e 510/16) envolvendo pesquisas com seres humanos. Desta forma, foi usado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para respaldar a participação de cada voluntário. Neste termo são indicados os riscos e os benefícios da participação na pesquisa bem como a garantia aos participantes de interromper a qualquer momento, caso desejarem, a sua colaboração sem qualquer constrangimento ou penalização. A entrevista semiestruturada foi orientada pelo roteiro previamente elaborado (Anexo I) e realizada por videoconferência, pela preferência do participante, com estimativa de duração de uma hora a uma hora e meia, de acordo a respeitar o tempo acordado e disponibilizado pelo participante. O vídeo da entrevista foi gravado em prévio acordo com o entrevistado.

Nesta pesquisa, as abordagens para entendimento das

concepções dos produtores de conteúdo da plataforma TikTok, acerca de sua atuação na rede social, relação com a mesma, trajetória de vida e processo de criação de conteúdo, podem gerar risco de desconforto ou constrangimento, entretanto, ressaltamos que a pesquisa não trata em levantar julgamentos sobre as concepções dos entrevistados nem apontar erros e/ou acertos. Tendo isso em vista, a pesquisa foi encaminhada de forma a minimizar os riscos de constrangimento e garantir respeito a vontade dos participantes em concederem as entrevistas, como prescrito no TCLE. A transcrição da entrevista também foi disponibilizada a cada participante para leitura e possibilidade de definir qualquer restrição de uso da entrevista na pesquisa. Qualquer definição de restrição é assegurada em qualquer momento da pesquisa. Além das entrevistas, buscamos ter acesso ao conteúdo publicado pelo mesmo em seus perfis do TikTok.

As informações obtidas são apenas para fins científicos. O principal benefício desta pesquisa é contribuir com a ampliação de conhecimento científico e reflexões sobre a temática no campo da educação, com a produção de subsídios teóricos e críticos sobre o papel das redes sociais no ensino e os conteúdos que mais geram engajamento do público. A pesquisa teve início logo depois que a Câmara de Ética em Pesquisa da PUC-Rio emitiu um parecer favorável.

Os dados obtidos ficarão armazenados pelo prazo de cinco anos sob responsabilidade do orientando da pesquisa (Pedro Barroso do Nascimento), sendo utilizados unicamente na presente pesquisa. Os resultados dessa pesquisa podem ser acessados no texto final da dissertação aqui proposta, a ser disponibilizado no site da PUC-Rio, em seu acervo de teses e dissertações (<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/>). Fica claro aos participantes da pesquisa que, caso haja dúvida sobre a pesquisa que não seja sanada pelo pesquisador e orientador, pode haver consulta à Câmara de Ética em Pesquisa, cuja atribuição é avaliar eticamente os projetos de pesquisa de professores, pesquisadores e discentes da Universidade, quando solicitada. A Câmara de Ética em Pesquisa se localiza na Rua

Marquês de São Vicente 225, Edifício Kennedy, 2o. andar. Gávea, 22453- 900. Rio de Janeiro, RJ- Tel. (21) 3527-1618.

### 3. RESULTADOS

Neste capítulo, apresentamos e analisamos os dados produzidos na pesquisa. Inicialmente, abordamos um breve resumo dos três perfis selecionados para análise, depois dados quantitativos, sobretudo contagem de vídeos publicados e média de visualizações, comentários e curtidas dos perfis analisados. Na sequência, exploramos os vídeos selecionados, com relação a seus temas e características principais e por último a entrevista com o criador Yago Stephano.

#### 3.1. PERFIS SELECIONADOS

Matheus Mesquita (@biomesquita) é um criador de conteúdo brasileiro voltado à divulgação científica em Biologia no TikTok. Com 7 milhões de seguidores na plataforma (dados de dezembro de 2024), ele é graduando em Ciências Biológicas pela Universidade Iguazu (UNIG). Durante o período analisado, o perfil “Biomesquita” publicou 98 vídeos, sendo a maioria composta pelos *reacts*<sup>2</sup>.

Além do perfil principal, o criador mantém outros três perfis no TikTok, nos quais republica a maior parte de seus vídeos e, ocasionalmente, publica conteúdos mais informais. Esses perfis incluem: @biofamilia, com 113,8 mil seguidores; @secundariadobio, com 549,6 mil; @bioreacts, com 100,2 mil; e @cortesdobio, com 100 mil seguidores. Ademais, Mesquita também possui um perfil no Instagram

---

<sup>2</sup> **React** ou **Vídeo de Reação**: Formato de vídeo em que o produtor assiste e comenta o conteúdo de outro perfil, mostrando suas reações e emoções ao assisti-lo.

(@biomesquita), onde acumula 1,6 milhão de seguidores, e um canal no YouTube (Cortes do Bio), com 9 mil inscritos, dedicado exclusivamente à publicação de vídeos curtos no formato "Shorts".

Destaca-se, ainda, que a relevância e a influência de Matheus Mesquita no TikTok resultaram em uma parceria com a Petrobras, culminando na produção de uma campanha publicitária. Esse material foi veiculado tanto no perfil oficial da empresa quanto na forma de anúncios amplamente distribuídos na plataforma.

Como citado anteriormente, este trabalho procurou analisar o conteúdo de criadores que já possuem alguma formação na área de Ciências Biológicas, no entanto, a escolha de selecionar o perfil @biomesquita para análise se deu pela grande quantidade de seguidores. Mesmo se não contados os seguidores de suas contas secundárias, este pode ser considerado o maior perfil que aborda assuntos relacionados à biologia na plataforma.

Ainda acerca da formação de Matheus Mesquita, vale salientar que informações sobre sua formação são escassas. Em 2024, em entrevista para o *site* UOL, o autor declarou possuir um curso de educador ambiental e estar no último período do curso de biologia da UNIG (VICENZO, 2024).

Ana Duarte (@anacnd) iniciou sua trajetória no TikTok enquanto estagiava no Laboratório de Taxonomia, Biodiversidade e Biotecnologia de Fungos do Instituto de Ciências Biológicas (ICB) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente, é graduada pela mesma instituição e acumula 2,8 milhões de seguidores em seu perfil principal na plataforma (dados de dezembro de 2024). Sua relevância no cenário digital foi reconhecida com a vitória no TikTok Awards, na categoria "#AprendanoTikTok".

Durante o período analisado, seu perfil publicou apenas oito vídeos, dos quais um foi inteiramente baseado em um filtro de câmera do aplicativo, sem conteúdo educativo. Seu material consiste,

predominantemente, na observação em um microscópio óptico de objetos e alimentos sugeridos por seguidores. Nessas publicações, a criadora oferece explicações breves sobre as observações realizadas. Entre os itens examinados, destacam-se produtos de grandes marcas, como ketchup Heinz e biscoitos OREO. No entanto, não foi possível determinar se essas publicações foram patrocinadas ou produzidas de forma independente.

Além do perfil principal, Ana mantém outra conta no TikTok intitulada “Ana Daily” (@dailyanacnd), na qual publica vídeos mais casuais, muitas vezes com tom humorístico e acompanhada de seu marido. Esse perfil conta com 191,7 mil seguidores e ganhou grande visibilidade no mês de maio de 2024 devido a um vídeo em que a criadora testava um produto de outra influenciadora.

Os vídeos publicados no TikTok também são compartilhados no formato Reels em suas contas correspondentes no Instagram: @anacnd, com 840 mil seguidores, e @dailyanacnd, com 12 mil seguidores. Além disso, Ana possui um canal no YouTube, onde acumula 700 mil inscritos. Diferentemente de suas outras plataformas, no YouTube, além de vídeos curtos, ela também publica conteúdos mais longos, como vlogs narrando sua viagem de lua de mel.

Yago Stephano (@yagostephano) é criador de conteúdo na área de Biologia e possui 3,9 milhões de seguidores no TikTok (dados de dezembro de 2024). Ele é formado em Ciências Biológicas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e, durante o período analisado, publicou 21 vídeos em seu perfil, abordando uma variedade de temas. Entre os conteúdos mais recorrentes, destacam-se explicações sobre vídeos virais, especialmente aqueles relacionados a animais, além de uma série de publicações sobre sua rotina de exercícios físicos. Adicionalmente, o criador produz vídeos de maior complexidade, nos quais apresenta breves aulas sobre temas específicos da Biologia.

Além do TikTok, Yago Stephano mantém um canal no YouTube,

criado antes de sua presença na plataforma de vídeos curtos. Inicialmente, o canal abrigava conteúdos informativos mais longos; contudo, há aproximadamente um ano, passou a ser dedicado exclusivamente à publicação de vídeos no formato “Reels” – vídeos verticais e curtos, majoritariamente republicações de seu conteúdo do TikTok. Atualmente, o canal conta com 1,35 milhão de inscritos, tornando-se o maior entre suas redes sociais. Seus vídeos curtos também são compartilhados no Instagram, onde acumula 557 mil seguidores.

Destaca-se, ainda, a colaboração comercial do criador com a marca de isotônicos Gatorade, evidenciada em uma série de vídeos patrocinados. Nessas publicações, Yago Stephano combina elementos de sua rotina de exercícios físicos com estratégias publicitárias, integrando sua vida pessoal à promoção da marca.

### 3.2. ANÁLISE DE MÉTRICA DOS VÍDEOS SELECIONADOS

A análise quantitativa dos vídeos publicados pelos criadores de conteúdo selecionados permite uma melhor compreensão do alcance e do engajamento de suas postagens no TikTok. A tabela apresenta o número total de vídeos analisados por perfil, bem como a média de visualizações, curtidas e comentários por vídeos.

**Tabela 1** — Desempenho dos vídeos publicados pelos perfis no mês de Junho de 2024.

Perfil	Número de vídeos	Média de Visualizações	Média de Comentários	Média de Curtidas
@biomesquita	98	238.800	194	23.350
@anacnd	8	559.000	183	37.150
@yagostephano	21	234.400	174	21.600

Fonte: Elaborada pelo autor.

Os dados evidenciam diferenças entre os influenciadores, especialmente em relação ao número médio de interações. O perfil @anacnd, apesar de possuir a menor quantidade de vídeos publicados, apenas 8, apresenta as médias mais elevadas de visualizações (559.000), curtidas (37.150) e comentários (183). Esse desempenho superior pode ser parcialmente explicado pela baixa frequência de postagens, o que pode gerar uma maior concentração de interações em poucos vídeos, resultando em uma alteração na média, ao contrário do que ocorre em perfis com postagens regulares e volume maior de publicações.

Já o perfil @biomesquita, que possui o maior número de vídeos publicados no mês (98), apresenta uma média de 238.800 visualizações por vídeo, 194 comentários e 23.350 curtidas. Embora esses números sejam inferiores aos de @anacnd, a regularidade das postagens pode ser um fator relevante para manter uma audiência engajada ao longo do tempo, além de aumentar as chances que ao menos um dos vídeos tenha um desempenho superior. O volume maior de publicações pode diluir as interações, uma vez que os seguidores recebem novos conteúdos com maior frequência, reduzindo a concentração de engajamento em vídeos específicos.

Por fim, @yagostephano publicou 21 vídeos no período

analisado, com um total de 234.400 visualizações, 174 comentários e 21.600 curtidas. Seus números são próximos aos de @biomesquita, mas ligeiramente menores, o que pode estar relacionado ao tipo de abordagem adotada, ao ritmo de postagens e ao formato dos vídeos.

De maneira geral, os resultados sugerem que, enquanto perfis com menor número de publicações podem concentrar mais engajamento em cada postagem, criadores que produzem conteúdo de forma mais constante mantêm um volume significativo de visualizações e interações ao longo do tempo. Essas dinâmicas são influenciadas pelo algoritmo do TikTok, que favorece conteúdos de alta retenção e engajamento, além da preferência do público por determinados formatos e temáticas.

### 3.3. VÍDEOS COM MAIS VISUALIZAÇÕES

- @biomesquita

Durante o período analisado, o perfil de Matheus Mesquita publicou 98 vídeos. A maior parte de suas publicações consiste em comentários sobre vídeos previamente viralizados na plataforma, nos quais o criador frequentemente explica os acontecimentos registrados e adiciona algumas informações, como características dos animais retratados. Além disso, Matheus aborda temas relacionados à pesca – um de seus hobbies pessoais –, oferecendo dicas e analisando vídeos sobre a prática.

No mês de análise, observou-se o início de uma nova série semanal de vídeos, na qual o criador reage a conteúdos considerados "fofos", especialmente envolvendo gatos. É importante destacar que todos os vídeos analisados durante o mês apresentavam animais, exceto por um que retrata uma escultura de um animal; um falcão e um vídeo exclusivamente do criador dando dicas de materiais para pesca diretamente para a câmera, sem mostrar a atividade.

Os vídeos que obtiveram maior número de visualizações foram

aqueles que retratam interações entre humanos e animais, sugerindo uma preferência do público por esse tipo de conteúdo. Além disso, um aspecto relevante da estratégia de publicação do criador é o uso consistente das mesmas hashtags em todos os vídeos, independentemente do tema abordado. As hashtags mais recorrentes incluem: #animaisnotiktok, #bichos, #biologia, #ciência, #curiosidades, #agoravocesabe e #aprendanotiktok. Essa padronização foi mantida mesmo em vídeos que não apresentavam animais diretamente, como no caso das dicas de pesca.

Por fim, diferentemente dos demais perfis analisados, nenhum dos vídeos publicados por Matheus Mesquita apresentou duração inferior a um minuto. Esse padrão pode estar relacionado à política de monetização do TikTok, que exige um tempo mínimo de 1 minuto para que os vídeos possam gerar receita para o criador.

**Imagem 1** — Vídeo "Toupeiras são muito fofas! 🥰"<sup>3</sup>



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

---

<sup>3</sup> Optamos por utilizar a legenda dos vídeos como título de todas as imagens a que se referem, visto que, em sua maioria, os coletados não possuía um título escolhido por seus autores.

O vídeo com maior número de visualizações no perfil @biomesquita atingiu 2,6 milhões de visualizações e recebeu 26.600 curtidas. O conteúdo consiste em uma gravação na qual uma pessoa segura uma toupeira nas mãos, enquanto Matheus Mesquita adiciona comentários sobre o animal. O principal aspecto enfatizado no vídeo é a aparência considerada "fofa" da toupeira, evidenciado tanto pela legenda — "Toupeiras são muito fofas! 🥰" — quanto pelo tom adotado na narração. Cabe dizer que o uso dos chamados "emojis"<sup>4</sup> foi comum em todo o trabalho, tanto pelos autores estudados como por outros usuários. Considerando que são representações das emoções que os usuários querem expressar e parte importante da comunicação utilizada na *internet*, estes foram mantidos em todas as citações deste trabalho que os incluía originalmente. É possível inferir, inclusive, que o uso destes símbolos pelos criadores é mais uma das estratégias utilizadas para aproximar seu conteúdo do receptor final, modificando sua linguagem.

Durante o vídeo, o criador expressa sua curiosidade por animais incomuns em sua região ao afirmar: "Todo bicho que não é muito comum onde eu moro eu tenho vontade de conhecer", o que introduz um traço recorrente em seus conteúdos e nos perfis dos demais criadores analisados: manifestações de apreço pela Biologia, especialmente com relação a animais que trazem alguma característica entendida como chamativa.

Além da observação pessoal, o vídeo também apresenta informações sobre as toupeiras, como seus hábitos fossoriais (vida subterrânea), a capacidade de cavar túneis de centenas a milhares de metros, e o fato de que, apesar de terem baixa visão, olfato altamente desenvolvido e garras adaptadas para escavação e predação. Ao final, Mesquita menciona que, na gravação original, o animal parecia estar tentando "cavar" a mão da pessoa que o segurava. No entanto, destaca-se que nenhuma fonte foi citada para embasar as informações fornecidas no vídeo, o que reflete uma característica comum da

---

<sup>4</sup> **Emoji:** Ícone utilizado em mensagens de texto, sobretudo em redes sociais, para representar objetos, símbolos ou, majoritariamente, emoções.

plataforma TikTok, onde conteúdos educativos muitas vezes são apresentados sem referência explícita, podendo comprometer sua confiabilidade.

Outro aspecto relevante do vídeo é a interação do público por meio dos comentários. O formato do TikTok, que não incentiva a interação direta entre criadores e seguidores, faz com que dúvidas deixadas nos comentários frequentemente permaneçam sem resposta ou sejam respondidas apenas por outros usuários. No caso desse vídeo, algumas perguntas deixadas sem retorno incluem: "Biomesquita, pode ter uma toupeira de estimação?"<sup>5</sup>, "Como que elas respiram?" e "Eles são cegos porque vivem embaixo da terra ou vivem embaixo da terra porque são cegos?".

Por outro lado, os comentários que obtiveram maior número de curtidas, e que, portanto, aparecem em destaque na seção de interações, tendem a relacionar o animal a personagens da cultura popular. Alguns exemplos incluem "O vilão de Força G", referência ao filme *Mission G* (2009), no qual o antagonista principal é uma toupeira dublada por Nicolas Cage, e "A toupeira texugo dobradora de terra! 🤩" e "Pensei que elas eram maiores por causa de Avatar", alusões à série *Avatar: The Last Airbender* (2005), do canal *Nickelodeon*, onde criaturas fictícias influenciam a percepção do público sobre certos animais. Essas associações sugerem que a mídia, mesmo quando voltada ao entretenimento infantojuvenil, contribui para a construção de um imaginário coletivo sobre a fauna. Esse fenômeno pode ajudar a explicar o destaque deste vídeo no perfil do criador, uma vez que os espectadores possivelmente se identificam com as referências culturais mencionadas nos comentários.

O segundo vídeo mais visualizado no perfil @biomesquita também atingiu 2,6 milhões de visualizações. Trata-se de uma gravação de 15 segundos, na qual o texto na tela "This fish came up from 1600ft down" ("Este peixe veio de 1.600 pés de profundidade", em tradução

---

<sup>5</sup> Durante todo o trabalho, as identidades dos usuários autores de comentários foram preservadas, bem como a escrita original utilizada.

livre) se repete ao fundo. Enquanto isso, Matheus Mesquita comenta sobre o assunto por 1 minuto e 36 segundos, expandindo a explicação sobre o animal e seu habitat. Assim como no caso da toupeira, esse vídeo reforça o interesse do criador em abordar animais curiosos e menos comuns, ou ao menos uma percepção dele que este é o interesse do público.

**Imagem 2** — Vídeo: "Esse peixe quase explodiu? 🐟💣"



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

O conteúdo do segundo vídeo mais visto no perfil @biomesquita aborda um peixe que sofreu deformações devido à mudança brusca de pressão ao ser retirado de seu habitat e levado à superfície. As explicações fornecidas por Matheus Mesquita concentram-se na relação entre a pressão e a aparência do animal, destacando que algumas espécies são altamente adaptadas a viver apenas em condições de alta pressão. Além disso, o criador menciona que certos animais possuem a capacidade de mergulhar em grandes profundidades e retornar à superfície, desde que esse processo ocorra de forma gradual: "Até as espécies que mergulham muito fundo e depois sobem à superfície fazem isso com calma, para que seus corpos se acostumem à mudança de pressão."

Assim como no vídeo anterior, a seção de comentários apresenta diversas dúvidas dos espectadores. O comentário mais curtido, com 5.563 curtidas, faz referência ao *Psychrolutes marcidus*, conhecido popularmente como peixe-bolha. O usuário questiona: "Então o peixe-bolha é bonitinho?", remetendo à popularidade das imagens desse animal deformado fora d'água, amplamente compartilhadas na *internet*. Esse conhecimento prévio dos espectadores sobre o tema gerou grande engajamento, com mais de 70 respostas discutindo a aparência do peixe.

Outra dúvida levantada envolve o efeito da pressão sobre os organismos: "Não entendi. A pressão a 400m não seria maior? Por que, quando ele sobe, não seria um alívio da pressão? Sempre pensei que a descida seria ruim, mas a subida seria suave." Apesar de não ter sido respondida pelo criador, um usuário tentou esclarecer a questão: "A pressão interna equilibra com a profundidade. Só que, se ele subir muito rápido, a pressão interna vai ser maior que a externa, e ele explode de dentro para fora." Esse tipo de interação evidencia como o público busca compreender conceitos científicos a partir dos conteúdos publicados, mas também reforça a ausência de um mecanismo formal dentro da plataforma que possibilite respostas embasadas diretamente do criador. É importante ressaltar também como não responder aos comentários é uma opção do autor, possivelmente por não receber retorno monetário por este meio ou pelo alto volume de comentários no vídeo que impossibilitaria a leitura de todos.

Dois dos comentários mais curtidos demonstram surpresa com um detalhe do vídeo: "Sabia nem que peixe tinha língua kkkkkkk" e "Oxe... e peixe tem língua? kkkkkkk". Nos debates gerados, algumas respostas afirmam que os peixes não possuem língua, enquanto outras indicam que a estrutura vista no vídeo não passa de uma parte do trato digestivo do animal. Exemplos incluem: "Cala boca, mano, isso é o estômago do peixe." e "Isso não é a língua, é os órgãos dele kkkkk a famosa tripa." Nenhuma dessas respostas foi desmentida ou corrigida dentro da própria plataforma, o que reforça a influência da desinformação em

espaços de debate informal como os comentários do TikTok.

O vídeo seguinte, com 2,1 milhões de visualizações, é o mais curto entre os analisados, com duração de 1 minuto e 9 segundos. Neste conteúdo, Matheus Mesquita aborda a técnica artística chamada *Assemblage*, que consiste na colagem de objetos tridimensionais. Inicialmente, a obra em destaque aparenta ser a cabeça de um falcão decepada, o que pode ter contribuído para o engajamento do público pelo choque da imagem. No entanto, ao observar a peça por diferentes ângulos, percebe-se que ela foi construída a partir da junção de diversos objetos, em sua maioria brinquedos.

O criador foca seus comentários na apreciação da arte, proferindo frases como "Esse tipo de habilidade aqui deve surgir em um a cada um bilhão de humanos", "Que coisa incrível" e "Eu adoraria ter isso na minha sala". Apesar de não conter um teor educativo voltado à biologia, o vídeo traz um comentário de Matheus que reforça sua identidade como divulgador científico: "É bem o tipo de coisa que pessoas apaixonadas por animais, como eu sou, teriam em casa, né?" Essa fala reforça um padrão observado ao longo de seus conteúdos: a constante reafirmação de sua ligação com a biologia, seja por meio da apreciação estética da fauna ou da disseminação de informações científicas.

**Imagem 3** — Vídeo "Essa obra de arte é incrível! 🤯". Escultura vista em dois diferentes ângulos.



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

O artista responsável pela obra, o usuário que publicou o vídeo, o local onde a escultura está exposta, o nome da técnica ou qualquer outra informação relevante não são mencionados no conteúdo. No entanto, uma usuária que se identifica como professora de artes faz um comentário esclarecedor sobre a peça: "Isso se chama Assemblage, é uma técnica artística que remonta esculturas ou obras visuais com vários materiais, dando um novo significado ao objeto, mas sem perder o sentido original ❤️."

Postado na mesma data que o anterior, o próximo vídeo alcança 1,9 milhões de visualizações e é o mais longo publicado no período, com 2 minutos de duração. Neste conteúdo, Matheus Mesquita ironiza um vídeo de um pescador limpando os órgãos de um peixe, fazendo a seguinte observação: "[...] o celular com câmera acabou com as 'histórias de pescador". Este posteriormente se tornaria uma série de vídeos do perfil, que abordam vídeos curiosos de seu hobby; a pesca. O criador explica que, mesmo com seus órgãos internos removidos, o peixe ainda consegue se mover por alguns minutos devido à energia nas células musculares, liberada por estímulos da mão do pescador e da

água. Essa energia faria com que o peixe reagisse, como se ainda estivesse vivo, mesmo após a morte, algo que é enfatizado quando o criador afirma que o peixe morreria em poucos minutos.

Nos comentários, este é o primeiro vídeo analisado em que há interação do criador com o público, embora de forma mínima. Um usuário comenta: "O fato do peixe nadar sem os órgãos internos é pelo simples fato dele usar as nadadeiras e não os órgãos." Matheus Mesquita responde com uma risada, "Mkjkkkkkkkkkk", o que gera uma interação informal, mas que não esclarece a dúvida do espectador.

Embora esse vídeo seja um dos poucos em que o criador responde diretamente, muitos outros comentários com perguntas permanecem sem resposta, sendo respondidos por outros usuários. Exemplos incluem: "PEIXE sente dor?" e a resposta subsequente, "Tudo que tenha um sistema nervoso sente dor, irmão kkkk". Outra interação segue com a dúvida: "Dor não... Reflexo parassimpático. Coisas muito diferentes". A discussão continua com outra pessoa dizendo: "Até o que não tem sistema nervoso kkk" e uma resposta mais técnica: "Até alguns seres vivos que não têm, sentem também. Geral no 4º período de veterinária a gente aprende sobre outros tipos de sinais nervosos fora do sistema nervoso."

**Imagem 4** — Vídeo "O celular acabou com as histórias de pescador? 📶📱"



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

O próximo vídeo começa com Matheus Mesquita dizendo: “Imagina só se sua casa sofre uma infestação desses bichos aqui do vídeo, você provavelmente vai achar que aqueles animais ali são aranhas”. Essa abordagem inicial pode funcionar como uma estratégia para prender a atenção do espectador. Na plataforma, existe um senso comum de que o criador de conteúdo tem cerca de 7 segundos para captar a atenção do usuário; que este seria o tempo médio que uma pessoa leva para decidir se vai continuar assistindo ou pular o vídeo.

**Imagem 5** — Vídeo “Isso é uma infestação de aranhas? 🤔”



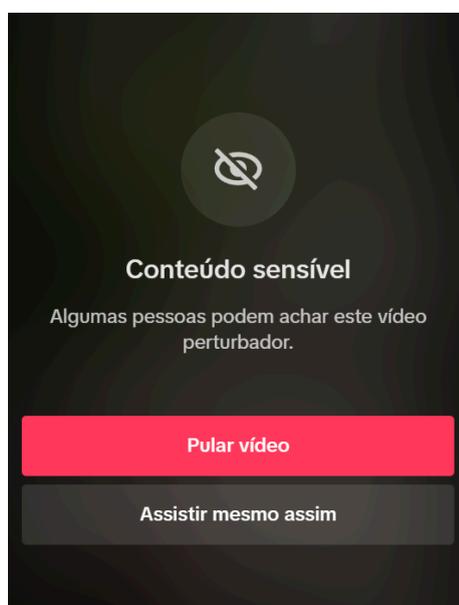
Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

Com 1 milhão e 900 mil visualizações, o criador começa explicando que os animais no vídeo não podem ser aranhas, já que não há nenhuma teia formada: “Até as aranhas que vivem em tocas e não em teias muito elaboradas na parede também produzem essa seda, esse fio de teia”. Em seguida, ele esclarece que, na verdade, trata-se de outro animal do grupo dos aracnídeos (Classe Arachnida), os opiliões (Ordem Opiliones), destacando características típicas dos aracnídeos: “tem corpo separado em duas partes, tem oito patinhas, assim como as aranhas, mas não são aranhas e também não são animais perigosos para nós”. O criador então encerra o vídeo ressaltando que o animal é inofensivo para os seres humanos, já que não possui peçonha nem ataca, “a não ser que a pessoa tenha fobia de aranha”.

Novamente, elementos da cultura popular surgem nos comentários, com dois usuários lembrando um personagem chamado “*Susuwatari*” do filme de animação japonês *A Viagem de Chihiro* (*Sen to Chihiro no Kamikakushi*, no original), de 2001. Os comentários são: “Lembrei do Studio Ghibli”, em referência ao estúdio responsável pela animação, e “*A Viagem de Chihiro*”, mencionando o título do filme.

O vídeo com a legenda “Essa cobra é enorme, venenosa e come outras cobras! 🐍” recebeu um aviso de “Conteúdo Sensível” pela plataforma, o que significa que o vídeo não pode ser reproduzido até que o usuário concorde em assisti-lo. Esse tipo de aviso pode ser gerado por denúncias de usuários à plataforma ou pela próprio algoritmo da rede social que o identifica como impróprio por algum elemento presente. Mesmo assim, o vídeo alcançou a marca de 1 milhão e 500 mil visualizações, sugerindo que o alerta pode ter, na verdade, gerado curiosidade entre os espectadores.

**Imagem 6** — Anúncio de “Conteúdo Sensível” do TikTok.



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

Com 1 minuto e 55 segundos de duração, o vídeo em questão apresenta uma serpente, identificada pelo autor como *Ophiophagus hannah*, ou “king cobra”, carregando uma outra serpente em sua boca. O criador começa fazendo uma alusão ao cuidado parental observado em jacarés e crocodilos, mas logo explica a verdadeira situação do vídeo:

Você pode até pensar que talvez essa situação seja como aquelas dos jacarés, onde a mamãe carrega o filhote na boca, mas não é. Na verdade, aquela cobra ali ‘tá’ carregando a outra na boca porque ela vai comer aquela cobra menor. (MESQUITA, 2024)

Em seguida, ele menciona a espécie da serpente e apresenta alguns fatos, como o de que “essa cobra pode bater cinco metros de comprimento” e é “a maior cobra peçonhenta do planeta”, além de falar sobre a capacidade do veneno dessa espécie de abater outras serpentes: “Inclusive pítons e, como vocês sabem, porque eu já falei aqui várias vezes, as pítons da Ásia são as maiores cobras do planeta, né, principalmente a píton-reticulada, que é um bicho surpreendentemente gigantesco.”

Matheus também explica a origem do nome científico da serpente, *Ophiophagus hannah*, dizendo que “*Ophiophagus* quer dizer que ela é ofiófaga, ou seja, cobra que come cobra”. Ele continua esclarecendo que essa não é a única cobra que se alimenta de outras cobras: “Aqui no Brasil existem outras espécies de cobras que também comem cobras, como a muçurana, por exemplo, que é chamada lá de ‘cobra do bem’.” O autor, no entanto, não identifica claramente a espécie da cobra que chama de “muçurana”, mas menciona que essas cobras são pretas, com veneno que não afeta os seres humanos, mas que são imunes ao veneno de outras cobras brasileiras, predando inclusive jararacas e cascavéis como parte de sua alimentação. O vídeo se encerra com a afirmação de que nenhuma cobra é tão grande e tão peçonhenta quanto a apresentada.

Este é um dos vídeos mais informativos do perfil, o criador realmente acrescenta curiosidades diversas sobre o curto vídeo, no entanto é possível notar que todas as informações ditas são facilmente encontradas por meio de páginas de busca como o Google, dificilmente sendo aprofundadas.

Nos comentários, surgem algumas dúvidas: “Em termos de letalidade, o quanto essa king cobra nos afeta?? 🤔”. Enquanto isso, alguns usuários mencionam que não tinham visto o vídeo em outras ocasiões, mas decidiram assisti-lo quando perceberam que o mesmo pertencia ao “biomesquita”, o que demonstra a capacidade dos criadores de conteúdo de gerar interesse, e fidelidade do público, até mesmo em

vídeos que o usuário inicialmente não gostaria de assistir.

Novamente, elementos do cinema aparecem nos comentários. Em um deles, com 219 curtidas, um usuário faz referência à saga de livros e filmes da autora J.K. Rowling, “Harry Potter”: “A cobra do Lord Voldemort do Harry Potter era uma King Cobra?”

**Imagem 7** — Vídeo "Essa cobra é enorme, venenosa e come outras cobras! 🐍"



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

O penúltimo vídeo analisado alcançou 1,3 milhões de visualizações e novamente faz referência à pesca. Nele, é mostrado um vídeo de uma “traíra”, um peixe predador, que aparece com uma “perereca” em sua boca. O criador de conteúdo afirma que esses animais atacam praticamente tudo que passa na água, inclusive por serem “muito agressivos e muito territoriais”. Ele também menciona o cuidado parental da espécie, ressaltando que as traíras atacam quem se aproxima do “ninho” para proteger os filhotes, chegando até a atacar iscas de pesca. Além disso, o autor menciona que existem muitos registros de traíras atacando pessoas fora d’água, embora não apresente nenhum desses registros no vídeo.

A seguir, o criador comenta sobre o que acontece no vídeo de

fundo, começando pela identificação da presa como um “anfíbio anuro”, referindo-se aos animais da ordem Anura. Ele menciona que essa é uma presa comum para a espécie, além de destacar o uso e a eficácia de iscas em forma de sapos, que são populares na pesca de traíra. O criador continua abordando a pesca dessa espécie, explicando que o comportamento agressivo do animal, com seu “bote” repentino, é uma das razões que despertam tanto interesse entre os pescadores.

Nos comentários, não há dúvidas com muitas curtidas, mas percebe-se que a maioria dos usuários compartilha experiências de pesca com a traíra, como o hábito de pescar esse peixe ou até relatos de acidentes, como ser mordido pelo animal. Esse tipo de engajamento mostra como o conteúdo ressoa de forma mais forte entre os usuários que se identificam com a temática do vídeo.

**Imagem 8** — Vídeo "A traíra comeu o sapo?" 🤩🐸



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

O último vídeo analisado do @biomesquita atingiu 1,2 milhões de visualizações e já começa com o autor se dirigindo diretamente ao espectador:

Se você sobrevive diariamente com a presença de moscas na sua casa e não quer mais isso, mas também não gosta muito de usar inseticidas, eis aqui a melhor sugestão do

mundo: tenha uma aranha como pet, mais especificamente uma ‘papa mosca’. (MESQUITA, 2024).

O uso de perguntas no início dos vídeos é uma estratégia amplamente adotada por criadores de conteúdo para captar a atenção do espectador e incentivá-lo a permanecer assistindo (BARBOSA, 2023). Essa abordagem cria um senso de curiosidade e engajamento imediato, aumentando a retenção do público, Barbosa (2023) observou que criadores de conteúdo voltado a física também utilizam técnicas similares em vídeos do YouTube e TikTok. Neste vídeo, vemos uma mão humana manipulando uma pequena aranha “papa mosca”, cuja espécie não é identificada pelo criador. No entanto, Matheus Mesquita explica que essas aranhas pertencem à família Salticidae, sendo chamadas de “papa mosca” por sua habilidade de caçar, principalmente, moscas.

Mais uma vez, fica claro o apreço do criador por esses animais quando ele afirma que as aranhas dessa família são “fofinhas” e faz referência ao personagem da série de curtas animados “Lucas *the Spider*”, que ganhou popularidade em 2017 no YouTube. O criador também comenta sobre algumas características dessas aranhas, como sua inteligência e visão, que são superiores às de outras espécies e as ajudam na predação. Além disso, ele aponta uma cena do vídeo em que a aranha captura uma presa e evita cair da mão de quem a segura, utilizando o que ele chama de “teia de segurança”.

Nos comentários, muitos usuários compartilham experiências pessoais, principalmente tentativas de criar essas aranhas em casa, o que indica como o conteúdo desperta identificação e engajamento no público.

**Imagem 9** — Vídeo "Eu queria ter uma aranha dessa! 🕷️"



Fonte: @biomesquita no TikTok, 2024.

A análise dos vídeos de Matheus Mesquita revela um padrão consolidado na produção de conteúdo voltado para a divulgação científica no TikTok: os reacts (BARBOSA, 2023). Esse formato tem sido amplamente adotado por criadores de conteúdo para ampliar o alcance e o engajamento da audiência, utilizando vídeos já populares como base para apresentar explicações científicas de forma dinâmica e acessível. Além de serem eficazes na retenção do público, os *reacts* têm sido utilizados como uma ferramenta de combate à desinformação e às pseudociências, ao expor e corrigir informações equivocadas disseminadas na plataforma (BARBOSA, 2023). Segundo Silva e Van Der Sand (2021), os vídeos de react surgiram originalmente no YouTube como uma forma de entretenimento, mas foram progressivamente apropriados para outros fins, incluindo a divulgação científica e a discussão crítica de temas controversos. Seu material se caracteriza, majoritariamente, por reações a vídeos previamente viralizados na plataforma, nas quais ele comenta, explica e complementa informações sobre os animais retratados. Essa abordagem permite que ele capitalize sobre conteúdos já populares, ampliando seu alcance ao mesmo tempo que insere explicações científicas de maneira acessível e dinâmica

SILVA; VAN DER SAND, 2021).

Outro aspecto notável é a forte presença de temas relacionados à zoologia, o que pode evidenciar a preferência do público por vídeos que retratam interações entre humanos e animais.

Os conteúdos que mais repercutiram em seu perfil enfatizam características curiosas de determinadas espécies, como no caso da toupeira e do peixe de águas profundas.

Além disso, Matheus Mesquita mantém uma consistência na estrutura de seus vídeos, que raramente possuem menos de um minuto de duração, o que pode estar relacionado à política de monetização do TikTok

O criador também utiliza um conjunto fixo de hashtags para ampliar a visibilidade de seus vídeos, independentemente do tema abordado, indicando uma estratégia para manter seu conteúdo dentro das recomendações do algoritmo.

No entanto, um dos desafios observados em seus vídeos é a ausência de referências explícitas para embasar as informações apresentadas. Diferentemente de outros criadores analisados, que incluem artigos científicos ou indicam fontes em suas legendas, Matheus não costuma citar materiais acadêmicos diretamente.

Essa prática pode comprometer a credibilidade do conteúdo e reforçar um dos dilemas da divulgação científica em plataformas de vídeos curtos: a dificuldade de equilibrar rigor acadêmico e acessibilidade ao público leigo. Vale citar que o criador já foi questionado sobre a veracidade de suas informações em alguns casos, como em Fevereiro de 2025, quando publicou um vídeo em que afirmava que um jabuti poderia ter sobrevivido 10 anos enterrado sob uma residência. Ao ser questionado por outros criadores da plataforma, o perfil “biomesquita” deletou o vídeo e pediu desculpas pelo ocorrido.

Por fim, a análise dos vídeos de Matheus Mesquita destaca a relevância da escolha de temas com forte apelo visual e emocional, bem como a influência do formato da plataforma na construção de narrativas

científicas. Seu conteúdo exemplifica como a popularização da ciência no TikTok ocorre dentro de um modelo que prioriza o engajamento e a viralização, o que pode, ao mesmo tempo, ampliar o alcance da informação e limitar a profundidade das discussões científicas.

- @anacnd

Dos três perfis analisados, Ana Duarte, ou “a menina do microscópio”, como se identifica em muitas ocasiões, foi a criadora com o menor número de vídeos, totalizando apenas 8 no período analisado. Apesar de ter um outro perfil voltado para conteúdos mais pessoais, Ana não publica apenas sobre temas relacionados às ciências biológicas. A maior parte dos seus vídeos é composta por observações de diferentes animais, plantas e produtos do cotidiano, analisados através de microscópios e lupas, sendo que muitas vezes o que será observado é sugerido pelo próprio público.

Ao contrário dos outros criadores aqui estudados, Ana não costuma utilizar *hashtags* em suas publicações.

Foram identificados dois vídeos com duração inferior a um minuto, sendo um de 15 e outro de 39 segundos, ou seja, esses vídeos não puderam ser monetizados.

O vídeo com mais visualizações é de 30 de junho de 2024, atingindo 3 milhões de visualizações, e nele Ana faz referência a um vídeo que ela publicou em 2021, no qual mostrava como uma lágrima se apresentava ao ser observada ao microscópio. Ao final desse vídeo, ela afirmava que “cada lágrima é única”. No vídeo de 2024, Ana decide observar uma “lágrima de sono” em seu microscópio após seus olhos lacrimejarem. Ela reafirma que as lágrimas são sempre únicas, pois seu processo de cristalização “depende de diversos fatores”, sem especificar exatamente quais, e faz uma série de cenas em que boceja, que se tornam o foco da legenda: “Duvido vcs não bocejarem junto”, além do comentário mais curtido do vídeo: “tropa de quem bocejou junto”.

A criadora explica que o objetivo inicial do vídeo era mostrar o processo de cristalização da lágrima, mas que não foi possível devido à pequena quantidade de lágrima observada. Ela também comenta que as formas observadas são resultado da cristalização dos sais presentes no fluido. Para aumentar o engajamento, Ana sugere que os espectadores compartilhem histórias tristes para que ela observe uma lágrima de tristeza em um próximo vídeo. Como resultado, muitos usuários sugerem cenas de filmes e séries que, possivelmente, a fariam se sentir triste.

**Imagem 10** — Vídeo "Duvido vcs não bocejarem junto kkkkkkkkkk"



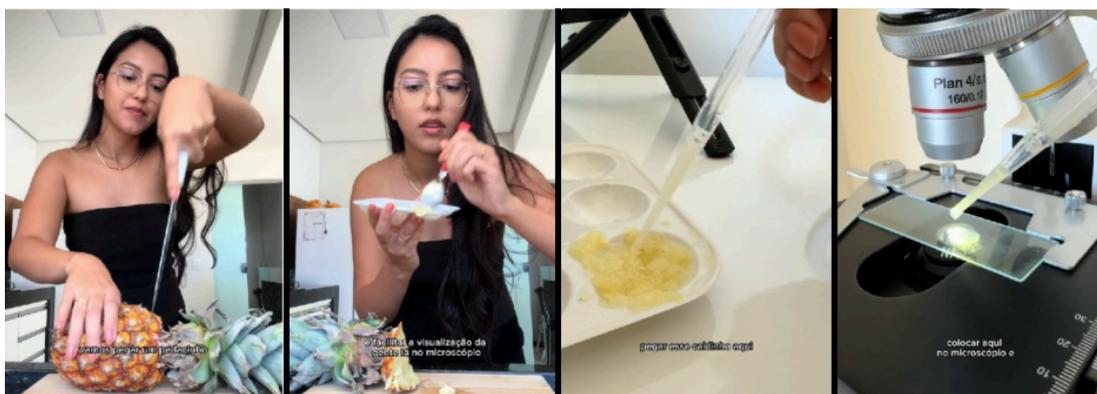
Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.

Com 2,4 milhões de visualizações, o vídeo com a legenda "Então podemos dizer que quando comemos o abacaxi ele nos come de volta???" 🤪🤪🤪🤪🤪" é o mais longo entre os analisados, com 1 minuto e 28 segundos.

A autora começa com uma pergunta, como uma estratégia para capturar a atenção do usuário: "Será verdade que tem agulhas dentro de todo abacaxi, por isso sua boca fica formigando depois de comer um?" A partir daí, ela explica o processo de criação de uma lâmina para observação no microscópio. Ela corta um pedaço do abacaxi, amassa para romper as células e facilitar a visualização, pega uma amostra com

uma pipeta e a deposita na lâmina, ajustando a iluminação para uma melhor observação. Esse detalhamento do processo sugere que a autora visa não apenas mostrar o processo de preparação de uma lâmina para um público que provavelmente nunca manipulou um microscópio, mas também incentivar o espectador a tentar reproduzir o experimento, seja ele aluno, professor ou apenas curioso.

**Imagem 11** — Processo de preparação da lâmina.



Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.

O vídeo segue com a explicação das chamadas “microagulhas do abacaxi”, que a autora identifica como “ráfides<sup>6</sup>” ou cristais de oxalato de cálcio. Ela afirma que essas estruturas servem como defesa contra a herbivoria, causando lesões na mucosa da boca de qualquer animal que consuma o abacaxi. Esse ponto é abordado de maneira dinâmica, com cortes de câmera mais frequentes em comparação aos outros criadores analisados. Em um momento, a autora se afasta do microscópio e se dirige ao público, explicando que o formigamento causado pela ingestão de abacaxi não é causado apenas pelas ráfides, mas também pela enzima “bromelina<sup>7</sup>”, que quebra proteínas, machuca a boca e pode gerar aftas (lesões bucais).

O vídeo termina com a autora falando diretamente com o espectador:

<sup>6</sup> **Ráfide:** Nome dado na biologia a cristais em formato de agulha formados dentro de células vegetais.

<sup>7</sup> **Bromelina:** Enzima propriedades digestivas encontrada em plantas da família Bromeliaceae, como o abacaxi.

Inclusive você é inteligente e eu tenho certeza que 'cê já montou aí na sua cabeça o raciocínio de porque tem muita gente que coloca abacaxi na carne pra amaciar a carne, por causa da bromelina, gente, porque carne é proteína, a bromelina quebra proteína e deixa a carne mais macia. (DUARTE, 2024)

Ela encerra com um elogio à biologia: “Fala se a biologia não é linda, cara. Biologia é linda, pelo amor de Deus!”

Nos comentários, há menos dúvidas do público em comparação com outros vídeos, mas algumas ainda surgem, como uma usuária questionando: “Então o abacaxi não deveria ser comestível? 🤔🤔” e outra: “Como coloca abacaxi para amaciar a carne? Tem que amassar ele, jogar na carne ou cortar e deixar a carne de molho nele?” Embora essas perguntas não recebam muito engajamento, elas são respondidas por outros usuários, geralmente de forma humorística, mas não pela autora. Um comentário que questiona: “Ou seja... Abacaxi é mais danoso do que benéfico?” recebe uma resposta direta da autora, que o direciona ao seu perfil no Instagram: “Nãooooooooo, assiste meus stories lá no insta @anacnd que falei sobre isso”. Isso aponta para o uso de uma plataforma complementar para compartilhar informações de caráter temporário, visto que os "stories" duram apenas 24 horas e não estão mais acessíveis depois desse período.

Um comentário sugere que a autora repita o processo com um kiwi, o que resulta em um vídeo de apenas 38 segundos e 934 mil visualizações. O vídeo começa com o mesmo processo de preparação da lâmina e explica que o kiwi também possui ráfides.

Imagem 11 — Vídeo "o pedido de vocês é uma ordem 😊"



Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.

Ana Duarte transmite seu entusiasmo pelo conteúdo com a empolgação evidente em sua voz, especialmente ao focar na estrutura das ráfides não rompidas no kiwi, destacando que, ao contrário do abacaxi, onde as estruturas foram comprometidas, foi possível observar as ráfides intactas neste caso. Ela encerra explicando que a enzima “bromelina”, mencionada no vídeo anterior, não está presente no kiwi, apenas no abacaxi.

Outro exemplo de seu estilo de produção é o vídeo intitulado “Então ketchup é tipo fruta né?!?!?!? 😂😂😂”, onde a autora observa o ketchup da Heinz sob o microscópio. O vídeo começa com uma frase provocativa:

**Esse vídeo aqui é pro dono da Heinz, pelo amor de Deus, cara, ‘vamo’ ter uma conversa aqui também ‘oh’: primeiramente, ‘vamo’ mudar esse dosador, porque toda vez é isso aí [o ketchup espirrando sobre a lâmina do microscópio], eu tenho certeza de que todos os brasileiros gostariam de um dosador menos escandaloso. (DUARTE, 2024)**

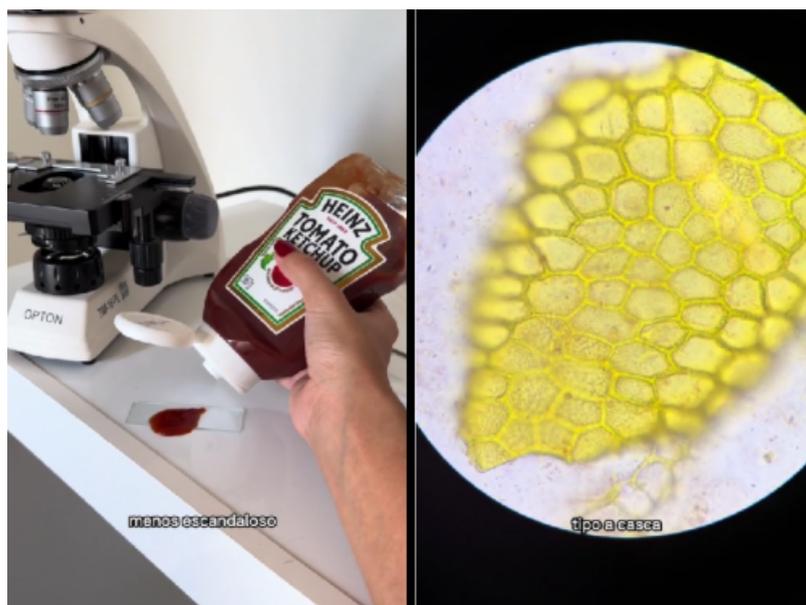
Essa introdução já inclui a preparação da lâmina, dessa vez mostrando um tom de humor e crítica.

Ela então expressa seu carinho pelo *ketchup* Heinz, mencionando que é um de seus favoritos, e faz a conexão entre a composição observada no microscópio e cascas de tomate. A autora destaca a

observação das células vegetais e ironiza ao afirmar: “Dá pra acreditar, menina, que botaram tomate mesmo aqui dentro?”. Ela também observa os vasos condutores da seiva do tomate, comparando-os a cabelos cacheados e explicando que esses não foram danificados por serem um “tecido mais fibroso”.

O vídeo parece ser uma crítica descontraída ao ketchup Heinz, mas não há indicações claras de que seja uma parceria paga, já que não está presente o selo de “parceria paga” no TikTok, levando a crer que a criadora está utilizando essa abordagem como uma forma de atrair marcas. Nos comentários, um usuário questiona se seria uma parceria patrocinada, e outro comenta de forma crítica: “Patrocínio Heinz... Só não falou dos conservantes.” No entanto, um dos comentários com mais curtidas foca na crítica ao dosador da embalagem: “Eu ODEIO o dosador, não tava saindo, aí apertei e fui olhar se estava entupida e espirrou no meu olho”. Essa crítica ao dosador se sobrepôs ao conteúdo educativo do vídeo, chamando a atenção de muitos usuários, o que mostra como a estratégia de captação de atenção pode gerar discussões que desviam o foco do tema principal.

**Imagem 12** — Vídeo "Então ketchup é tipo fruta né?!?!?!? 🤔🤔🤔"



Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.

No vídeo sobre o mel no microscópio, Ana Duarte começa com a frase "eu te garanto que esse vídeo vai te surpreender porque surpreendeu a mim que tava gravando", criando uma expectativa imediata no espectador. Ela explica que a intenção original era mostrar os grãos de pólen presentes no mel, que as abelhas colhem do néctar das flores. No entanto, ao ajustar as configurações do microscópio, se deparou com o processo de cristalização do mel, algo inesperado, e decidiu focar nesse fenômeno.

Ela destaca que a cristalização do mel é um processo natural e pode ser um indicativo de que o produto é puro, sem ter sido submetido a processos que possam ter comprometido seus nutrientes. Ana também combate uma informação popularmente difundida, que diz que mel de qualidade não cristaliza. Ela explica que, se o mel cristalizar, basta aquecê-lo para reverter o processo. Essa abordagem, além de educativa, desmistifica uma crença comum, fortalecendo o caráter informativo do conteúdo.

O vídeo recebeu apenas 68 comentários, número bem abaixo da média observada (183), indicando um engajamento relativamente baixo. O comentário com mais curtidas (138) questiona o funcionamento dos aparelhos de microscopia: "Por que as coisas perdem a cor quando aproximadas no microscópio?". Uma usuária, que se identifica como médica veterinária, responde a esse questionamento explicando que, quando a camada da substância (no caso, o mel) é muito fina, a luz atravessa e fica branca, permitindo que as estruturas, como células, sejam visualizadas. Ela ainda faz uma analogia, mencionando que o mesmo princípio é utilizado em exames de sangue e biópsias.

**Imagem 13** — Vídeo "Postando dnv porque deu erro antes 😞😞😞"



Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.

No vídeo em que Ana Duarte observa "carunchos" no fubá, a criadora começa com uma pergunta instigante: "Bora ver meu fubá cheio de 'caruncho' comigo?". Ao longo do vídeo, ela segue com a preparação da lâmina para observação e explica, de maneira descontraída e humorada, sobre os insetos encontrados no pote de fubá, que são comuns em diversos grãos armazenados. Ela afirma que, apesar de não ser uma entomóloga, acredita que os insetos são inofensivos e não apresentam risco, destacando que, caso alguém acidentalmente ingira esses pequenos insetos, não há motivo para preocupação.

Ana tranquiliza os espectadores ao dizer frases como: "Se eu tivesse comido (os insetos), gente, ta tudo bem", "Essas praguinhas que a gente encontra nos grãos, se a gente comer por acidente, não vai fazer mal", e "Cozinhou ali bem cozidinho matou tudo, matou qualquer bactéria", além de afirmar que "Inseto é pura proteína". Ela deixa claro que não está incentivando ninguém a comer intencionalmente os insetos, mas apenas ressaltando que, no caso de ingestão acidental, não há motivos para alarde. Essa abordagem descontraída pode reduzir o estigma em torno dos "carunchos", mas, ao mesmo tempo, pode gerar confusão no público, dado que ela mesma não é capaz de identificar

com precisão a espécie dos insetos. A falta de uma identificação exata e a presença de uma audiência vasta podem gerar interpretações equivocadas sobre os riscos de consumir diferentes tipos de insetos.

O vídeo se encerra com uma história cômica que Ana compartilha sobre um bolo de fubá com erva-doce que sua tia "da roça" preparou, mas, ao consumirem o bolo, descobriram que a "erva-doce" na verdade eram "carunchos". Ela finaliza com a frase: "E tá todo mundo vivo e tá tudo bem. Mais respeito aos carunchos, menos nojo e surto com os coitados, no final das contas, eles são até bonitinhos". Essa história tem um tom leve e humorado, criando uma conexão mais próxima com os espectadores ao mostrar como o incidente não foi problemático e pode ser encarado de maneira mais relaxada, o que pode diminuir a aversão ao tema de "insetos em alimentos".

Ao longo do vídeo, a criadora se utiliza de uma mistura de humor, educação e descontração, abordando um tema potencialmente repulsivo de maneira divertida, ao mesmo tempo que reforça a importância de uma visão mais aberta sobre os insetos e a natureza.

**Imagem 14** — Vídeo "Os coitados também são vítimas 🙌"



Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.

Nos comentários do vídeo sobre os "carunchos", é possível observar algumas dúvidas e preocupações sobre a natureza dos insetos mostrados por Ana Duarte, incluindo questionamentos sobre se os "carunchos" podem ser moscas ou se nascem da própria comida. Alguns usuários alertam para o perigo de consumir insetos em produtos alimentícios, mencionando casos de doenças ou parasitas, enquanto outros tentam identificar a espécie dos insetos, sugerindo que poderiam ser cupins ou Psocoptera, que não têm nome popular conhecido. Apesar dos questionamentos e comentários, não houve resposta nem por parte da comunidade, nem da criadora, o que pode indicar que ela optou por não interagir diretamente com esses pontos ou que não considerou necessário esclarecer essas dúvidas.

Os outros dois vídeos publicados por Ana, embora não sejam focados em conteúdo educativo, são relevantes para entender a interação com o público e sua estratégia de conteúdo. No primeiro, com 43 mil visualizações, Ana expressa sua frustração por seu canal no YouTube ter sido desqualificado do programa de monetização devido a uma acusação infundada de que seus vídeos não eram de sua autoria. A ausência de legenda neste vídeo e o tom mais pessoal indicam que aqui a criadora usou a plataforma exclusivamente para denunciar a situação, destacando a importância financeira da monetização para sua produção de conteúdo, especialmente por depender exclusivamente dessa fonte de renda.

O segundo vídeo, com apenas 15 segundos e 38 mil visualizações, é mais descontraído e voltado para a diversão. Ana utiliza um filtro que altera a cor de seus olhos ao som de um cover de "Girls Just Want to Have Fun", sugerindo que ela não tinha intenção de monetizar este conteúdo, já que com duração abaixo de um minuto, o vídeo não se encaixa nas políticas de monetização do TikTok. Este vídeo, provavelmente voltado para seu público mais informal, se assemelha àqueles publicados no perfil "Ana Daily", popular por usar filtros e criar conteúdos mais descontraídos.

**Imagem 15** — À esquerda, vídeo sobre a desqualificação do canal do Youtube e, à direita, vídeo utilizando filtro que muda a cor dos olhos.



Fonte: @anacnd no TikTok, 2024.

A análise dos vídeos de Ana Duarte evidencia um perfil de produção distinto dos demais criadores estudados, tanto em termos de quantidade quanto de abordagem. Durante o período analisado, Ana publicou um número reduzido de vídeos em comparação aos outros dois perfis aqui observados.

Essa baixa frequência pode estar relacionada ao caráter mais elaborado de sua produção, que frequentemente envolve o uso de microscópios e a preparação de amostras, exigindo um tempo maior de planejamento e execução em comparação a conteúdos baseados apenas em reações ou explicações verbais, além da necessidade de produção para outros perfis com conteúdos mais simples.

Vale citar que um mês antes dos vídeos analisados, em maio de 2024, um dos perfis casuais de Ana ganhou grande repercussão em todo o país ao testar produtos cosméticos da marca de uma das maiores influenciadoras do país, portanto, sua baixa frequência de postagem também pode estar relacionada a um foco maior em publicações em torno desse assunto.

Um dos principais aspectos que caracteriza sua produção é a

interação com o público na escolha dos objetos analisados. Em diversos vídeos, Ana examina itens sugeridos por seus seguidores, como alimentos e produtos do cotidiano, além de fazer perguntas e desafios à audiência, o que reforça a participação ativa da audiência na definição do conteúdo. Entretanto, essa interação não se estende às seções de comentários, onde há poucas respostas diretas da criadora às dúvidas levantadas pelo público.

Além disso, a análise de seus vídeos aponta uma estratégia de captação de atenção baseada no uso de perguntas instigantes e referências a conceitos populares, como no caso do vídeo sobre abacaxis, onde explora a ideia de que a fruta "nos come de volta" devido à presença de bromelina.

Esse tipo de abordagem facilita a conexão do público com temas científicos, mas também pode gerar interpretações equivocadas se não houver um reforço explícito da explicação científica por trás das afirmações feitas.

Também é possível notar a ausência de referências em suas informações, mesmo que muitas delas sejam simples e amplamente difundidas, algumas podem gerar confusões no público, como o caso dos "carunchos" que não foram identificados corretamente e nos comentários foram confundidos com moscas.

O conteúdo de Ana Duarte se destaca dentre os outros aqui estudados por seu formato diferente dos demais.

- @yagostephano

Yago Stephano, no perfil @yagostephano, adota uma abordagem que muitas vezes se assemelha ao perfil @biomesquita mas ainda diferente bastante de ambos outros criadores, oferecendo conteúdos que misturam explicações aprofundadas acerca de temas diversos humorísticos. Ele publicou 21 vídeos durante o período observado, com frequência quase diária, exceto aos finais de semana. Seu conteúdo é

diverso e, por muitas vezes, até difícil de categorizar. O criador comumente se apropria de uma temática curiosa e geral e a aborda, se assemelhando a uma aula tradicional e, mesmo quando tem como tema central um vídeo previamente viralizado na plataforma, busca aprofundar e/ou trazer algumas curiosidades acerca do objeto do vídeo. No entanto, é notável que essa temática escolhida é, quase sempre, uma interação entre humanos e animais, dos 21 vídeos catalogados, quatro não possuem conteúdo diretamente educacional e dos 17 restantes apenas dois não tem animais como tema principal, sendo um sobre o corpo humano (panturrilha) e outro abordando uma planta (*Gympie Gympie*).

O uso de artigos científicos nas legendas é uma estratégia interessante que Yago adota para aumentar a credibilidade das informações compartilhadas, mostrando um comprometimento em fornecer fontes confiáveis ao público. Isso reflete uma preocupação em manter a veracidade dos dados, se distanciando um pouco da abordagem mais intuitiva de outros criadores.

Outro ponto a destacar é o uso mais estratégico das hashtags, com Yago escolhendo não só as mais populares como "#aprendanotiktok", mas também incluindo outras mais específicas para cada vídeo, buscando direcionar o conteúdo para o público adequado. O uso de *hashtags* já relevantes é uma técnica comum na plataforma para aumentar o alcance dos vídeos e engajar usuários que se interessam por temas semelhantes.

O vídeo com maior número de visualizações, 3,7 milhões, exemplifica bem essas estratégias. Começando com Yago em roupa de banho na praia, o vídeo aborda o tema das conchas e sua importância para certos animais. A introdução, em que ele pergunta por que não devemos levar conchas para casa, é seguida por uma explicação científica fundamentada, utilizando recursos visuais que surgem na tela enquanto ele fala sobre os animais que utilizam as conchas para se proteger. Esse uso de imagens e vídeos complementares durante a explicação facilita o entendimento do público e torna o conteúdo mais interativo e dinâmico, algo que Yago utiliza com frequência para tornar

suas postagens mais atraentes e educativas ao mesmo tempo.

**Imagem 16** — Vídeo "anota aí, valeu?! 🐞 Não leve as conchas para casa!"



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

O vídeo de Yago sobre a retirada de conchas na praia demonstra sua habilidade em mesclar informações científicas com um estilo de apresentação mais dinâmico. Ao destacar os motivos para não pegar conchas, ele apresenta argumentos baseados no impacto ecológico, como a proteção dos animais (caranguejos, peixes e polvos), a redução da erosão das ondas e tempestades e a reciclagem dos nutrientes presentes nas conchas. A explicação sobre o impacto humano sendo pequeno em comparação ao das grandes empresas é um toque de realismo, balanceando a questão ecológica com uma visão mais prática. A duração curta do vídeo, de 55 segundos, que não atinge o requisito mínimo para monetização, também é interessante porque, apesar disso, consegue atrair muita atenção devido à forma como Yago cativa o público com cortes dinâmicos e variação vocal, técnicas que visam aumentar o engajamento do espectador.

Nos comentários, a reação ao autor é um tanto focada na sua aparência, com vários comentários sobre sua aparência física,

desviando um pouco da intenção educativa do vídeo.

No próximo vídeo, com 550 mil visualizações, Yago fala sobre a função da panturrilha como “segundo coração”. Este é o único em toda a pesquisa que abordou um tema de saúde e corpo humano diretamente. O tema é interessante, abordando a circulação sanguínea e como a panturrilha auxilia no bombeamento de sangue de volta para o pulmão.

O criador também inicia aqui com informações sobre como o sedentarismo pode levar a problemas de saúde, como varizes, trombose e diabetes, reforçando a importância de se manter ativo e cuidando da saúde. Ao final, o pedido de compartilhamento do vídeo com amigos ou familiares sedentários vem como uma estratégia para aumentar o engajamento.

**Imagem 17** — Vídeo "A panturrilha é o “segundo coração”?!”



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

É possível observar comentários, como “eu sempre olho tudo menos o conteúdo”. Estes, assim como no vídeo anterior, sugerem que o foco do público pode, em parte, se deslocar para a aparência do criador, mas sem uma conclusão clara se isso implica na irrelevância do conteúdo. Mesmo com a quantidade de informações mais robustas oferecidas por Yago, a interação dos seguidores, como perguntas ou discussões profundas sobre o tema, parece ser mais limitada. Isso pode ser um reflexo de como, em plataformas como o TikTok, o apelo visual

ou até o carisma do criador podem competir com o próprio conteúdo educacional ou informativo.

Na legenda deste vídeo, Yago faz referência ao artigo "*Reactivate Your Second Heart*" de Monica Almendras e Erik Peper (2021), utilizando o DOI do mesmo como uma forma de dar mais credibilidade à informação apresentada. No entanto, ele não menciona o artigo no vídeo ou explica o que é o "DOI: 10.5298/1081-5937-49.04.07" da legenda, visto que parte de seu público provavelmente não sabe o que a sigla de "*Digital Object Identifier*" significa ou sua importância para dar mais referência científica ao conteúdo. O uso do DOI sem explicação pode limitar a compreensão de alguns espectadores sobre a origem e a seriedade da pesquisa citada.

No vídeo publicado em 26 de Junho, Yago opta por disponibilizar links para dois artigos em vez de seus DOI, como fez anteriormente. Os artigos referem-se à "*Australian Stinging Tree*" (*Dendrocnide moroides*), a "planta mais dolorosa do mundo", tema central do vídeo. O primeiro artigo, "*Neurotoxic peptides from the venom of the giant Australian stinging tree*" (2020), foi escrito por Edward K. Gilding e colaboradores, e o segundo, "*Botanical Briefs: Australian Stinging Tree (Dendrocnide moroides)*" (2023), é de autoria de Ansley C. DeVore e Thomas W. McGovern. Ao compartilhar esses links, Yago facilita o acesso dos seguidores aos estudos completos, promovendo uma maior transparência e oferecendo fontes científicas confiáveis para aprofundamento no tema.

No vídeo, Yago adota uma abordagem diferente ao usar a estratégia comum de captura da atenção logo ao início, com a pergunta: "Imagina usar a planta mais venenosa do mundo como papel higiênico?". A partir daí, ele apresenta a "*Gympie Gympie*" (*Dendrocnide moroides*), conhecida como a planta mais dolorosa do mundo, devido aos tricomas — pequenas estruturas que se assemelha a pelos e que, nesta espécie, liberam neurotoxinas capazes de penetrar na pele e causar dor intensa. O criador também compartilha relatos de pessoas que sofreram com a dor da toxina, com algumas descrevendo um sofrimento prolongado, que

pode durar anos. Ele ainda menciona que essa planta pode ser encontrada na Austrália.

O vídeo ganha um tom mais dramático ao concluir com uma história trágica sobre um homem que, ao usar a planta como papel higiênico, experimentou dores tão insuportáveis que acabou tirando a própria vida. Como as diretrizes do TikTok proíbem a menção direta a suicídio, Yago apenas faz um gesto com a mão, simulando uma arma apontada para a cabeça, para ilustrar o ponto. Para encerrar, ele provoca os espectadores com uma pergunta instigante: "Por um milhãozinho na sua conta, você teria coragem de sentir a dor disso aqui?"

Essa estratégia, além de criar engajamento, provoca reflexões sobre os limites da dor humana e os riscos envolvidos com o contato com plantas venenosas.

**Imagem 18** — Vídeo "por 1 milhaozinho, você topa? 🤔 Gympie Gympie, a planta considerada mais dolorosa do mundo!"



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

Nos comentários desse vídeo, muitos usuários confundem a planta mencionada (*Gympie gympie*) com outras espécies urticantes,

como a urtiga, gerando um grande número de interações. Comentários como "Mano e só uma urtiga aqui na roça tem um tanto" ou "Não é Urtiga?" indicam que o público se identifica com o conceito de plantas urticantes, mas de maneira errada. Esse tipo de confusão pode contribuir para o aumento do engajamento, já que as pessoas se sentem conectadas ao tema de forma mais direta, mesmo que o entendimento esteja impreciso. Isso também pode explicar o grande número de visualizações, uma vez que o vídeo provoca essa interação constante, fazendo com que o público reaja com suas próprias experiências, ainda que equivocadas.

Em outro vídeo, Yago adota o mesmo formato, mas agora com o objetivo de educar sobre as estrelas-do-mar. Ao listar seis razões para não tirar fotos com esses animais marinhos, ele se utiliza de imagens ilustrativas enquanto fala diretamente com a câmera. Yago alerta para comportamentos irresponsáveis, como tocar animais desconhecidos, pelo risco de danificar sua camada externa e sistema hidrovascular, e o impacto que interações humanas podem ter em sua respiração e reprodução. Ele enfatiza que esses seres vivos não devem ser tratados como objetos para fotos ou lembrancinhas.

O tom do vídeo é mais agressivo do que nos outros, com expressões como "faça-me o favor" e "não seja um idiota", o que pode ter o objetivo de chocar ou gerar reações fortes no público, além de reforçar a seriedade da mensagem. Essa abordagem mais direta pode ser uma estratégia para chamar a atenção e provocar uma reflexão mais profunda nos espectadores sobre o impacto humano no meio ambiente e nos animais.

Imagem 19 — Vídeo "por favor, não repita isso 🤔"



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

A imagem de uma mulher com uma estrela-do-mar cobrindo o seio, que aparece por apenas 7 segundos no vídeo, gerou um comentário que se tornou o mais curtido: "MDS a mulher com a estrela do mar no 🍒", utilizando um emoji para se referir aos seios de forma velada. A utilização dessa imagem pode ter sido uma estratégia intencional do autor para aumentar o engajamento, já que, ao provocar curiosidade ou risos, o vídeo se espalha mais. No entanto, é possível que a mensagem principal do vídeo, sobre a importância de respeitar os animais marinhos, tenha sido ofuscada.

Além disso, surge outro comentário com uma dúvida: "Aquela bolacha do mar também é uma estrela?", questionando sobre outra espécie de Echinodermata, a bolacha-do-mar. As respostas variam, com alguns usuários afirmando que sim, enquanto outros discordam, sem o autor para dar uma resposta definitiva.

Outra vez discussões são feitas em torno de questionamentos relativamente simples e a falta de interação com o autor deixa livre para quaisquer usuários opinarem com o mesmo nível de credibilidade quer estejam certos ou errados.

Outro ponto importante é o uso de áudios populares do TikTok no vídeo, uma prática comum para tentar aumentar o alcance e engajamento. Ao usar um áudio já viralizado, Yago pode estar buscando se aproveitar do algoritmo da plataforma, que tende a entregar, a um usuário, vídeos que utilizem áudios ou músicas que o usuário já consumiu anteriormente. O vídeo sobre estelas-do-mar é um exemplo de como o criador utiliza recursos específicos da plataforma para potencializar a visibilidade de seus vídeos, ao mesmo tempo que adiciona um tom de "suspense" para prender a atenção do público.

No vídeo de 7 de Junho de 2024, Yago usa uma estratégia similar, dizendo "nunca pinte ou compre uma tartaruga com casco pintado e eu vou te explicar porque", ao mesmo tempo em que exibe imagens de tartarugas com cascos pintados. Esse tipo de abordagem visou conscientizar os espectadores sobre práticas prejudiciais aos animais, utilizando o suspense para criar expectativa e aumentar a retenção do público, além de reforçar a importância da informação apresentada.

**Imagem 20** — Vídeo "por favor, não repita isso 😬" 00:05 segundos.



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

No vídeo, Yago Stephano explica os impactos negativos de pintar os cascos das tartarugas, destacando aspectos importantes da anatomia e metabolismo desses animais. Ele começa contextualizando que o

casco das tartarugas não serve apenas como uma proteção, mas também como um meio para a passagem de raios solares, “que são essenciais para a produção de vitamina D”. Nesse ponto, os cascos são comparados à pele humana, destacando uma função comum de ambos os órgãos: permitir a absorção da luz solar, algo importante para a manutenção da saúde.

Ele segue dizendo que a vitamina D é crucial para o crescimento saudável e a manutenção da composição óssea das tartarugas. Embora a explicação não se estenda diretamente ao metabolismo humano, o paralelo implícito entre os dois organismos ajuda a contextualizar a importância da vitamina D para qualquer ser vivo que necessite dela para manter a saúde óssea.

Por fim, Yago faz uma observação interessante sobre a anatomia das tartarugas, explicando que a carapaça delas não é uma simples "casa", mas sim a coluna vertebral do animal, que é protegida por uma camada externa. Esse esclarecimento sobre a estrutura óssea das tartarugas é enriquecido com imagens ilustrativas, facilitando a compreensão do público sobre como os cascos são parte fundamental da sua anatomia e como pintá-los pode prejudicar sua saúde, afetando diretamente seu metabolismo e bem-estar.

Essa abordagem fornece informações técnicas de maneira acessível, conectando conceitos biológicos relevantes à prática cotidiana e alertando sobre os riscos da interação inadequada com os animais, enquanto ainda mantém o tom educativo e envolvente do conteúdo.

**Imagem 21** — Vídeo “por favor, não repita isso 🤢” 00:50 segundos.



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

No próximo vídeo, com 2 milhões e 400 mil visualizações, sobre os perigos de interagirmos com animais selvagens, Yago adota um tom cômico, mas ao mesmo tempo informativo, para alertar sobre os riscos dessa prática. Começando com um vídeo de um homem embriagado brincando com um leão marinho, Yago introduz o conteúdo de maneira provocativa, dizendo: “quando você quiser provar que ‘Deus protege os bêbados’, mostre pra essa pessoa esse vídeo aqui e não diga mais nada”.

O vídeo, em seguida, mostra imagens de ataques de leões marinhos e chama atenção para os riscos que esses animais podem representar, como as mordidas, que podem não só causar lesões físicas, mas também infecções bacterianas, uma vez que seus dentes são repletos de microrganismos. Ele menciona a reportagem de uma menina que passou por um longo tratamento após ser atacada para ilustrar o risco de infecção. Yago também menciona o potencial de transmissão de doenças que esses animais possuem.

Apesar do vídeo possuir uma abordagem mais leve, devido ao tom humorístico e piadas no final, o conteúdo educacional ainda está

presente. No entanto, o nível de profundidade é inferior ao de outros vídeos do criador. Isso é evidenciado pelo conteúdo é mais simples, menos detalhado e poucos exemplos complementares, sugerindo que a pesquisa e o embasamento não foram tão profundos quanto em outros vídeos.

Nos comentários, é possível perceber que o público foca no tom humorístico do vídeo, com piadas relacionadas à situação apresentada, mas não há questionamentos significativos sobre o conteúdo abordado. Isso pode indicar que, por mais que o vídeo tenha alcançado um grande número de visualizações, o público não estava tão interessado nos aspectos educativos, possivelmente porque o tema foi tratado de maneira mais superficial. Isso também pode sugerir que, em vídeos com um tom mais leve e cômico, a profundidade do conteúdo educacional tende a ser reduzida em comparação com os vídeos mais sérios e informativos.

**Imagem 22** — Vídeo “Deus protege os bêbados 🤔”



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

O vídeo sobre cardumes de peixes, com 1 milhão e 800 mil visualizações, segue o mesmo formato utilizado anteriormente, no qual

Yago cria uma narrativa cativante para despertar curiosidade no público. Ele começa com uma situação cotidiana, dizendo: “Se um dia você estiver na praia e avistar uma mancha preta gigantesca como essa, fique tranquilo, ela é formada por algo muito mais simples do que você pensa”. O uso dessa introdução visa capturar a atenção do espectador imediatamente, levando-o a pensar sobre o que está sendo mostrado nas imagens ao fundo.

Logo em seguida, são apresentados alguns predadores marinhos como orcas, tubarões e aves, enquanto imagens desses animais surgem na tela. Yago explica como alguns peixes utilizam corais e algas para se esconder da predação, enquanto outros, que não têm essas opções, vivem em cardumes, tema do vídeo. A relação entre os peixes e outros seres marinhos, como os corais, é destacada, mas é importante notar que a maneira como ele fala sobre os cardumes, usando a expressão "peixes menores", é um tanto generalista, arriscando provocar a impressão enganosa de que apenas peixes de pequeno porte vivem em cardumes.

A explicação sobre os movimentos ritmados e as características físicas dos peixes, como as escamas que ajudam a confundir os predadores, é breve e interessante. Yago descreve como alguns predadores, como a baleia jubarte, desenvolveram estratégias para capturar presas em cardumes. Ele detalha a estratégia de predação das jubartes, explicando como elas localizam um cardume, mergulham e sobem rapidamente, fazendo com que vários animais sejam capturados ao mesmo tempo ao abrir a boca e puxar a água com grande velocidade. Essa explicação detalhada da estratégia de predação é um exemplo de como o vídeo traz informações biológicas de forma clara e envolvente.

No final, o criador retorna ao vídeo inicial para confirmar que a “mancha” no mar era, de fato, um cardume. Ele alerta o público sobre o perigo que uma mancha escura no oceano pode representar, utilizando o exemplo de duas orcas nadando, e dizendo que esse tipo de situação pode não ser algo seguro ou confiável. O vídeo fecha com esse alerta, adicionando uma camada de conscientização sobre a natureza

selvagem e os perigos que ela pode oferecer. Aqui há um contraponto breve com o vídeo dos chamados “carunchos” de Ana Duarte, onde mesmo afirmando que os cardumes são inofensivos a nós, Yago reforça a cautela ao lidar com qualquer animal, enquanto Ana deixa em aberto a interpretações diversas seus comentário sobre a ingestão de insetos.

O vídeo, assim como os anteriores, adota uma abordagem educativa envolvente, utilizando curiosidade, imagens impactantes e explicações detalhadas para manter o público interessado. Embora o conteúdo seja interessante e informativo, a simplificação de alguns conceitos, como a generalização dos cardumes, pode ser um ponto a ser revisado para evitar interpretações erradas.

**Imagem 23** — Vídeo "uma mancha preta na água?! 🙄"



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

O comentário com mais curtidas resume o conteúdo de forma concisa, com a frase: “resumindo: isso é um monte de peixe pequeno. boa tarde”, mostrando como a busca por respostas rápidas e simples se alinha com a dinâmica do TikTok, uma plataforma voltada para conteúdos de consumo rápido e de fácil compreensão. O comentário gerou uma discussão sobre a opção de Yago em explicar os motivos por

trás dos cardumes, com outro usuário destacando que, embora o criador tenha se aprofundado no tema, muitas pessoas preferem respostas mais objetivas e rápidas. Isso evidencia como o conteúdo educativo no TikTok pode ser superficialmente consumido, com os espectadores muitas vezes não interessados nos detalhes explicativos e mais focados em uma resposta imediata.

O último vídeo, com 700 mil visualizações, segue uma estrutura similar, começando com uma imagem que desperta curiosidade: um caçador africano com uma grande ave morta. Yago utiliza uma comparação humorística, mencionando que não se trata de um "Pterodáctilo ou um Bico-de-sapato (*Balaeniceps rex*) "metralhadora". É relevante notar que a palavra "metralhadora" foi censurada, já que o TikTok tende a reduzir a entrega de vídeos que mencionam violência, mesmo que seja de forma indireta, como no caso da brincadeira com o som do animal, que se assemelha a uma arma. Isso mostra como o algoritmo da plataforma tem limitações em distinguir o contexto das palavras, o que pode afetar a visibilidade do conteúdo.

Yago também faz uso de referências culturais e figuras da mídia para atrair a atenção dos espectadores, como a citação de "Zeca Urubu" do desenho "Pica Pau" e a associação da ave com personagens de filmes como *Up: Altas Aventuras*. O uso dessas comparações parece ter sido eficaz, já que o vídeo gerou grande engajamento e os comentários frequentemente mencionam filmes como *Zambézia*, no qual o animal também aparece. Essa associação é uma estratégia comum no TikTok para gerar mais visualizações e engajamento, aproveitando a familiaridade do público com esses personagens.

No vídeo, Yago revela que a ave em questão é a "Cegonha Marabu" (*Leptoptilos crumeniferus*), uma ave que se destaca por seu tamanho, seus hábitos territoriais e sua alimentação diversificada, incluindo exemplos como "carcaças de leões" e "bebês crocodilos", o que serve para impressionar o público e gerar mais interesse pelo animal. Embora a fonte desses exemplos não tenha sido especificada, a intenção é deixar claro que a ave é um predador de topo, reforçando seu

caráter impressionante.

O vídeo termina com um tom humorístico, sugerindo que o público tenha "coragem de comer um 'franguinho' desses", buscando engajar os espectadores nos comentários. A prática de incentivar os usuários a interagir, abrindo os comentários para ver o que os outros disseram, também serve para aumentar a visibilidade do vídeo, já que o TikTok prioriza conteúdos que geram interação.

Em ambos os casos, o criador usa elementos de humor, simplificação e referências culturais para tornar o conteúdo mais atrativo e aumentar o engajamento, destacando como as expectativas de uma resposta rápida e simplificada dominam as interações na plataforma.

**Imagem 24** — Vídeo "você conhece essa ave? 🍗🦋 Cegonha Marabu 🦋"



Fonte: @yagostephano no TikTok, 2024.

A análise dos vídeos de Yago Stephano evidencia uma tentativa de equilibrar entretenimento e divulgação científica, com estratégias que combinam humor, dinamismo e embasamento acadêmico.

Seu ritmo regular de publicações ao longo de todos os dias úteis possivelmente contribui positivamente para a manutenção do engajamento do público e favorece a retenção de audiência através do algoritmo do TikTok.

As técnicas de oratória, perguntas intrigantes para o público, diferentes ambientações e os cortes dinâmicos de câmera, contribuem

para tornar o conteúdo mais interessante, mesmo em vídeos curtos, mantendo a atenção do público e tornando a experiência mais interativa.

Diferentemente dos outros criadores analisados, Yago adota uma abordagem que oscila entre explicações acerca de vídeos virais, buscando aprofundar em seu tema central, e vídeos aprofundando em temas diversificados, sobretudo do reino animal, além de apresentar argumentos ecológicos fundamentados e algumas vezes referenciados.

Outra característica marcante de sua produção é o uso estratégico de *hashtags*. Enquanto Matheus Mesquita adota uma seleção fixa de palavras-chave para aumentar a visibilidade de seus vídeos, Yago alterna entre *hashtags* genéricas, como "#aprendanotiktok", e outras mais específicas relacionadas ao tema de cada vídeo. Essa adaptação possibilita que seu conteúdo alcance diferentes nichos dentro da plataforma e maximize o potencial de viralização.

A busca por credibilidade científica é outro diferencial em sua abordagem, em relação aos outros perfis estudados neste trabalho. Yago frequentemente insere referências a artigos científicos nas legendas de seus vídeos, uma prática pouco comum entre os influenciadores analisados.

Essa estratégia não apenas fortalece a confiabilidade do conteúdo, mas também oferece aos espectadores a oportunidade de aprofundar-se nos temas abordados.

Apesar desses pontos positivos, a análise também evidencia desafios característicos da produção de conteúdo educativo no TikTok. Em alguns vídeos, a seção de comentários desvia-se do foco educacional, com interações centradas mais na figura do criador do que no tema abordado.

Esse fenômeno compromete a discussão acerca do conteúdo transmitido e reforça a necessidade de estratégias para manter o público engajado com o conteúdo acadêmico.

### 3.4. ENTREVISTA

No decorrer desta pesquisa, a análise dos vídeos de Yago Stephano evidenciou padrões e estratégias recorrentes em sua abordagem, tais como a adaptação de temas complexos ao formato de vídeos curtos, a fundamentação de seu conteúdo em artigos científicos e a preocupação em combater a disseminação de desinformação de maneira acessível. Esses aspectos foram aprofundados na entrevista semiestruturada realizada remotamente com o criador, cujo conteúdo será discutido nesta seção.

Já no início da entrevista, Yago narra sua trajetória até se tornar criador de conteúdo para o TikTok, evidenciando um aspecto que corrobora com relatos de outros criadores analisados: o apreço pela biologia:

**Com o passar do tempo, eu percebi que estudar Biologia era a única coisa que eu fazia sem sentir que estava perdendo tempo. Eu sentava para estudar e não me importava em ver as horas passando. E aí, comecei a perceber que essa área realmente me fazia bem. Eu ficava feliz de aprender algo novo e sair contando para todo mundo: "Sabia disso? Sabia daquilo?" (STEPHANO, 2024)**

**Então, juntei essas duas paixões: ensinar e Biologia. Foi aí que decidi fazer licenciatura em Biologia na UFRJ. (STEPHANO, 2024).**

Assim como observado nas declarações de Ana e Matheus em vídeos analisados, verifica-se um padrão entre criadores de conteúdo: o interesse inicial pela disciplina de biologia e a satisfação em compartilhar esse conhecimento.

Ao ser questionado sobre sua inserção no meio digital, Yago relata sua experiência anterior como monitor em colégios do Rio de Janeiro, atuando com alunos do sexto ano do ensino fundamental até o terceiro ano do ensino médio e pré-vestibular. Durante a pandemia de COVID-19, começou a gravar vídeos de suas aulas e a disponibilizá-los em seu canal no YouTube, enxergando essa iniciativa como uma forma de retribuir à sociedade a educação que recebeu gratuitamente:

**Mas com o tempo, comecei a pensar: "Poxa,**

**estou dando a minha melhor aula da vida para cinco ou dez alunos. E se eu gravasse essa aula e deixasse disponível para todo mundo?" Eu sempre tive essa sensação de dever, porque tive acesso a uma educação de qualidade, estudei com professores incríveis, em instituições de ponta, e queria retribuir isso oferecendo conteúdo gratuito e acessível para outras pessoas. (STEPHANO, 2024).**

O período da pandemia coincidiu com o crescimento exponencial do TikTok como plataforma de disseminação de conteúdo (AZZARI; MAYER, 2022). Ao perceber que o mercado de videoaulas já contava com grandes nomes, Yago decidiu migrar para o formato de vídeos curtos:

**Aí veio a pandemia, e eu comecei a gravar aulas aqui, nesse quadro atrás de mim. Eu nunca gostei muito de slides, sempre preferi estar em pé, como se fosse uma monitoria, explicando. No começo, eu fazia vídeo-aulas mais longas, mas já existiam muitos professores nesse formato. Foi quando decidi testar vídeos mais curtos, algo mais dinâmico. Comecei resolvendo questões de vestibular no TikTok. (STEPHANO, 2024)**

Entretanto, a transição do conteúdo, de vídeos voltados à resolução de questões para produções mais elaboradas, ocorreu a partir da observação de que muitos estudantes estavam sendo influenciados por conteúdos falsos disseminados na plataforma:

**Mas, com o tempo, notei algo curioso: eu dava monitoria para crianças de 8 a 10 anos, e elas chegavam contando que tinham visto vídeos no TikTok falando de sereias, de caras que fertilizavam ovos com espermatozoides... Ou seja, muitas informações absurdas circulando por lá. (STEPHANO, 2024)**

**Então, comecei a produzir vídeos desmentindo essas fake news. E foi aí que nasceu o Yago da internet. No começo, minha intenção era uma coisa, mas o sucesso e a visibilidade vieram quando comecei a fazer outra. (STEPHANO, 2024)**

Essa preocupação com a checagem de informações e o combate à desinformação permanece um elemento central na produção de Yago,

inicialmente focada na análise e explicação de vídeos virais da plataforma. Atualmente, essa abordagem ainda se mantém, mas com um maior compromisso na inclusão de fontes científicas que validem o conteúdo apresentado.

Com relação à expansão para outras redes sociais, Yago relatou que, a princípio, sua produção era restrita ao TikTok. No entanto, a viralização de seus vídeos levou ao crescimento inesperado de seu perfil no Instagram, o que o motivou a ampliar sua atuação para os “Reels”:

**Então, no começo eu estava só no TikTok. Mas quando cheguei perto dos 300 mil seguidores, uma página de fofoca do Instagram pegou um vídeo meu e postou lá.**

**O engraçado é que, nessa época, eu estava pensando em fechar o meu Instagram, deixar ele privado, porque era algo mais pessoal. Não queria misturar com trabalho.**

**Aí, um dia antes dessa página postar meu vídeo e me marcar, eu estava realmente prestes a trancar o perfil. Mas, do nada, ganhei uns 10 mil seguidores em um dia. Foi quando percebi que precisava começar a postar os vídeos do TikTok no Instagram também.**

**Então, meio que fui forçado a entrar no Instagram. (STEPHANO, 2024)**

A transição para o YouTube Shorts, por sua vez, ocorreu apenas após a implementação da monetização para esse formato:

**Depois de um tempo conciliando TikTok e Instagram, o YouTube percebeu que os vídeos curtos estavam crescendo muito e lançou os Shorts. Quando começaram a monetizar os Shorts, passei a investir mais no YouTube.**

**Então, a ordem foi essa: primeiro YouTube com vídeos longos, depois TikTok com vídeos curtos, aí Instagram e, por fim, YouTube Shorts. (STEPHANO, 2024)**

Apesar de acreditar que o público atual tem preferência por vídeos mais curtos, Yago expressou sua própria preferência por vídeos mais longos e como nunca foi um grande usuário do TikTok:

**...é difícil fazer o caminho inverso. Se você**

**já produz vídeos longos, é tranquilo migrar para os curtos. Mas pegar um público acostumado com vídeos curtos e levá-los para conteúdos longos é bem complicado.**

**Mas estou com alguns projetos para voltar a produzir vídeos longos. Estava até mexendo nisso antes da gente começar essa conversa. Vídeos longos permitem um trabalho com mais qualidade, aprofundamento e uma conexão maior com o público. (STEPHANO, 2024)**

Apesar dessa tendência, o criador expressa sua preferência pessoal por conteúdos mais aprofundados:

**Por exemplo, eu paro para ver vídeo longo às vezes na hora do almoço, que é um hábito comum. Muita gente faz isso: senta para comer e coloca um vídeo no YouTube para assistir sem precisar ficar mexendo no celular. Mas, com certeza, os vídeos curtos dominaram – infelizmente. (STEPHANO, 2024)**

**Cara, vou ser muito sincero, absurdamente sincero: mesmo depois de trabalhar no TikTok, eu não consumo TikTok. O único momento em que vejo vídeos na plataforma é quando preciso entrar para conferir algo em que fui marcado. Tipo: "Yago, me ajuda nesse vídeo aqui", ou "Yago, o que acha desse vídeo?" Fora isso, só quando estou subindo um vídeo e preciso deixar o aplicativo aberto. (STEPHANO, 2024).**

Em seguida, perguntamos a Yago sobre suas atuações profissionais. Além dos vídeos, Yago também possui uma marca de investimentos, atua como palestrante, afirmou estar em um projeto para o lançamento de um livro e trabalha em uma agência para influenciadores. Isso nos permitiu compreender melhor como funciona o agenciamento dos criadores de conteúdo e sua relação com as marcas que os patrocinam:

**A maioria dos influenciadores, independente do nicho, precisa ter uma agência. Não tem jeito, tem que ter alguém para administrar as oportunidades que chegam. Basicamente, funciona assim: você tem um contrato com uma agência, e ela gerencia sua vida profissional. Toda publicidade que chega pra mim passa primeiro por eles. Eles negociam, tratam os valores e fazem tudo.**

**Eu falo isso com propriedade porque, além de ser agenciado, também agencio outras pessoas. Às vezes, o influenciador participa da negociação do valor de uma publicidade, mas, em muitos casos, não há esse contato direto. Depende da dinâmica entre o criador e a agência.**

**O processo é mais ou menos assim: as marcas entram em contato com a agência, eles negociam os termos, e nós, influenciadores, executamos o trabalho. (STEPHANO, 2024)**

**Do ponto de vista profissional, não é bom o influenciador tratar diretamente com a marca. A agência existe justamente para intermediar isso, para evitar desgastes e garantir que tudo seja conduzido de forma profissional. É essencial ter uma equipe para gerenciar essa parte. (STEPHANO, 2024)**

Percebe-se que o contato com as empresas é mediado, na maioria das vezes, pela agência, sendo raro o contato direto com o influenciador. Esse fator também influencia diretamente no valor monetário atribuído, que é negociado pela empresa.

**Por eu ser um cara técnico, de uma área em que, às vezes, a marca não tem um biólogo ou um professor de biologia, tudo depende. Mas, na grande maioria dos casos, as pessoas me mandam o que elas querem que eu fale, e eu construo tudo, sabe?**

**Por exemplo, eu conheço criadores em que o roteiro já chega pronto. "Ó, você tem que falar isso aí". Mas, no meu caso, é algo muito em aberto, porque meu conteúdo é muito específico. Vou te dar um exemplo: eu estava criando um conteúdo para o Gatorade e, acho que foi a primeira vez que isso aconteceu comigo, me perguntaram se eu queria ter uma reunião com a nutricionista da marca para alinhar os conceitos técnicos. E isso não é comum, porque normalmente eu falo com publicitários, não com professores de biologia. (STEPHANO, 2024)**

**Raras são as exceções em que a marca chega com algo mais fechado, do tipo: "Yago, queremos que você fale exatamente isso e faça desse jeito." (STEPHANO, 2024)**

Entende-se que, ao menos no caso de Yago, as publicidades costumam praticar o chamado *co-creating*, ou seja, decidir em parceria com o criador de conteúdo como será a publicidade, com o intuito de

deixar o vídeo o mais condizente possível com os demais do perfil.

Sobre a faixa etária de seu público, Yago afirmou que varia muito de acordo com a rede social, sendo, do TikTok, o público mais jovem.

**No Instagram, meu público fica entre 18 e 30 anos, sendo a maior parte entre 18 e 25. [...] No TikTok, a galera é mais nova, geralmente entre 12 e 18 anos. No YouTube, tem de tudo. É muito louco, porque quando alguém mais velho me reconhece na rua, quase sempre é por conta do YouTube. Mas também já encontrei crianças que me viram pelo Shorts, tipo um menino no interior da Bahia me falando: "Yago, você me ensinou que baleia não tem dente! (STEPHANO, 2024)**

Agora acerca do processo criativo do conteúdo, iniciamos questionando Yago sobre sua equipe:

**Até três semanas atrás, absolutamente tudo passava só pelas minhas mãos. (STEPHANO, 2024)**

**O processo funciona assim: primeiro, o vídeo precisa chegar até mim. Isso pode acontecer de duas formas: ou as pessoas me marcam nos vídeos e pedem para eu reagir, ou, mais raramente, eu mesmo encontro um vídeo interessante enquanto navego e salvo para reagir depois. (STEPHANO, 2024)**

Como comentado anteriormente, a maior parte dos vídeos de Yago surgem de vídeos já viralizados anteriormente, que o criador explica ou comenta. No entanto, seus vídeos com mais visualizações são conteúdos originais, girando em torno de assuntos diversos que o criador seleciona para abordar. Nesse sentido, o criador comentou sobre a escolha dos temas:

**Na hora de escolher, priorizo alguns critérios. O principal é que seja um assunto que eu goste e domine. Não adianta pegar um tema que eu não conheço bem, porque daria muito mais trabalho explicar algo que não domino. Outro critério é a relevância do tema no momento. Se um assunto está em alta, ele pode ter prioridade sobre outros. Mas também guardo temas que sempre geram curiosidade para abordar no momento certo. (STEPHANO, 2024)**

Aqui surge um ponto muito relevante: a escolha de conteúdo, guiada pelo que o público tem curiosidade ou por assuntos já em alta na mídia, contribui para um conteúdo menos diverso e novamente centrado no entretenimento. Há um contraponto interessante com o ensino tradicional, que aborda assuntos muitas vezes considerados “desinteressantes” por muitos alunos. Na rede social, ambiente de entretenimento, o público busca “aprender” aquilo que lhe é interessante ou curioso, e não uma aprendizagem plena e generalizada de temas diversos.

Também foi comentado sobre a criação de um roteiro e a obtenção das informações que serão transmitidas:

**Depois de escolher o tema, faço um roteiro. Isso me ajuda a estruturar o tempo do vídeo, garantir que o português esteja correto e organizar as informações. O roteiro combina três fontes principais: Meu conhecimento prévio – da faculdade, da minha vivência e dos vídeos que já produzi; pesquisas adicionais – uso artigos científicos, principalmente em inglês, porque a maior parte das referências confiáveis está nesse idioma, sempre leio pelo menos dois ou três artigos antes de falar sobre um tema. Se não há artigo disponível, deixo isso claro no vídeo; livros e contatos profissionais – quando possível, recorro a livros acadêmicos, especialmente quando falo sobre invertebrados e vertebrados. Além disso, consulto especialistas da minha rede de contatos, como meus ex-professores da UFRJ. Se tenho dúvida sobre um tema específico, pergunto diretamente para quem entende do assunto. (STEPHANO, 2024)**

Além disso, Yago comentou um caso em que não obteve nenhuma fonte de referência:

**Mas, claro, tem conteúdos em que isso não é possível. Por exemplo, postei um vídeo essa semana sobre uma lula gigante encontrada a três quilômetros de profundidade. Existem poucos trabalhos sobre esse animal em vários lugares do mundo. Então, nesse caso, não tem como eu colocar um artigo de referência, e eu deixo isso bem claro: "Galera, não há artigos sobre isso ainda. (STEPHANO, 2024)**

Aqui é possível perceber a preocupação de Yago com a

veracidade das informações passadas. No entanto, é importante chamar atenção para o fato de que, mesmo sem uma fonte, o conteúdo solicitado pelo público foi priorizado.

**Mas, até três semanas atrás, contratei um editor. Agora, ele faz essa parte para mim. Eu ainda reviso o vídeo final para garantir que as imagens estejam corretas e que ele não tenha colocado, por exemplo, uma espécie diferente da que estou falando. Afinal, ele é editor, não biólogo. Então, preciso conferir se está tudo certo antes de postar. (STEPHANO, 2024)**

Além de chamar atenção novamente para o cuidado com a veracidade do conteúdo, aqui foi interessante captar a transição da produção de conteúdo. Durante o período analisado, os vídeos ainda eram inteiramente produzidos pelo criador, porém, atualmente, houve um investimento em equipe para facilitar a produção dos vídeos.

Yago então contou como seu conteúdo surgiu de forma mais agressiva em relação a outros criadores, focando em pegar conteúdos enganosos ou equivocados na plataforma e apontar seus erros. No entanto, o influenciador admite que isso criou uma imagem equivocada, que influenciou sua mudança de conteúdo para algo mais amigável e voltado ao conteúdo transmitido, e menos a apontar os erros de outros.

**Só que isso gerou uma imagem minha que eu não gostei. As pessoas começaram a me enxergar como um 'caçador de erros', alguém que estava ali apenas pra desmentir os outros. E aí, comecei a perceber que as pessoas tinham medo de mim. Eu não queria isso. Eu não queria ser essa pessoa. Isso não estava me fazendo bem, nem fazia bem para os outros. E não era esse o meu objetivo na internet. (STEPHANO, 2024)**

**Então, mesmo que os vídeos de react tivessem mais engajamento, eu decidi que não queria mais seguir por esse caminho. Eu queria continuar na internet, mas de uma forma diferente. Foi aí que comecei a mudar. Aos poucos, fui saindo dessa abordagem de reagir a vídeos de outras pessoas para focar mais em criar meu próprio conteúdo. Passei a reagir apenas a vídeos sobre animais, natureza e ciência, sem entrar em polêmicas (STEPHANO, 2024)**

**Primeiro, eu mudei minha abordagem porque percebi que o impacto dos meus vídeos não era o que eu queria e depois eu transformei isso em**

**uma forma de ensinamento mais leve, mais tranquilo, mais gostoso de você ouvir. (STEPHANO, 2024)**

O que se encaminhou para a abordagem dos artigos científicos utilizados na legenda dos vídeos, sendo este o único criador com vídeos analisados que apresentou esse comportamento:

**Já existe uma crítica muito grande aos vídeos curtos, porque, teoricamente, eles não trazem tanta informação. Mas, cara, eu sou professor de biologia. Sou formado em uma das melhores faculdades públicas do Brasil. Eu pensei: 'Eu posso ir além. Tenho credibilidade, tenho qualidade e tenho o conhecimento necessário para aprofundar os temas sem perder o engajamento. Então, comecei a incluir artigos científicos nos meus vídeos. Passei a usar nomes técnicos, mas de um jeito acessível, trazendo a linguagem científica para um formato mais fácil de entender. (STEPHANO, 2024)**

É possível notar que o criador de conteúdo relaciona a profundidade do conteúdo que transmite e as referências em artigos científicos que disponibiliza com sua formação acadêmica, no entanto, é possível perceber que os outros criadores aqui estudados mesmo possuindo alguma formação não tem isso como padrão. Além de fornecer maior embasamento teórico, Yago acredita que a inserção de artigos científicos tem dois propósitos principais: primeiro, possibilitar correções e complementações às informações apresentadas nos vídeos curtos, que, devido ao seu formato, impõem limitações à profundidade da discussão; segundo, oferecer a estudantes e interessados na área de biologia a oportunidade de se aprofundarem nos temas tratados. Ele explica:

**Esses artigos que coloco na descrição são justamente para os estudantes de biologia que querem se aprofundar no assunto, mas que eu não consegui detalhar no vídeo. E também servem para aqueles especialistas que acham que só porque estudam determinada área, ninguém mais pode falar sobre ela. (STEPHANO, 2024)**

Além de contribuir para a disseminação de conhecimento científico, essa estratégia também reforça a veracidade das informações apresentadas, algo que Yago considera fundamental em sua atuação como criador de conteúdo.

**Os artigos agregam valor para quem realmente quer aprender mais e, ao mesmo tempo, provam que eu corri atrás da informação e que há uma base científica no que estou falando. Porque, cara, o que tem de charlatão hoje na internet... O que tem de gente que não está nem aí para embasamento científico... Então, eu vi esse movimento como algo necessário para trazer credibilidade. (STEPHANO, 2024)**

Novamente, Yago ressalta sua preocupação com o combate à desinformação.

Ele destaca que conteúdos de maior impacto emocional tendem a alcançar um público mais amplo, especialmente aqueles que despertam indignação ou curiosidade:

**Às vezes o mais revoltante é o que mais pega as pessoas, né? Um conteúdo que envolva muito o lado humano também. Então, sei lá, uma interação... Uma serpente que picou uma mulher na casa dela, por exemplo. As pessoas vão querer ver para entender o que está acontecendo. (STEPHANO, 2024)**

Além disso, a proximidade geográfica e a familiaridade com o tema abordado influenciam no engajamento do público:

**Às vezes, um acontecimento relacionado ao estado da pessoa. Então, por exemplo, eu coloco alguma coisa que aconteceu lá no Acre, e as pessoas do Acre vão falar: "Aí, isso é aqui perto da minha casa!", ou "Minha mãe mora lá!". (STEPHANO, 2024)**

**Se eu falar sobre um teiú que tem aqui no Brasil e, ao mesmo tempo, sobre uma iguana da Flórida, as pessoas vão ficar mais interessadas no teiú do Brasil do que em um animal lá da Flórida, entendeu? (STEPHANO, 2024)**

**Claro, com certeza. A zoologia, eu acredito, seja a parte da biologia mais fácil de visualizar. (STEPHANO, 2024).**

A percepção do influenciador sobre os temas que mais atraem o público está alinhada com as métricas observadas na plataforma. As

interações nos comentários frequentemente demonstram a preferência por conteúdos que despertam reações imediatas e que, em muitos casos, geram comparações com personagens fictícios da cultura pop.

No entanto, quando questionado sobre os conteúdos que menos atraem audiência, Yago aponta temas que demandam maior contextualização ou que envolvem explicações mais complexas:

**As pessoas não entendem o que é um gene, o que é genética. Eu teria que resumir ao máximo. [...] Se eu for falar de genética, tenho que falar de tudo menos genética. Preciso encontrar uma forma de pincelar o assunto sem usar termos técnicos demais. Isso faz diferença. E é uma área que eu gosto muito. (STEPHANO, 2024).**

**Não tem como falar sobre citologia no TikTok. Como vou explicar ribossomos e síntese proteica em um minuto? É impossível.**

**Para isso, eu precisaria migrar para o YouTube e fazer um vídeo longo. Porque, para entender síntese proteica, a pessoa precisa ter vários conhecimentos prévios. Então, acho que é isso: citologia é impossível, genética e evolução são desafiadores, mas eu gostaria de falar mais sobre eles. (STEPHANO, 2024)**

Esse fenômeno reforça o desafio de equilibrar profundidade e engajamento dentro da plataforma. Embora Yago se esforce para tornar temas científicos acessíveis, o próprio formato dos vídeos curtos impõe limitações quanto ao nível de aprofundamento possível.

Dessa forma, percebe-se que a produção de conteúdo científico nas redes sociais exige uma adaptação constante às expectativas do público e às dinâmicas do algoritmo. O compromisso de Yago em combater a desinformação e fornecer fontes confiáveis demonstra sua preocupação com a qualidade do conteúdo compartilhado, ao mesmo tempo que busca estratégias para ampliar o alcance de suas publicações.

Também há uma breve citação sobre a dificuldade de abordar evolução:

**Eu amo falar sobre evolução, muito, muito mesmo. Mas as pessoas têm muita dificuldade em entender algumas questões sobre isso. E o maior motivo? Religião. (STEPHANO, 2024)**

Por fim, o autor compartilhou sua experiência com a censura de determinados termos considerados sensíveis pelo algoritmo do TikTok, uma questão que impacta diretamente a produção de conteúdos científicos na plataforma:

**O TikTok é a rede mais rígida em relação ao que você pode falar. Vou te explicar. Você não pode falar "xixi" no TikTok. Não pode falar "cocô". Não pode falar "sangue". Mas, cara, eu sou professor de biologia! Vamos supor que eu queira falar sobre hormônios e explicar a importância da urina em alguns animais. Como faço isso sem dizer "urina"?**

**Eles criaram diretrizes que, às vezes, dificultam a divulgação científica. Vou te dar um exemplo: sangue, para mim, é simplesmente o líquido avermelhado que corre nas nossas veias. Mas, se eu fizer um vídeo sobre piranhas e explicar que elas são atraídas por sangue na água, corro o risco de ter o conteúdo removido. Já tive vários problemas por conta disso, e outros criadores também. (STEPHANO, 2024)**

**Se eu quero falar sobre infecção urinária, por exemplo, como faço sem mencionar "urina" ou "xixi"? O conteúdo acaba ficando até infantilizado. Isso me faz pensar: será que o aplicativo quer que esse tipo de conteúdo chegue apenas para crianças? É um dilema. Tenho opiniões muito diversas sobre isso. (STEPHANO, 2024)**

A censura de termos ocorre tanto na fala quanto na legenda dos vídeos, configurando-se como um fator limitante na produção de conteúdos educativos. Conforme apontado por Yago, a justificativa da plataforma é tornar o ambiente seguro para todos os públicos. No entanto, essa prática também impede a aplicação de filtros mais adequados, que poderiam direcionar conteúdos científicos para audiências adultas sem prejudicar a acessibilidade das informações.

Ao discutir as diferenças entre as plataformas, Yago menciona que o Instagram apresenta menos restrições em relação ao uso de termos sensíveis, enquanto o YouTube se destaca pela rigidez na fiscalização de direitos autorais:

**O Instagram é mais tranquilo nesse sentido.**

**O YouTube, por outro lado, é bem rígido com copyright. A chance de você levar um strike por uso de conteúdo de terceiros é enorme. No TikTok, não tanto. Mas, em relação ao que você fala ou escreve, eles são extremamente restritivos. (STEPHANO, 2024)**

A comparação entre as redes sociais evidencia que cada plataforma impõe desafios distintos aos criadores de conteúdo educativo. No caso do TikTok, a censura de termos científicos representa uma barreira adicional para a disseminação do conhecimento, exigindo adaptações que nem sempre são ideais para a transmissão de informações de maneira precisa e acessível.

Em suma, a entrevista com Yago Stephano nos permite compreender, com maior profundidade, os desafios e estratégias envolvidos na criação de conteúdo educativo no TikTok. Sua trajetória evidencia uma transição da educação formal para a produção digital, destacando tanto a adaptação necessária ao formato da plataforma quanto o compromisso em manter um conteúdo embasado e acessível.

Um dos aspectos mais recorrentes em seu relato foi a necessidade de equilibrar o rigor científico com a dinâmica de engajamento exigida pelo TikTok. Como observado na análise de seus vídeos, Yago, Ana e Matheus empregam constantemente estratégia para prender a atenção do espectador.

No entanto, Yago também demonstra preocupação com a qualidade da informação transmitida, inserindo artigos científicos em suas legendas, ainda que reconheça que poucos espectadores de fato consultem essas referências.

Essa dualidade reflete um dos dilemas centrais da divulgação científica nas redes sociais: garantir a precisão sem comprometer a atratividade do conteúdo.

Outro ponto fundamental abordado na entrevista foi a influência do algoritmo na definição dos temas que alcançam maior visibilidade. Yago destaca que, por mais que tenha interesse em aprofundar determinados assuntos, a plataforma favorece conteúdos mais curtos e

virais, muitas vezes limitando a possibilidade de tratar temas mais complexos.

Esse cenário se alinha com a análise quantitativa de seus vídeos, que demonstra que publicações relacionadas a temas mais instigantes, como curiosidades sobre animais, tendem a alcançar um público significativamente maior do que vídeos voltados para explicações mais técnicas.

Além disso, a censura de determinados termos pelo TikTok surgiu como um obstáculo inesperado à divulgação científica. Yago relatou as dificuldades impostas pela necessidade de evitar palavras como "sangue" ou "urina", fundamentais para explicar conceitos biológicos básicos.

Esse tipo de restrição exige dos criadores adaptações muitas vezes pouco naturais, o que pode contribuir para a infantilização do conteúdo e até mesmo para a distorção de informações científicas.

Por fim, a entrevista também trouxe reflexões sobre a monetização e a profissionalização dos criadores de conteúdo. Yago mencionou que, ao contrário do que muitos imaginam, grande parte da receita gerada por influenciadores não vem diretamente da plataforma, mas sim de parcerias comerciais e publicidade.

Esse fator reforça a necessidade de manter um equilíbrio entre a autonomia criativa e as exigências comerciais, o que pode impactar a forma como certos conteúdos são estruturados e divulgados.

Dessa forma, as respostas obtidas na entrevista corroboram e aprofundam as observações feitas na análise dos vídeos, evidenciando os desafios e possibilidades do TikTok como ferramenta de educação científica. A necessidade de adaptação ao formato e ao algoritmo da plataforma, a influência da censura sobre a precisão do conteúdo e as estratégias utilizadas para manter o engajamento sem comprometer a credibilidade são aspectos que merecem atenção contínua na pesquisa sobre ensino de ciências em redes sociais digitais.

### 3.5. ATÉ ONDE É POSSÍVEL ENSINAR NO TIKTOK?

Nesta seção, aprofundaremos algumas questões obtidas como resultado das análises dos vídeos e da entrevista. Sendo o primeiro, a dificuldade em entrar em contato com os criadores. Inicialmente, a proposta de entrevistar os três criadores possibilitaria uma análise direcionada ao conteúdo individualmente, no entanto, os três apenas disponibilizam em suas redes contatos profissionais mediados por suas agências, é difícil até mesmo saber se o contato chega de fato a eles ou é filtrado previamente. Devido a essa limitação, este capítulo inevitavelmente precisará de um comparativo com o perfil de Yago aos outros perfis para debatê-los.

Outra fragilidade surge quando inicialmente analisamos o objeto de estudo à luz da educação, sobretudo informal e na relação da educação e tecnologias da informação, no entanto, a partir das observações feitas é possível inferir este como um trabalho majoritariamente no campo da divulgação científica. Para Bueno (2009), a divulgação científica se classifica como a utilização de recursos e processos para a veicular informações científicas ao público considerado leigo no assunto.

Nenhum dos três autores possui quaisquer formações ou experiências prévias a produção de conteúdo com a divulgação científica, até onde esta pesquisa foi capaz de estudar, no entanto, percebe-se que:

O conteúdo de Ana Duarte é, sobretudo, centralizado na técnica de preparação de lâminas para microscopia, por vezes apenas explicando o que é observado.

Para Yago Stephano, o conteúdo é mais denso, mesmo quando tem um vídeo viral como ponto de partida, o autor busca acrescentar curiosidades e informações.

Já Matheus Mesquita é um caso à parte, se levarmos em consideração um sentido mais amplo de divulgação científica, como o aqui abordado de Bueno (2009), é possível enquadrá-lo nessa área, no entanto, a rigor seus vídeos são os mais superficiais, alguns até mesmo se ausentando de um propósito educativo em troca de focar no humor, como em seus *reacts* de animais “fofos” como cães e gatos, outros fogem da temática de Biologia e priorizam informar sobre a pesca, por vezes mesclando ambas as áreas.

Também foram identificados vídeos mais casuais nos outros criadores, como Yago mostrando seu cachorro de estimação ou Ana enaltecendo a cor natural de seus olhos, no entanto, seja pela frequência de publicação ou não, em menor quantidade. Vale ressaltar também que mesmo em vídeos mais densos, como aquele que aborda a cobra *Ophiophagus hannah*, as informações ali discutidas são facilmente encontradas, indicando que a busca por informações pode não ter sido tão a fundo.

A divulgação científica por si precisa muitas vezes abrir mão de algumas discussões a fim de proporcionar maior compreensão do conteúdo pelos ouvintes (Bueno, 2010; Valerio, 2005; Valerio e Pinheiro, 2008), no entanto, aqui percebe-se uma questão muito frequente na entrevista: A pressão do aplicativo sobre o entretenimento é limitante do conteúdo.

Formatos comumente usados, como os *reacts*, uso de vídeos e áudios previamente popularizados, também foram encontrados no TikTok e Youtube em Barbosa (2023) e no Instagram por Gallego *et al.* (2023). Estratégias como essas expressam uma tentativa de prender o público ao vídeo e se observadas isoladamente podem passar a impressão de algo benéfico, afinal, podem gerar interesse do público ao conteúdo científico. No entanto, no contexto geral do TikTok, o que se observa, corroborado nas falas de Yago, é que estas são estratégias de sobrevivência no aplicativo, ou seja, se não utilizados mecanismos para maximizar o entretenimento, são obtidas menores métricas. É possível inferir aqui um ciclo vicioso de competição para dinamização do

conteúdo que inevitavelmente culminaria neste se tornando cada vez mais raso. Para Gomes e Oliveira (2023) a limitação ou não do alcance de certos conteúdos tende a homogeneizar a produção e obrigar os produtores a seguir tendências daquele momento.

É possível perceber nas respostas de Yago a entrevista um tom de resignação quando o criador inicialmente tentou produzir formatos mais próximos à educação formal, no entanto, a necessidade de corresponder às expectativas programadas no algoritmo o fizeram modificar cada vez mais até se aproximar do que é hoje. Cabe notarmos como o autor ainda expressa vontade de explorar outros temas mais densos que o comumente publicado, como o exemplo da genética, mas acredita que o formato dos vídeos curtos impossibilita o aprofundamento requerido.

Essa afirmação nos faz compreender que na dinâmica estabelecida hoje no TikTok de forma alguma prioriza o ensino-aprendizagem. É difícil o imaginarmos como uma plataforma auxiliar ao ensino formal, visto como quaisquer temas considerados mais “chatos”, ou aqui menos “curiosos” e/ou “dinâmicos” se tornam incapazes de prender a atenção do público e conseqüentemente são descartados pelo algoritmo. Para Sibilía (2008) esse padrão ocorre em toda rede de produção cultural, nestas os atores são forçados, mesmo que não saibam, a agir numa lógica muito mais mercadológica.

Isso se reflete no resultado inicial da pesquisa. Como também observado por Barbosa (2023), os perfis aqui se distanciam muito de modelos como as videoaulas ou resoluções de questões. Os vídeos com mais visualizações foram aqueles com elementos chamativos, linguagem dinâmica e direcionada ao público e de assuntos curiosos, como indicado por Yago, majoritariamente os vídeos também apresentam interações entre humanos e animais e os comentários tendem a trazer elementos de filmes ou séries relacionados ao conteúdo, o que nos possibilita inferir que a aproximação com o público é um fator importante para o engajamento.

Além do foco no entretenimento, outro limitador da aprendizagem

na plataforma são os filtros de linguagem. Yago apontou na entrevista como até palavras infantilizadas como “xixi” e “cocô” podem resultar na não entrega de um vídeo, mesmo que no contexto educativo.

Cabe citar que, como a maioria das redes sociais, o TikTok é destinado a maiores de 13 anos e, nesta idade, o aluno provavelmente já estará familiarizado com o tema do funcionamento do corpo humano (BRASIL, 2018), este sendo guarda-chuva para diversos tópicos possivelmente considerados “sensíveis” pelo aplicativo, como sistemas circulatório, reprodutor, excretor e digestivo.

Até onde é possível ensinar no TikTok, então? Se torna claro que em um ambiente majoritariamente voltado pro entretenimento, apenas temas curiosos tem destaque, isso se estes não forem filtrados por alguma palavra utilizada.

No âmbito da monetização, percebe-se que há uma liberdade criativa dada pela marca aos criadores, no entanto, cabe ressaltar que, ainda mais que outros vídeos, o objetivo final precisa ser o engajamento, visto que o propósito da marca na parceria é a entrega do vídeo ao maior público possível. Nesse sentido, Gomes e Oliveira (2023) observaram que o criador mais uma vez é refém dos algoritmo e precisa atender aos parâmetros pré-determinados da plataforma a fim de obter seu retorno financeiro.

#### **4. CONCLUSÕES**

A presente pesquisa analisou a utilização do TikTok por criadores de conteúdo com formação em ciências biológicas como ferramenta para a divulgação de conhecimento científico. Foram investigadas as estratégias de engajamento, a diversidade de formatos e abordagens, a interação com o público, a incorporação de elementos da cultura pop e os desafios impostos pela censura da plataforma. Os resultados obtidos evidenciam as particularidades do ambiente digital e os dilemas enfrentados pelos influenciadores que buscam equilibrar rigor acadêmico

e atratividade em uma rede social de consumo rápido.

Entre os principais fatores que influenciam a disseminação de conteúdo no TikTok, destaca-se a necessidade de captar a atenção do espectador nos primeiros segundos do vídeo. Estratégias como o uso de perguntas instigantes, cortes rápidos e expressões narrativas dinâmicas são essenciais para manter a retenção da audiência e garantir a distribuição do conteúdo pelo algoritmo da plataforma. No entanto, essa lógica algorítmica impõe limitações ao aprofundamento de conceitos científicos, favorecendo a simplificação e, em alguns casos, o uso excessivo de elementos de entretenimento para assegurar engajamento.

A diversidade de conteúdo entre os criadores analisados demonstra diferentes abordagens possíveis dentro do TikTok. Enquanto alguns influenciadores, como Matheus Mesquita, baseiam sua produção na reação a vídeos virais e observações sobre o comportamento animal, outros, como Ana Duarte, exploram a microscopia para aproximar o público de estruturas invisíveis a olho nu. Já Yago Stephano combina explicações teóricas, reforçando o potencial do TikTok como um meio de despertar o interesse pelo conhecimento científico. Essa pluralidade de abordagens revela a flexibilidade da plataforma, mas também a necessidade de adaptação constante às tendências e expectativas do público. Para Barbosa (2023), acontece nos ambientes de redes sociais uma 'fetichização' do conteúdo de divulgação científica que reflete em sala de aula (na tentativa de dinamização do ensino), no entanto, é difícil se manter a dinâmica de ensino-aprendizagem em um ambiente que não foi criado para isso.

A interação entre os criadores e seus seguidores, embora relevante, é limitada pelo formato da plataforma. A alta rotatividade de conteúdos e a rápida sucessão de vídeos dificultam discussões mais aprofundadas nos comentários, resultando em um ambiente de aprendizado fragmentado. Muitos questionamentos levantados pelos espectadores permanecem sem resposta ou são debatidos de maneira informal entre os próprios usuários, o que pode comprometer a precisão das informações compartilhadas.

A influência da cultura pop nos conteúdos educativos do TikTok também se mostrou uma estratégia recorrente. Referências a filmes e séries são amplamente utilizadas para contextualizar conceitos científicos de forma acessível e engajante. No entanto, surge o questionamento sobre a possível diluição do conteúdo acadêmico quando tais elementos são priorizados em detrimento da informação científica em si. Essa tensão entre entretenimento e divulgação científica é um aspecto central da atuação dos influenciadores analisados.

Por fim, a censura da plataforma se revelou na entrevista como um desafio significativo. A restrição de determinados termos e conceitos obriga os criadores a utilizarem eufemismos, muitas vezes comprometendo a clareza e a precisão das explicações científicas, além de uma possível infantilização do conteúdo. Essa limitação imposta pelo TikTok dificulta a abordagem de temas essenciais dentro das ciências biológicas, especialmente aqueles relacionados à fisiologia humana e processos biológicos sensíveis, que originalmente já são menos favorecidas que temas da zoologia, que naturalmente geram mais interesse. A ausência de mecanismos para segmentação de público, como ocorre em outras plataformas, impõe barreiras adicionais à produção de conteúdo educativo mais aprofundado.

Dessa forma, esta pesquisa evidencia que, visto as limitações inerentes ao formato do TikTok, a plataforma não favorece a aprendizagem e sim o entretenimento. O sucesso dos criadores analisados demonstra que a ciência tem potencial para ser comunicada de forma acessível e dinâmica, no entanto, a dinamicidade exigida pelo aplicativo não permite grandes aprofundamentos ou exploração de temas mais complexos. Estudos futuros são necessários para aprofundar a investigação sobre o impacto dessas práticas no aprendizado e explorar maneiras de otimizar a divulgação científica em redes sociais digitais.

## 5. REFERÊNCIAS

ALVORÁVEL, Adja. **TikTok Awards 2023: professor de Maceió vence na categoria “Prof do Ano.”** G1, 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2023/12/13/tiktok-awards-2023-professor-de-maceio-vence-na-categoria-prof-do-ano.ghtml>. Acesso em: 1 fev. 2024.

ANTOÑANZAS, Miguel Ángel. **Entenda como funciona algoritmo que faz Shakira ser rainha viral no TikTok.** CNN Brasil, 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/entenda-como-funciona-algoritmo-que-faz-shakira-ser-rainha-viral-no-tiktok/>. Acesso em: 1 fev. 2024.

ARAUJO, Willian Fernandes; KARHAWI, Issaaf. **“Todo mundo pode ser famoso com o algoritmo do TikTok”: imaginários e saberes sobre eficiência algorítmica e potência viral.** In: *46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2023.

AZZARI, Eliane Fernandes; MAYER, Lucas Falvo. **O show na educação: professores influenciadores do TikTok.** *Brazilian Journal of Education, Technology and Society (BRAJETS)*, v. 15, n. 1, p. 217-226, 2022.

BARBOSA, Alexandre Rodrigues. **Divulgação científica na internet: criatividade e (re)produção didática no trabalho de ‘criadores de conteúdo online’ de física para Youtube e TikTok.** 2023. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia/Universidade Estadual de Feira de Santana, Salvador, 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2016.

BELL, Ashley Rebecca; TENNFJORD, Merete Kolberg; TOKOVSKA, Miroslava et al. **Exploring the role of social media literacy in adolescents’ experiences with personalization: A Norwegian**

**qualitative study.** *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, v. 66, n. 4, p. 239–248, 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Base Nacional Comum Curricular.** Brasília, DF: MEC, 2018. Disponível em: <http://basenacionalcomum.mec.gov.br/>. Acesso em: 26 fev. 2025.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. **Using thematic analysis in psychology.** *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2, p. 77–101, jan. 2006. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp063oa>.

BUCHER, Taina. **The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms.** *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 1, p. 30–44, 2016.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo científico: revisitando o conceito.** In: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). *Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável.* São Paulo: All Print, 2009. p. 157-178.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável.** São Paulo: All Print, 2010. p. 157-178.

COSTA, Maria do Socorro da Silva. **A possibilidade de uso do aplicativo TikTok como jogo pedagógico para o ensino de teatro.** 2021. 33 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Teatro) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Natal, 2021.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. **Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments.** *Communication Theory*, v. 23, n. 3, p. 191–202, 2013.

CRAWFORD, Kate. **The Atlas of AI: Power, Politics, and the Planetary Costs of Artificial Intelligence.** New Haven: Yale University Press, 2021.

DUARTE, Fabio. **TikTok User Age, Gender, & Demographics (2025)**. Disponível em: <https://explodingtopics.com/blog/tiktok-demographics>. Acesso em: 19 fev. 2024.

ESLAMI, Motahhare; KARAHALIOS, Karrie; SANDVIG, Christian et al. **First I “like” it, then I hide it**. In: *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York, NY, USA: ACM, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1145/2858036.2858494>. Acesso em: 1 fev. 2024.

FERREIRA, Matheus. **O Musical.ly mudou de nome e agora é TikTok**. *GKPB - Geek Publicitário*, 2018. Disponível em: <https://gkpb.com.br/29891/musical-ly-agora-e-tiktok>. Acesso em: 1 fev. 2024.

GALLEGO, Almudena Muñoz; DE SOUZA, Juiciano; ARAÚJO, Ana Cláudia Costa. **La divulgación científica en Instagram: El reto del discurso audiovisual científico ante los contenidos efímeros**. *Revista de Comunicación de la SEECI*, n. 56, p. 149-175, 2023.

GOMES, Renata de Oliveira Miranda; DE OLIVEIRA, Gisele Pimenta. **#Divulgação Científica em plataforma: análise de conteúdo do canal Manual do Mundo no YouTube e no TikTok**. *Brazilian Creative Industries Journal*, v. 3, n. 1, p. 90-119, 2023.

HJARVARD, Stig. **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. *Matrizes*, v. 5, n. 2, p. 53–91, 2012.

KARIZAT, Nadia; DELMONACO, Dan; ESLAMI, Motahhare et al. **Algorithmic Folk Theories and Identity: How TikTok Users Co-Produce Knowledge of Identity and Engage in Algorithmic Resistance**. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, v. 5, n. CSCW2, p. 1–44, 2021.

LIMA, Ygor Gardel Santos de. **O Ensino da Biologia no conectivismo: Um olhar sobre a pedagogia TikTok.** 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Ciências Biológicas) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

LIU, Ran; YANG, Tianan; DENG, Wenhao; LIU, Xiaoyan; DENG, Jianwei. **What drives the influence of health science communication accounts on TikTok? A fuzzy-set qualitative comparative analysis.** *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 19, n. 21, p. 13815, 2022.

MARIANO DE MORAES RABELLO, Francisco Bruno. **TikTok Awards.** *Doutor Fran*, 2023. Disponível em: <https://doutorfran.com.br/tiktok-awards>. Acesso em: 26 jun. 2023.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Rumo a uma teoria da midiatização: exercício conceitual e metodológico de sistematização.** *Intexto*, v. 45, p. 16–34, 2019.

MIRANDA, Luísa et al. **Redes sociais na aprendizagem.** In: BARROS, Daniela Melaré Vieira et al. (Org.). *Educação e tecnologia: reflexão, inovação e práticas*. Lisboa: Universidade Aberta, 2011. p. 159-179. ISBN 978-989-20-2329-8.

RADIN, Abigail G. B.; LIGHT, Caitlin J. **TikTok: an emergent opportunity for teaching and learning science communication online.** *First-Year Research Immersion Program, Binghamton University*, 2022.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Sandra Rúbia; VAN DER SAND, João Pedro. **O sentido de companhia nos vídeos de reação consumo de mídia e isolamento social.** *Revista Dispositiva*, v. 10, n. 17, p. 24-40, 2021.

SMITH, Ben. **How TikTok Reads Your Mind.** *The New York Times*, 2021. Disponível em:  
<https://www.nytimes.com/2021/12/05/business/media/tiktok-algorithm.html>. Acesso em: 1 fev. 2024.

TIKTOK. **Programa Criativo TikTok Beta.** *Central de Ajuda do TikTok*, 2023. Disponível em:  
[https://support.tiktok.com/pt\\_BR/business-and-creator/tiktok-creativity-program-beta/creativity-program](https://support.tiktok.com/pt_BR/business-and-creator/tiktok-creativity-program-beta/creativity-program). Acesso em: 1 fev. 2024.

VALERIO, Palmira Maria Caminha Moriconi. **Periódicos científicos eletrônicos e novas perspectivas de comunicação e divulgação para a ciência.** Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, 2005.

VALERIO, Palmira Moriconi; PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. **Da comunicação científica à divulgação.** *TransInformação*, Campinas, v. 20, n. 2, p. 159-169, 2008.

VICENZO, Giacomo. **Biomesquita ensina sobre animais no TikTok e fez gente perder medo de cobra.** *UOL Ecoa*, 24 jan. 2024. Disponível em:  
<https://www.uol.com.br/ecoa/ultimas-noticias/2024/01/24/biomesquita-ele-trocou-as-aula-pelo-tiktok-salva-animais-e-mudou-de-vida.htm>. Acesso em: 26 fev. 2025.

ZENG, Jing; SCHÄFER, Mike S.; ALLGAIER, Joachim. **Reposting 'Till Albert Einstein Is TikTok Famous': The memetic construction of science on TikTok.** *International Journal of Communication*, v. 15, p. 3216-3247, 2021.

## **ANEXO I - Roteiro de entrevista**

### **I – Trajetória pessoal/profissional**

1. Como foi a sua trajetória profissional até aqui? Por que escolheu a graduação em biologia?
2. Já atuou no ensino básico?
2. Como surgiu a ideia de produzir conteúdo no TikTok? Já utilizava o aplicativo para assistir outros conteúdos?
3. Atua exclusivamente como criador de conteúdo ou tem outras profissões/empregos?

### **II – Técnica da criação de conteúdo**

4. Você possui alguma equipe que auxilia com as publicações ou trabalha sozinho?
5. Como é o processo criativo da publicação? É totalmente roteirizado? Quais equipamentos costuma utilizar?

### **III – Conteúdo dos vídeos**

6. Como chegou ao conteúdo que publica hoje? Mesmo conteúdo que começou ou mudou a temática? Por que?
7. Existe algum assunto ou conteúdo que já quis abordar e não o fez? Por que?
8. Qual conteúdo você acredita que atrai maior atenção do público?

### **IV – Monetização**

9. Existe alguma limitação no formato do TikTok que restrinja seu conteúdo de alguma forma?
10. Como costumam funcionar as parcerias pagas e as demandas das marcas?

11. A plataforma ou alguma outra marca já influenciou de alguma forma no conteúdo dos vídeos?

12. Há algum aspecto ou comentário que gostaria de destacar que não foi abordado nas perguntas?

## **ANEXO II - Transcrição da entrevista com Yago Stephano**

### **Pesquisador:**

Eu queria ouvir por que você escolheu Biologia. Conta um pouco como foi a sua história até chegar no TikTok.

### **Yago Stephano:**

Cara, então... eu sempre fui um cara que estava muito em contato com a Biologia, mas de forma bem artificial, né? Porque, por exemplo, eu não fui criado numa fazenda, não tive uma mãe veterinária... Enfim, o meu contato com animais era através de brinquedos. Mas, de alguma forma, eu sempre fui encaminhado para esse lado biológico, porque desde pequeno eu me interessava muito por bichos. Depois vieram os dinossauros, que tecnicamente ainda são bichos, né? Mas enfim, a gente faz essa distinção...

Com o passar do tempo, eu percebi que estudar Biologia era a única coisa que eu fazia sem sentir que estava perdendo tempo. Eu sentava para estudar e não me importava em ver as horas passando. E aí, comecei a perceber que essa área realmente me fazia bem. Eu ficava feliz de aprender algo novo e sair contando para todo mundo: "Sabia disso? Sabia daquilo?"

Além disso, eu sempre tive muita facilidade para explicar as coisas. Sempre dava aula pros meus amigos, mesmo quando tirava notas menores do que eles. Então, juntei essas duas paixões: ensinar e Biologia. Foi aí que decidi fazer licenciatura em Biologia na UFRJ.

Agora, como entrei na internet... É engraçado porque a Ju participou muito desse início. Sou muito grato a ela, sempre falo isso. No começo, a minha ideia era ser professor de videoaula. Meu irmão, que é professor de Geografia, me ensinou algo que eu levo até hoje: sempre que você der uma aula, tem que sair dela como se tivesse dado tudo de si, com a blusa suada e a garganta doendo. E eu sempre tive esse lema comigo.

Mas com o tempo, comecei a pensar: "Poxa, estou dando a minha melhor aula da vida para cinco ou dez alunos. E se eu gravasse essa aula e deixasse disponível para todo mundo?" Eu sempre tive essa sensação de dever, porque tive acesso a uma educação de qualidade, estudei com professores incríveis, em instituições de ponta, e queria retribuir isso oferecendo conteúdo gratuito e acessível para outras pessoas.

Aí veio a pandemia, e eu comecei a gravar aulas aqui, nesse quadro atrás de mim. Eu nunca gostei muito de slides, sempre preferi estar em pé, como se fosse uma monitoria, explicando. No começo, eu fazia vídeo-aulas mais longas, mas já existiam muitos professores nesse formato. Foi quando decidi testar vídeos mais curtos, algo mais dinâmico.

Comecei resolvendo questões de vestibular no TikTok. Mas, com o tempo, notei algo curioso: eu dava monitoria para crianças de 8 a 10 anos, e elas chegavam contando que tinham visto vídeos no TikTok falando de sereias, de caras que fertilizavam ovos com espermatozoides... Ou seja, muitas informações absurdas circulando por lá.

Então, comecei a produzir vídeos desmentindo essas fake news. E foi aí que nasceu o Yago da internet. No começo, minha intenção era uma coisa, mas o sucesso e a visibilidade vieram quando comecei a fazer outra.

Se for resumir tudo, é basicamente isso!

**Pesquisador:**

Mas aí você falou que atuou em colégio, né? Que conheceu até a Julá. Como é que era isso? Você era professor de quais anos? Como era essa experiência?

**Yago Stephano:**

Então, eu comecei a dar aula muito cedo. Acho que lá pelo terceiro período da faculdade eu já estava dando aula. Mas, na verdade, era monitoria. Dei monitoria por anos no Franco, no Miguel Couto – que agora acho que a maioria já fechou – e também no CEL (Cel Intercultural School), que é do mesmo grupo do Franco (Colégio Franco).

Antes de migrar totalmente para o online, eu dava monitoria nas três unidades do CEL: Lagoa, Norte Shopping e Barra. Também dava aula no Franco, tudo como monitor.

Assim que me formei – que foi no meio do ano –, eu já estava pensando em sair da sala de aula. Mas, antes disso, assumi uma turma no CEU, se não me engano, do oitavo ano.

Agora, na época da monitoria, eu pegava alunos desde o sexto ano até o pré-vestibular. Quem aparecesse com dúvida, eu ajudava. Então, no fim das contas, eu dava aula para todo mundo, do sexto ano ao cursinho.

**Pesquisador:**

Geralzão mesmo, entendi. E isso tudo como monitor, né? Como professor mesmo, você não chegou a assumir uma turma?

**Yago Stephano:**

Então, foi como falei. Eu me formei no meio do ano, e nesse período assumi uma turma. No ano seguinte, provavelmente entraria como professor nas escolas em que já trabalhava. Mas aí decidi que aquilo não era para mim. Resolvi apostar na internet e falei: "Cara, não. Vou focar nisso".

Então, como professor mesmo, foram uns seis meses. Mas de monitoria, foram três, quase quatro anos. Muita coisa.

**Pesquisador:**

E aí você falou que começou no YouTube e tal... Mas depois foi direto para o TikTok? Você ficou só por lá ou também levou os vídeos para Reels e outras plataformas?

**Yago Stephano:**

Então, no começo eu estava só no TikTok. Mas quando cheguei perto dos 300 mil seguidores, uma página de fofoca do Instagram pegou um vídeo meu e postou lá.

O engraçado é que, nessa época, eu estava pensando em fechar o meu Instagram, deixar ele privado, porque era algo mais pessoal. Não queria misturar com trabalho.

Aí, um dia antes dessa página postar meu vídeo e me marcar, eu estava realmente prestes a trancar o perfil. Mas, do nada, ganhei uns 10 mil seguidores em um dia. Foi quando percebi que precisava começar a postar os vídeos do TikTok no Instagram também.

Então, meio que fui forçado a entrar no Instagram. Depois de um tempo conciliando TikTok e Instagram, o YouTube percebeu que os vídeos curtos estavam crescendo muito e lançou os Shorts. Quando começaram a monetizar os Shorts, passei a investir mais no YouTube.

Então, a ordem foi essa: primeiro YouTube com vídeos longos, depois TikTok com vídeos curtos, aí Instagram e, por fim, YouTube Shorts.

**Pesquisador:**

E você parou com os vídeos longos no YouTube para focar no TikTok?

**Yago Stephano:**

Parei. Porque, assim, é difícil fazer o caminho inverso. Se você já produz vídeos longos, é tranquilo migrar para os curtos. Mas pegar um

público acostumado com vídeos curtos e levá-los para conteúdos longos é bem complicado.

Mas estou com alguns projetos para voltar a produzir vídeos longos. Estava até mexendo nisso antes da gente começar essa conversa. Vídeos longos permitem um trabalho com mais qualidade, aprofundamento e uma conexão maior com o público.

**Pesquisador:**

Você acha que hoje o público prefere vídeos curtos? É isso que as pessoas querem ver?

**Yago Stephano:**

Isso aí nem tem discussão, né, cara? Hoje em dia, acho que a gente percebe por nós mesmos. Por exemplo, eu paro para ver vídeo longo às vezes na hora do almoço, que é um hábito comum. Muita gente faz isso: senta para comer e coloca um vídeo no YouTube para assistir sem precisar ficar mexendo no celular. Mas, com certeza, os vídeos curtos dominaram – infelizmente.

**Pesquisador:**

E você comentou que prefere assistir vídeos longos. Antes de ser criador de conteúdo, você já usava o TikTok ou foi algo que surgiu por influência dos alunos?

**Yago Stephano:**

Cara, vou ser muito sincero, absurdamente sincero: mesmo depois de trabalhar no TikTok, eu não consumo TikTok. O único momento em que vejo vídeos na plataforma é quando preciso entrar

para conferir algo em que fui marcado. Tipo: "Yago, me ajuda nesse vídeo aqui", ou "Yago, o que acha desse vídeo?" Fora isso, só quando estou subindo um vídeo e preciso deixar o aplicativo aberto.

No Instagram é diferente, porque lá tem os stories, então você acaba passando mais tempo na plataforma. Se o Instagram fosse só Reels, talvez eu nem consumisse tanto. Então, antes de começar a produzir, eu nunca usei TikTok, e depois também não. O que, sendo bem sincero, é errado para um criador de conteúdo. Mas, cara, meu tempo é muito corrido, e eu não tenho como parar para assistir outros vídeos.

**Pesquisador:**

Imagino que seja muita coisa acontecendo o tempo todo, né?

**Yago Stephano:**

Sim, e às vezes a gente nem consegue ver tudo o que mandam. O fluxo de mensagens e marcações é tão grande que fica impossível acompanhar tudo.

**Pesquisador:**

E hoje você trabalha exclusivamente com os vídeos?

**Yago Stephano:**

Cara, se eu te contar a quantidade de coisas que faço no meu dia, você não vai acreditar. Sou extremamente workaholic, e trabalhar de casa só intensificou isso. Começo às 8h30 da manhã e, às vezes, são 23h e ainda estou trabalhando.

Vou te dar um resumo do que faço: Gravo vídeos curtos, o que já dá um trabalhão; tenho uma marca, sou empresário, então cuido de uma

empresa de investimentos; trabalho com uma agência, onde sou agenciado e também agencio outros influenciadores; sou palestrante, como você já viu; e, para completar, estou finalizando um livro, que deve ser lançado no ano que vem. Então, dá para imaginar como é meu dia a dia, né?

**Pesquisador:**

Nossa, imagino! E vocês têm uma noção do perfil do público que acompanha seus vídeos? A faixa etária, por exemplo?

**Yago Stephano:**

Sim, temos! Se quiser, depois posso te mandar esses dados detalhados, acho que facilita sua pesquisa. Mas, no geral, funciona assim:

No Instagram, meu público fica entre 18 e 30 anos, sendo a maior parte entre 18 e 25.

No TikTok, a galera é mais nova, geralmente entre 12 e 18 anos.

No YouTube, tem de tudo. É muito louco, porque quando alguém mais velho me reconhece na rua, quase sempre é por conta do YouTube. Mas também já encontrei crianças que me viram pelo Shorts, tipo um menino no interior da Bahia me falando: "Yago, você me ensinou que baleia não tem dente!"

A internet é uma caixinha de surpresas. Dá para ter um público-alvo bem estabelecido, mas, no fim das contas, qualquer pessoa pode acabar assistindo aos seus vídeos.

**Pesquisador:**

Entendi. Depois, se puder me mandar esses prints, ia ajudar bastante!

**Yago Stephano:**

Com certeza!

**Pesquisador:**

Acho que o algoritmo do TikTok tem um diferencial muito grande, né? Ele entrega o conteúdo para um público muito específico. Outras plataformas tentam imitar isso, mas acho que foi essa entrega precisa que fez o TikTok estourar.

**Yago Stephano:**

Talvez. O algoritmo deles realmente é diferente.

**Pesquisador:**

Sim! Aliás, até falando um pouco da pesquisa, percebi que há poucos estudos sobre isso. A maioria dos trabalhos acadêmicos foca no uso do TikTok em sala de aula, mas uma das áreas que já tem algum material é justamente sobre o algoritmo. Porque, de fato, ele funciona de uma forma bem única.

**Yago Stephano:**

Ah, verdade!

**Pesquisador:**

O que sei sobre o algoritmo vem da minha própria experiência usando o aplicativo. Mas nunca parei para estudar a fundo como ele funciona tecnicamente.

**Yago Stephano:**

É, não, isso aí é um segredo que eles guardam a sete chaves, né?

**Pesquisador:**

Mas imagino que, como criador de conteúdo, você tenta entender ao máximo para poder entregar o melhor, né?

**Yago Stephano:**

A gente tenta, mas não entende. Esse foi o diferencial deles, não teve jeito.

**Pesquisador:**

Agora, você mencionou que trabalha e também é agenciado. Não sei até que ponto dá pra falar, mas queria entender melhor como funciona esse processo. São vocês que procuram a agência ou é o contrário?

**Yago Stephano:**

A maioria dos influenciadores, independente do nicho, precisa ter uma agência. Não tem jeito, tem que ter alguém para administrar as oportunidades que chegam. Basicamente, funciona assim: você tem um contrato com uma agência, e ela gerencia sua vida profissional. Toda publicidade que chega pra mim passa primeiro por eles. Eles negociam, tratam os valores e fazem tudo.

Eu falo isso com propriedade porque, além de ser agenciado, também agencio outras pessoas. Às vezes, o influenciador participa da negociação do valor de uma publicidade, mas, em muitos casos, não há esse contato direto. Depende da dinâmica entre o criador e a agência.

O processo é mais ou menos assim: as marcas entram em contato com a agência, eles negociam os termos, e nós, influenciadores, executamos o trabalho. Por exemplo, no momento, tenho um contrato com uma marca que dura quatro meses. Estamos no segundo mês agora. Eu preciso entregar um conteúdo por mês, prestar contas das

métricas e mostrar o desempenho do vídeo. A empresa quer saber se a campanha teve sucesso, então é essencial apresentar resultados.

É um universo de negócios enorme e que movimenta muito dinheiro hoje em dia.

**Pesquisador:**

Então, geralmente, a marca fala diretamente com a agência. Mas vocês costumam ter algum contato com a marca?

**Yago Stephano:**

Com a marca? Cara, posso te dizer que quase zero. Na verdade, é até melhor assim. Do ponto de vista profissional, não é bom o influenciador tratar diretamente com a marca. A agência existe justamente para intermediar isso, para evitar desgastes e garantir que tudo seja conduzido de forma profissional. É essencial ter uma equipe para gerenciar essa parte.

**Pesquisador:**

Entendi. Agora, queria falar um pouco sobre sua equipe. Como funciona a gravação dos seus vídeos? Você faz tudo sozinho ou tem alguém que te auxilia no processo, desde a ideia até o produto final?

**Yago Stephano:**

Até três semanas atrás, absolutamente tudo passava só pelas minhas mãos. Eu aprendi tudo sozinho, errando, acertando, testando formatos e ajustando meu próprio conteúdo. Nunca tive ninguém para me ensinar a editar, gravar, escolher microfone... Fui aprendendo na prática.

O processo funciona assim: primeiro, o vídeo precisa chegar até mim. Isso pode acontecer de duas formas: ou as pessoas me marcam nos vídeos e pedem para eu reagir, ou, mais raramente, eu mesmo encontro um vídeo interessante enquanto navego e salvo para reagir depois.

Na hora de escolher, priorizo alguns critérios. O principal é que seja um assunto que eu goste e domine. Não adianta pegar um tema que eu não conheço bem, porque daria muito mais trabalho explicar algo que não domino. Outro critério é a relevância do tema no momento. Se um assunto está em alta, ele pode ter prioridade sobre outros. Mas também guardo temas que sempre geram curiosidade para abordar no momento certo.

Por exemplo, recentemente tivemos muitas queimadas. Eu não podia ignorar esse assunto, porque é algo que me preocupa e impacta diretamente a fauna. Então, senti a necessidade de me posicionar, explicar o que estava acontecendo e combater desinformação.

Depois de escolher o tema, faço um roteiro. Isso me ajuda a estruturar o tempo do vídeo, garantir que o português esteja correto e organizar as informações. O roteiro combina três fontes principais: Meu conhecimento prévio – da faculdade, da minha vivência e dos vídeos que já produzi; pesquisas adicionais – uso artigos científicos, principalmente em inglês, porque a maior parte das referências confiáveis está nesse idioma, sempre leio pelo menos dois ou três artigos antes de falar sobre um tema. Se não há artigo disponível, deixo isso claro no vídeo; livros e contatos profissionais – quando possível, recorro a livros acadêmicos, especialmente quando falo sobre invertebrados e vertebrados. Além disso, consulto especialistas da minha rede de contatos, como meus ex-professores da UFRJ. Se tenho dúvida sobre um tema específico, pergunto diretamente para quem entende do assunto.

Depois disso, parto para a gravação. Antes, eu mesmo selecionava as imagens que apareciam no fundo do vídeo e editava tudo sozinho. Mas, até três semanas atrás, contratei um editor. Agora, ele faz essa parte para mim. Eu ainda reviso o vídeo final para garantir que as

imagens estejam corretas e que ele não tenha colocado, por exemplo, uma espécie diferente da que estou falando. Afinal, ele é editor, não biólogo. Então, preciso conferir se está tudo certo antes de postar. Basicamente, meu processo é esse! Dá um trabalhinho.

**Pesquisador:**

Imagino, imagino com certeza, até porque você publica quase todo dia. Então, pelo menos... Todo dia, menos sexta. Eu percebi que tem um dia na semana que você não posta, não tinha certeza se era sábado, domingo ou sexta, mas percebi que era quase todos os dias. E aí, eu imagino que dá um trabalhão, até porque escolher conteúdo pra tudo isso deve ser complicado.

**Yago Stephano:**

É porque, desculpa te cortar, mas é o mesmo problema que um jornalista sofre. O jornalista nem sempre tem pauta pra falar sobre algo interessante, né? Então, às vezes, escolher um tema relevante num momento em que não tem muita coisa acontecendo já é um desafio da nossa profissão.

**Pesquisador:**

Mas eu acredito que, hoje em dia, as pessoas devem te marcar bastante, né? Então, você já deve ter muito conteúdo chegando pra você. No começo, deve ter sido bem mais complicado achar os vídeos por conta própria, né?

E a gente conversou um pouquinho ali no começo... Estou vendo que o tempo da chamada está acabando, qualquer coisa a gente abre outra. Mas, na verdade, nem falta tanto tempo, só acho que em cinco minutos a gente não vai conseguir encerrar.

A gente falou sobre como seu conteúdo mudou um pouco. Eu percebi que, de uns tempos pra cá, você tem falado muito mais, tem sido

menos *react*. Pelo menos, pelo que eu tenho visto, você tem aprofundado bastante.

Eu queria saber como foi essa mudança no seu conteúdo. Como era no começo? Você foi ajustando pelos resultados? Como é que foi esse processo?

**Yago Stephano:**

Cara, então... Eu posso te dizer que sou um ponto fora da curva nesse sentido, porque eu fui contra os resultados.

Sendo bem sincero, se você me acompanha há muito tempo, sabe que, no começo, eu era uma pessoa muito mais afiada. Eu reagia a vídeos de outras pessoas, apontava erros sem rodeios, falava: 'Pô, tá errado isso aqui, não tem como.'

Só que isso gerou uma imagem minha que eu não gostei. As pessoas começaram a me enxergar como um 'caçador de erros', alguém que estava ali apenas pra desmentir os outros. E aí, comecei a perceber que as pessoas tinham medo de mim.

Eu não queria isso. Eu não queria ser essa pessoa. Isso não estava me fazendo bem, nem fazia bem para os outros. E não era esse o meu objetivo na internet.

Então, mesmo que os vídeos de *react* tivessem mais engajamento, eu decidi que não queria mais seguir por esse caminho. Eu queria continuar na internet, mas de uma forma diferente.

Foi aí que comecei a mudar. Aos poucos, fui saindo dessa abordagem de reagir a vídeos de outras pessoas para focar mais em criar meu próprio conteúdo. Passei a reagir apenas a vídeos sobre animais, natureza e ciência, sem entrar em polêmicas.

Ou seja, fui contra os números e contra as tretas. Fiz isso pela minha paz, mas também porque queria criar um conteúdo melhor, mais positivo, mais educativo.

Hoje, quero que meus vídeos sejam algo que as pessoas sintam vontade de compartilhar, sem medo de exposição ou julgamento. Se, por

exemplo, você fosse um criador de conteúdo e falasse algo errado, e você não fosse da biologia, em vez de te criticar diretamente, eu diria: 'Pô, Pedro, relaxa, você não é da biologia, mas deixa eu te ajudar com essa informação aqui.'

Se fosse um tempo atrás, eu teria reagido de forma bem diferente. Mas isso é uma questão de amadurecimento.

### **Yago Stephano:**

Agora, sobre aprofundar mais o conteúdo... Eu não queria ser um criador de vídeos rasos.

Já existe uma crítica muito grande aos vídeos curtos, porque, teoricamente, eles não trazem tanta informação. Mas, cara, eu sou professor de biologia. Sou formado em uma das melhores faculdades públicas do Brasil.

Eu pensei: 'Eu posso ir além. Tenho credibilidade, tenho qualidade e tenho o conhecimento necessário para aprofundar os temas sem perder o engajamento.'

Então, comecei a incluir artigos científicos nos meus vídeos. Passei a usar nomes técnicos, mas de um jeito acessível, trazendo a linguagem científica para um formato mais fácil de entender.

Por exemplo, fiz um vídeo sobre os isópodes gigantes, que são crustáceos das profundezas do oceano. Nele, eu falei de urópodes, pleópodes...

Eu sei até onde posso ir sem deixar o conteúdo inacessível. Tento sempre equilibrar informações aprofundadas com uma abordagem que torne a biologia interessante para quem me assiste.

Então, essa mudança no meu conteúdo veio em duas etapas. Primeiro, eu mudei minha abordagem porque percebi que o impacto dos meus vídeos não era o que eu queria e depois eu transformei isso em uma forma de ensinamento mais leve, mais tranquilo, mais gostoso de você ouvir.

**Pesquisador:**

É, mas você falou um pouco sobre como é a escolha do conteúdo, né? E eu queria saber: o que você acha que mais chama a atenção? O que o público mais gosta? Ou o que você acha que vale mais a pena fazer?

**Yago Stephano:**

É porque, assim, existem diferentes formas de responder essa pergunta, né? Porque, por exemplo, às vezes o mais revoltante é o que mais pega as pessoas, né? Um conteúdo que envolva muito o lado humano também. Então, sei lá, uma interação... Uma serpente que picou uma mulher na casa dela, por exemplo. As pessoas vão querer ver para entender o que está acontecendo. Às vezes, um acontecimento relacionado ao estado da pessoa. Então, por exemplo, eu coloco alguma coisa que aconteceu lá no Acre, e as pessoas do Acre vão falar: "Aí, isso é aqui perto da minha casa!", ou "Minha mãe mora lá!". Então, existem formas distintas de a pessoa se sentir interessada por aquele conteúdo, né?

Se eu falar sobre um teiú que tem aqui no Brasil e, ao mesmo tempo, sobre uma iguana da Flórida, as pessoas vão ficar mais interessadas no teiú do Brasil do que em um animal lá da Flórida, entendeu? Então, há muitos motivos para um vídeo se destacar. Vou te dar um exemplo, tá?

Ontem, eu fiz três vídeos que vão sair durante essa semana. E eu já sei qual vai ser o que vai melhor, entendeu? Eu não sei se você chegou a ver esse vídeo, mas é um filhotinho de tartaruga marinha nadando, cheio de cracas e outros animais presos ao casco. Então, o cara vai lá, limpa a tartaruga, remove os organismos e as algas e devolve o animal para o mar. Esse vídeo tem um apelo emocional forte, porque envolve um filhote, um resgate, um salvamento. Então, eu sei que esse vídeo vai bem.

Mas eu, como professor de biologia, preciso falar: "Galera, tomem cuidado! Vocês não são especialistas, não sabem se o animal está doente, não coloquem a mão. Animal selvagem não é pet!". Existem muitos fatores que fazem um vídeo chamar atenção. E aí, depende do seu objetivo, sabe?

**Pesquisador:**

E assim, eu percebi também, numa análise inicial, que geralmente bicho, zoologia, chama muito mais atenção do que qualquer outra coisa, né? Mais do que, sei lá, alguma coisa sobre células, plantas ou qualquer outro assunto. Você acha isso também?

**Yago Stephano:**

Claro, com certeza. A zoologia, eu acredito, seja a parte da biologia mais fácil de visualizar. Se você lembrar de histologia vegetal, por exemplo... Pô, cara, é uma tristeza, né? Histologia animal também é difícil. São várias bolinhas, né? Então, aprofundar em botânica é complicado. Se eu falar de genética, é ainda mais difícil.

Hoje mesmo, escrevi um roteiro sobre uma hipótese evolutiva que explica por que algumas pessoas têm mais facilidade para comer comida amarga e outras não. É um conteúdo de genética bem aprofundado. Eu li os artigos e o texto falava de genes com nomes como TAS2R38... Mas eu não posso dizer isso no vídeo. As pessoas não entendem o que é um gene, o que é genética. Eu teria que resumir ao máximo.

Então, na zoologia, eu consigo ser mais prático. Se eu for falar de genética, tenho que falar de tudo menos genética. Preciso encontrar uma forma de pincelar o assunto sem usar termos técnicos demais. Isso faz diferença. E é uma área que eu gosto muito. Quando eu estava na iniciação científica, participei do laboratório de zoologia. Então, é algo que sempre me interessou.

**Pesquisador:**

E você mencionou agora que queria muito falar sobre esse assunto. Isso era bem o que eu ia perguntar. Tem algum conteúdo que você gostaria de abordar, mas que não dá por conta das limitações do formato curto? Seja porque não dá tempo de explicar ou porque não prende tanto o público?

**Yago Stephano:**

Todos! Todos, cara.

O TikTok é a rede mais rígida em relação ao que você pode falar. Vou te explicar. Você não pode falar "xixi" no TikTok. Não pode falar "cocô". Não pode falar "sangue". Mas, cara, eu sou professor de biologia! Vamos supor que eu queira falar sobre hormônios e explicar a importância da urina em alguns animais. Como faço isso sem dizer "urina"?

Eles criaram diretrizes que, às vezes, dificultam a divulgação científica. Vou te dar um exemplo: sangue, para mim, é simplesmente o líquido avermelhado que corre nas nossas veias. Mas, se eu fizer um vídeo sobre piranhas e explicar que elas são atraídas por sangue na água, corro o risco de ter o conteúdo removido. Já tive vários problemas por conta disso, e outros criadores também.

O Instagram é mais tranquilo nesse sentido. O YouTube, por outro lado, é bem rígido com copyright. A chance de você levar um strike por uso de conteúdo de terceiros é enorme. No TikTok, não tanto. Mas, em relação ao que você fala ou escreve, eles são extremamente restritivos.

Vou te dar um exemplo: hoje, eu postei um vídeo sobre camelos. Expliquei uma estrutura reprodutiva e mencionei um caso real de um camelo que tentou atacar uma mulher na Austrália. Mas eu não posso dizer "tentou estuprar". Então, tive que falar "tentou acasalar". E mesmo isso pode ser problemático.

Se eu quero falar sobre infecção urinária, por exemplo, como faço sem mencionar "urina" ou "xixi"? O conteúdo acaba ficando até infantilizado. Isso me faz pensar: será que o aplicativo quer que esse tipo de conteúdo chegue apenas para crianças? É um dilema. Tenho opiniões muito diversas sobre isso.

**Pesquisador:**

E sobre conteúdos mais complexos? Você mencionou o prêmio Nobel. Tem algum outro tema que você gostaria muito de abordar, mas acha que não dá certo? Seja porque o público não se interessa ou porque o formato curto dificulta?

**Yago Stephano:**

Você quer dizer no sentido de o público não gostar ou de não conseguir captar a informação?

**Pesquisador:**

Qualquer um dos dois.

**Yago Stephano:**

Cara, então... Um tema que eu gosto até mais do que zoologia é evolução. Eu amo falar sobre evolução, muito, muito mesmo. Mas as pessoas têm muita dificuldade em entender algumas questões sobre isso. E o maior motivo? Religião.

Explicar algumas hipóteses e teorias evolutivas é bem difícil. Muita gente já chega com um bloqueio. Então, eu colocaria genética e evolução como os dois temas que mais gostaria de abordar, mas que exigem muito cuidado.

Por exemplo, amanhã eu vou gravar um vídeo sobre genética. Esse dá pra fazer. Mas alguns outros conteúdos simplesmente não têm como. Citologia, por exemplo. Não tem como falar sobre citologia no TikTok. Como vou explicar ribossomos e síntese proteica em um minuto? É impossível.

Para isso, eu precisaria migrar para o YouTube e fazer um vídeo longo. Porque, para entender síntese proteica, a pessoa precisa ter vários conhecimentos prévios. Então, acho que é isso: citologia é impossível, genética e evolução são desafiadores, mas eu gostaria de falar mais sobre eles.

**Pesquisador:**

Legal! E a gente já está acabando. Eu queria saber um pouco também como é que funciona essa questão das marcas, das pubs. Como é que é essa escolha de como vai ser o vídeo? Chega uma coisa pronta para você, do tipo "eu quero desse jeito", ou é algo conversado? Até que ponto isso limita você? Até que ponto chega para você já definido ou não?

**Yago Stephano:**

Cara, então, vamos lá. Eu vou te responder com as minhas informações, com base nas pessoas com quem trabalho e no que eu sei sobre como funciona. Por eu ser um cara técnico, de uma área em que, às vezes, a marca não tem um biólogo ou um professor de biologia, tudo depende. Mas, na grande maioria dos casos, as pessoas me mandam o que elas querem que eu fale, e eu construo tudo, sabe?

Por exemplo, eu conheço criadores em que o roteiro já chega pronto. "Ó, você tem que falar isso aí." Mas, no meu caso, é algo muito em aberto, porque meu conteúdo é muito específico. Vou te dar um exemplo: eu estava criando um conteúdo para o Gatorade e, acho que foi a primeira vez que isso aconteceu comigo, me perguntaram se eu queria ter uma reunião com a nutricionista da marca para alinhar os

conceitos técnicos. E isso não é comum, porque normalmente eu falo com publicitários, não com professores de biologia.

Então, no meu caso, por ser realmente um conteúdo muito técnico, muitas vezes não há especialistas na equipe que me contacta. Além disso, às vezes, a gente nem fala diretamente com a marca, mas sim com uma agência intermediária que faz esse meio de campo. Então, muitas vezes, antes de chegar até mim, a proposta já passou por duas ou mais etapas. Mas, na maioria das vezes, o que recebo é um briefing com um resumo do que querem e, a partir disso, eu mesmo desenvolvo o roteiro. Raras são as exceções em que a marca chega com algo mais fechado, do tipo: "Yago, queremos que você fale exatamente isso e faça desse jeito."

**Pesquisador:**

E, por último, eu queria que você falasse sobre algo que me chamou muito a atenção no seu perfil. Você mencionou que, na produção de conteúdo, lê os artigos e os coloca na descrição do vídeo. Eu acho que você é um dos únicos, se não o único, que faz isso. Achei muito legal! De onde veio essa ideia? Isso é algo que você faz desde o começo? Surgiu de você? Foi alguém que te deu um estalo para fazer isso?

**Yago Stephano:**

Sim! Cara, então, vou te falar de uma das minhas maiores amarguras em relação ao que faço hoje: o orgulho de quem também faz isso.

O que acontece? Eu entendo que, às vezes, tem um senhor de 60 anos que estudou um conteúdo a vida toda, que é um pós-doc, que sabe muito sobre um assunto, e ele chega num vídeo de um minuto querendo corrigir cada detalhe. Mas a gente está criando conteúdo para o público leigo, para quem não sabe nada, para um porteiro que, talvez, nunca

teve a oportunidade de estudar biologia, para qualquer pessoa. Então, eu preciso tornar o conteúdo acessível.

Esses artigos que coloco na descrição são justamente para os estudantes de biologia que querem se aprofundar no assunto, mas que eu não consegui detalhar no vídeo. E também servem para aqueles especialistas que acham que só porque estudam determinada área, ninguém mais pode falar sobre ela. Os artigos agregam valor para quem realmente quer aprender mais e, ao mesmo tempo, provam que eu corri atrás da informação e que há uma base científica no que estou falando.

Porque, cara, o que tem de charlatão hoje na internet... O que tem de gente que não está nem aí para embasamento científico... Então, eu vi esse movimento como algo necessário para trazer credibilidade. E concordo com o que você falou: acho que sou um dos poucos que fazem isso, de colocar um artigo como referência para um vídeo. Isso é coisa de pesquisador, né? A pessoa vê aquilo e pensa: "Pô, isso é coisa de quem está lá na faculdade, escrevendo artigo, publicando iniciação científica, mestrado..."

Então, são essas duas necessidades: levar mais informação para quem quer se aprofundar e, ao mesmo tempo, me proteger de críticas infundadas. Afinal, eu confio no trabalho de pesquisadores que dedicaram 40 anos a um estudo, seja um especialista em aranhas na Inglaterra ou alguém que publicou um artigo na Jamaica.

Mas, claro, tem conteúdos em que isso não é possível. Por exemplo, postei um vídeo essa semana sobre uma lula gigante encontrada a três quilômetros de profundidade. Existem poucos trabalhos sobre esse animal em vários lugares do mundo. Então, nesse caso, não tem como eu colocar um artigo de referência, e eu deixo isso bem claro: "Galera, não há artigos sobre isso ainda." Basicamente, é isso.

**Pesquisador:**

É isso, Yago, tem mais alguma coisa que você queira falar?  
Alguma pergunta que você acha que ficou faltando?

**Yago Stephano:**

Não, por mim, está de boa.

## ANEXO III - Vídeos coletados de @biomesquita

Data	Duração	Visualizações	Curtidas	Comentários	Salvos	Temática	Links	#	Observações
01/06/2024	01:23	294.700	25.100	169	785	React pescador lançando isca	<a href="#">O Pescador Ninja: Lançamento de Isca Sobrenatural   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
01/06/2024	01:13	413.400	35.600	278	956	React lebre e ave de rapina supostamente brincando	<a href="#">Bichos Brincando ou Brigando: Lebre e Ave de Rapina   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
01/06/2024	01:39	180.100	16.900	128	648	React ave usando inseto pra pescar	<a href="#">Ave usa insetos para pescar de forma impressionante!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

01/06/2024	01:55	759.000	69.300	1.252	4.804	Explicando sobre bicho-pau (video de fundo)	<a href="#">Bicho Graveto: O Esquisito Dançarino da Natureza   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
03/06/2024	01:13	172.200	11.000	94	254	React peixe saindo vivo da barriga de peixe morto	<a href="#">Peixe Vivo na Barriga de um Peixe Morto - Realidade ou Ilusão?   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
03/06/2024	02:00	705.000	60.200	606	1.811	React lacraia trocando de esqueleto	<a href="#">Lacraia Trocando de Esqueleto: Um Processo Fascinante   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
03/06/2024	01:54	80.700	7.934	4	212	React jacaré roubando vara de pescador	<a href="#">Jacaré Roubando Vara de Pescador: História Bizarra   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

03/06/2024	02:17	454.200	55.200	662	2.158	React esquilo albino	<a href="#">Descubra o Esquilo Albino: Um Raro Animal da Natureza   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
04/06/2024	01:46	63.400	4.994	4	121	React jacaré perseguindo pescador	<a href="https://www.tiktok.com/@bio_mesquita/video/7376776946476158214?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312">https://www.tiktok.com/@bio_mesquita/video/7376776946476158214?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
04/06/2024	01:20	482.400	28.100	195	814	React homem sendo atacado por cobra marinha	<a href="#">Ele foi atacado por uma cobra marinha! 🐍🌊 #animaisnotiktok #bichos #...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
04/06/2024	01:57	542.100	59.100	925	2.309	React homem que adestrou calangos	<a href="#">Como Adestrar Calangos Usando Reforço Positivo   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

04/06/2024	01:27	66.700	6.873	70	192	React homem achando cobra em bolsa (vídeo fundo - fake)	<a href="https://www.tiktok.com/@bio_mesquita/video/7376766335952424197?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312">https://www.tiktok.com/@bio_mesquita/video/7376766335952424197?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
05/06/2024	01:50	218.500	31.400	392	846	React gato bebendo leite de vaca	<a href="#">Gatos podem beber leite de vaca? Descubra agora!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
05/06/2024	01:07	457.600	58.800	566	1.838	React cachorrinho brigando com um alce	<a href="#">Cachorros pequenos e suas personalidades incríveis!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
05/06/2024	02:09	61.400	5.638	111	243	React "cobra com bracinhos" (anfisbena)	<a href="#">O estranho bicho-anfitrião com bracinhos: descubra!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok

05/06/2024	01:47	161.200	16.400	167	603	Explicação sobre peixe trombeta (vídeo de fundo)	<a href="#">Peixe Bengala: O Peixe Trombeta Mais Estranho do Oceano   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
06/06/2024	02:03	448.900	80.200	644	2.884	React ninho de falcão em apartamento	<a href="#">Ninho do Falcão: Curiosidades e Adaptabilidade das Aves de Rapina Urbanas   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
06/06/2024	01:47	293.500	27.400	556	1.697	React hamster com testículos grandes	<a href="#">Esse hamster tem bolas gigantes! 🐹 #animaisnotiktok #bichos #biologia...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
06/06/2024	02:32	350.000	23.100	193	749	React carangueijo eremita trocando de concha	<a href="#">Troca de Concha: O Fascinante Mundo dos Caranguejos Ermitas   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok

06/06/2024	01:17	200.100	28.800	298	914	React cachorro andando de skate	<a href="#">Cachorro Andando de Skate: A Sensação do TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
07/06/2024	01:43	180.000	10.500	172	408	React homem matando aranha que estava com filhotes no dorso	<a href="#">Como lidar com aranhas de forma segura   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
07/06/2024	01:37	338.700	39.000	135	1.124	React homem adestrando jacaré	<a href="#">Adestrando Jacarés: Método e Determinação   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
07/06/2024	01:16	294.100	20.400	129	719	React ataque de arraia	<a href="#">Por que as arraias atacam? Curiosidades e proteção   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

07/06/2024	01:45	360.300	44.000	186	1.150	Mostrando olhos opacos da cobra de estimação	<a href="#">Por que minha cobra está com os olhos brancos? Descubra a curiosidade da troca de pele!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
08/06/2024	02:05	271.700	20.600	385	469	React sucuri presa no encanamento do vaso	<a href="https://www.tiktok.com/@biomesquita/video/7378252763169410310?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312">https://www.tiktok.com/@biomesquita/video/7378252763169410310?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
08/06/2024	02:05	348.000	28.800	378	921	React rato saindo de dentro de moto	<a href="#">Rato saindo da moto: o que fazer?   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
08/06/2024	01:12	2.600.000	266.100	1.300	9.210	Explicando sobre Toupeira (vídeo de fundo)	<a href="#">Descubra a Fofura das Toupeiras: Curiosidades e Hábitos   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

08/06/2024	01:31	142.000	13.300	163	570	Explicando sobre lagartixa cauda de botão (vídeo de fundo)	<a href="#">Curiosidades sobre Lagartixas Fofinhas: Pet Exótico Popular   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
10/06/2024	01:10	881.300	123.700	321	5.244	React menino encontrando filhote de tartaruga nadando	<a href="#">Encontro emocionante: Filhotinho de tartaruga marinha nadando!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
10/06/2024	01:23	151.700	22.100	173	616	React cachorro cego achando dono através do cheiro	<a href="#">Cachorrinho Cego Acha Dono pelo Cheiro   Vídeo Fofinho   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
10/06/2024	02:21	251.800	29.400	348	1.114	Explicação sobre anfibenas (vídeo de fundo)	<a href="https://www.tiktok.com/@bio_mesquita/video/7379007900137950470?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312">https://www.tiktok.com/@bio_mesquita/video/7379007900137950470?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7439566724494624312</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok

11/06/2024	01:47	242.300	39.300	520	1.609	React filhote de arara	<a href="#">De filhotinho feio a ave linda: surpreenda-se!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
11/06/2024	01:15	59.900	5.595	59	221	React esquilo brincando com brinqueto de gatos	<a href="#">Esquilo Confundido por Gato: Uma Surpresa Adorável!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
12/06/2024	01:57	67.200	7.153	72	230	React perereca pulando na cara de criança	<a href="#">Mãe Traumatiza Criança ao Mostrar Perereca! 🤢🐸   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
12/06/2024	01:53	1.300.000	137.500	532	4.207	React peixe traira predando sapo	<a href="#">Traíra comendo sapo: um momento impressionante de predação   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok

12/06/2024	02:00	1.900.000	165.600	1.032	4.210	React peixe nadando depois de ter os órgãos retirados	<a href="#">O celular acabou com as histórias de pescador? 📱 #animaisnotiktok #...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
12/06/2024	01:55	413.900	53.000	214	1.194	React filhotes de esquilos presos	<a href="#">A história da mamãe esquilo e seus filhotes   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
12/06/2024	01:09	2.100.000	99.700	289	5.293	Obra de arte falcão (Assemblage)	<a href="#">Obra de Arte Incrível! Utilizando Elementos de Biologia e Curiosidades - TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
12/06/2024	01:25	104.700	9.100	150	294	Explicação sobre morcegos (vídeo no fundo)	<a href="#">Curiosidades sobre os morcegos e suas crias! 🦇🐛   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

12/06/2024	01:46	1.200.000	139.100	1.634	9.211	Explicação aranha papa mosca (vídeo no fundo)	<a href="#">Tenha uma aranha papa mosca como pet   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
13/06/2024	01:24	720.400	46.600	241	1.093	React urso com parasitas saindo da região anal	<a href="#">Parasitas em Ursos: Um Olhar Profundo sobre Verme em Urso   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
13/06/2024	01:20	109.500	7.736	76	305	React peixes atravessando a rua	<a href="#">Peixes andando? A verdade por trás do vídeo manipulado!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
13/06/2024	01:23	91.400	9.221	69	349	React gato andando de skate	<a href="#">Gato Skatista: O Fofinho que Anda de Skate   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

14/06/2024	02:49	74.100	6.652	192	268	React sapo com roupinha	<a href="#">Sapo Cururu na Roupa de Marinheiro: Fofura Com Cuidado   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	Mudança de formato de vídeo
14/06/2024	01:58	268.200	23.000	78	607	React cobra com carrapato	<a href="#">Cobras pegam carrapatos? 🤔🐍 #animaisnotiktok #bichos #biologia #ciên...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
14/06/2024	01:15	518.400	75.400	447	2.780	React cachorros interagindo com beija-flor	<a href="#">Velocidade incrível do bater de asas do beija-flor   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
14/06/2024	01:55	323.300	38.700	479	1.832	Explicação mini-sapos (video no fundo)	<a href="#">Curiosidades sobre Mini Sapos: O menor vertebrado do planeta   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

15/06/2024	01:32	1.900.000	142.300	2.027	6.628	Infestação de opiliões em uma casa	<a href="#">Isso é uma infestação de aranhas? 🕸️</a> <a href="#">#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	Sinalizado como Conteúdo Sensível
15/06/2024	01:48	235.300	29.300	301	1.090	Filmagem de um urso na cidade (Vídeo de fundo)	<a href="#">Encontro Inesperado com um Urso Pardo Gigante!</a> TikTok	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
15/06/2024	01:14	250.600	23.000	195	600	Ave rouba celular de uma mulher que grava vídeo (Vídeo de fundo)	<a href="#">Ave rouba celular de mulher na praia!</a>   TikTok	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
15/06/2024	01:22	128.900	17.400	285	563	Homem atacado por pônei (Vídeo de fundo)	<a href="#">Ataque de pônei: um dia insólito!</a>   TikTok	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

17/06/2024	02:55	429.800	48.900	782	2.673	Utilizou um filme de tubarões para explicar sobre tubarões de água doce	<a href="#">Descubra se Existem Tubarões em Água Doce   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
17/06/2024	01:21	533.100	49.600	292	1.570	Pescador laçou o peixe (vídeo de fundo)	<a href="#">O fim das histórias de pescador com vídeos!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
17/06/2024	02:14	161.600	16.100	269	447	Jacaré atravessando a rua com garças (Vídeo de fundo)	<a href="#">Perseguição do jacaré pelas garças: um mistério da natureza revelado!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
17/06/2024	01:29	81.000	7.232	71	312	Tartaruga andando de skate (Vídeo de fundo)	<a href="#">Tartaruga que anda de skate: uma fofura inigualável!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

18/06/2024	02:45	274.000	30.200	189	777	Teiú na piscina (Vídeo de fundo)	<a href="#">Lagarto Teiú: Mistério dos Dois Rabos na Piscina   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
18/06/2024	01:36	2.600.000	360.100	2.535	12.400	Explicando um peixe deformado pela pressão	<a href="#">Esse peixe quase explodiu? 🐟🔥 #animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
18/06/2024	01:27	195.000	16.800	136	336	Urso invade casa (Vídeo de fundo)	<a href="#">Visita Inesperada: Urso Curioso Entra na Casa de Família! 🐻👤   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
18/06/2024	03:34	144.600	21.500	563	457	Apresentando os gatos de estimação	<a href="#">Conheça os 5 Gatos em Minha Casa! 🐱   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

19/06/2024	01:41	176.000	13.200	144	307	Homem cozinhando cupins (Vídeo de fundo)	<a href="#">Culinária Exótica: Comendo Insetos no Brasil? 🦋🐛   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
19/06/2024	01:15	168.200	28.500	204	1.310	Filhotes de Diabo da Tasmânia (Vídeo de fundo)	<a href="#">Diabo da Tasmânia: Curiosidades e Fofuras   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
19/06/2024	01:45	129.600	12.500	142	386	Filhotes de ouriço (Vídeo de fundo)	<a href="#">Curiosidades sobre filhotes de ouriço pigmeu africano   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
19/06/2024	01:22	89.800	6.043	60	159	Peixe pula dentro da rede de um pescador (Vídeo de fundo)	<a href="#">O celular está acabando com as histórias de pescador! Ep. 2 📱🐟   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

20/06/2024	01:55	1.500.000	130.900	1.101	4.524	Cobra comendo cobra	<a href="https://www.tiktok.com/@biomesquita/video/7382719111685573894">https://www.tiktok.com/@biomesquita/video/7382719111685573894</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
20/06/2024	01:45	134.500	6.911	66	176	Ensinando a retirar aranhas de dentro de casa (Vídeo de fundo)	<a href="#">Como tirar uma aranha de casa   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
20/06/2024	01:25	98.800	8.555	67	232	Camelo foge no zoológico (Vídeo de fundo)	<a href="#">Camelo fugindo no zoológico causa caos!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
20/06/2024	02:07	2.900	123.000	604	5.669	Explicando que escorpiões podem brilhar na luz ultravioleta	<a href="#">Escorpiões brilham no escuro? 🤖👉 #animaisnotiktok #bichos #biologia #...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

21/06/2024	01:16	278.400	28.600	263	754	Cabra no topo de árvore (Vídeo de fundo)	<a href="https://www.tiktok.com/@biomesquita/video/7383097595108805893">https://www.tiktok.com/@biomesquita/video/7383097595108805893</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
21/06/2024	01:52	171.700	21.000	72	603	Pinguim sobre prancha de surf (Vídeo de fundo)	<a href="#">Pinguins: O que Eles Fazem no Surf? Descubra!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
21/06/2024	01:49	160.100	15.400	97	321	Pescador pesca três peixes ao mesmo tempo (Vídeo de fundo)	<a href="#">Histórias de Pescador: A Sorte em Meio ao Cardume   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
21/06/2024	01:50	93.600	10.300	134	442	Explicando sobre polvo dumbo	<a href="#">Descubra o Mundo do Polvo Dumbo: Fofura nas Profundezas do Oceano   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok

22/06/2024	02:21	892.000	138.900	599	4.732	Filhote de Jaguarundi (vídeo de fundo)	<a href="#">Eles acharam um filhote de onça? 🐾🐾 #animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
22/06/2024	01:16	329.100	26.200	141	556	Elefante tentando pegar Jaca (Vídeo de fundo)	<a href="#">Elefante Tentando Alcançar Jaca na Árvore   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
22/06/2024	01:32	1.200.000	171.800	953	5.397	Crocodilo gigante (vídeo de fundo)	<a href="#">Crocodilos: A Perfeição ao Longo dos Anos   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
22/06/2024	02:10	82.100	6.197	70	212	Explicando notícia de peixe de três olhos	<a href="#">Peixe de 3 Olhos: Simpsons Previram Outra Estranheza?   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

24/06/2024	01:50	908.900	90.200	596	2.479	Utilizando um besouro como guindaste (vídeo de fundo)	<a href="#">Força do Besouro: Como Ele Pegou um Tênis?   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
24/06/2024	02:03	366.000	25.700	134	492	Tutor defende seu animal de estimação de uma cobra (Vídeo de fundo)	<a href="#">Ele salvou o bichinho da cobra gigante! 🐍👉 #animaisnotiktok #bichos</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
24/06/2024	01:57	127.500	10.900	79	251	Pescador pega peixe com a mão (Vídeo de fundo)	<a href="#">Capture um Peixe Usando Apenas os Dedos!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
24/06/2024	01:16	101.000	8.441	254	282	Gambá como pet (Vídeo de fundo)	<a href="#">Gambá como Pet: Curiosidades e Cuidados   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok

25/06/2024	01:22	257.600	29.600	376	1.804	Vídeo tentando não rir de jabuti (Vídeo de fundo)	<a href="#">Desafio: Tente Não Rir com o Jabuti Gemendo!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
25/06/2024	01:45	388.700	29.700	261	966	Pescador eletrocutado por peixe elétrico (Vídeo de fundo)	<a href="#">O peixe nocauteou ele? 🤯 #animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
25/06/2024	01:40	1.100.000	77.300	699	3.036	Explicando um vídeo de uma lacraia gigante	<a href="#">Descubra o Novo Bicho Bizarro Viral no TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
25/06/2024	02:30	218.000	20.300	217	537	Explicando sobre notícia de jovem que ganhou dinheiro por matar cobra	<a href="#">Nos EUA você ganha dinheiro para caçar cobras! 🇺🇸 #animaisnotiktok #...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

26/06/2024	01:38	265.000	28.100	253	1.047	Video próprio pescando com linguça	<a href="#">Pescando com Linguça Calabresa: Curiosidades e Dicas de Pesca   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
26/06/2024	01:29	198.300	16.500	250	438	Gato fugindo de rato (Vídeo de fundo)	<a href="#">O gato ficou com medo do rato? 🐭🐱 #animaisnotiktok #bichos #biologia...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
26/06/2024	01:12	166.200	14.200	45	347	Pegadinha com arraia falsa na areia (Vídeo de fundo)	<a href="#">Pegadinha com Arraia na Praia!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
26/06/2024	02:27	103.800	9.735	100	267	Guaxinins caem quebrando o teto de casa (Vídeo de fundo)	<a href="#">Guaxinins caindo do teto: o que realmente aconteceu?   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

27/06/2024	01:14	328.300	24.700	118	670	React Siri na praia	<a href="#">Siri Trocando de Casca: Curiosidades sobre Caranguejos   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
27/06/2024	01:46	153.800	15.600	81	301	Resgate de uma tartaruga emaranhada em plasticos e fios (Vídeo de fundo)	<a href="#">Ele salvou a vida da tartaruguinha! 🐢🌿 #animaisnotiktok #bichos #bio...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
27/06/2024	04:05	69.100	5.596	74	245	React vídeo de animais fofos	<a href="#">Os vídeos mais fofos de animais da semana   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
27/06/2024	01:43	63.800	4.324	52	196	React vídeos engraçados de cachorros	<a href="#">Cachorros e suas origens: da beleza aos lobos!   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

28/06/2024	01:27	715.700	37.600	91	731	React Pelicano roubando o peixe de uma senhora	<a href="#">Pelicano Roubou o Peixe Dela! 🐟   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
28/06/2024	01:50	192.900	14.700	218	1.374	Dicas de pesca	<a href="#">Dicas de Equipamentos e Iscas para Pesca Econômica   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
28/06/2024	01:51	97.700	10.100	84	352	React vídeos de gatos e bebês	<a href="#">Curiosidades: Gatos Amam Bebês? Top Cinco Momentos Fofos   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	
29/06/2024	01:26	224.600	13.800	96	617	React criança interagindo com louva-a-Deus	<a href="#">Louva-a-Deus Assustando uma Menina - Engraçado Vídeo de Animal   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok	

29/06/2024	01:19	331.000	23.600	115	638	Pescador utilizando barulho para atrair o peixe (Vídeo de fundo)	<a href="#">Pescaria Estratégica: Surpreendente Captura de Peixe com Barulho! 🐟   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
29/06/2024	02:37	89.900	7.907	92	263	React vídeos de gatos	<a href="#">Os Melhores Vídeos de Gatos da Semana   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok
29/06/2024	01:19	72.000	6.004	43	185	React gato que desliga alarme do celular	<a href="#">O gato fez ela se atrasar pro trabalho! 🐱 #animaisnotiktok #bichos #b...   TikTok</a>	#animaisnotiktok #bichos #biologia #ciência #curiosidades #agoravocesabe #aprendanotiktok

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em @biomesquita, 2024.

## ANEXO IV - Vídeos coletados de @anacnd

Data	Duração	Visualizações	Curtidas	Comentários	Salvos	Temática	Links	#
01/06/2024	01:08	1.200.000	98.900	639	1.739	Ketchup Heinz no Microscópio	<a href="#">Descobrimos os Segredos do Ketchup Heinz no Microscópio   TikTok</a>	-
02/06/2024	01:02	183.300	20.400	65	345	Mel no Microscópio - Curiosidades	<a href="#">Descubra o Mel Sob o Microscópio: Surpresas e Cristalização   TikTok</a>	-
10/06/2024	01:01	43.200	2.821	40	53	Denúncia em tom cômico do Youtube ter removido a monetização de seu canal	<a href="#">Desqualificação Monetização YouTube: O Que Fazer?   TikTok</a>	-

13/06/2024	01:01	117.300	11.300	73	189	Fubá e alguns insetos no Microscópio	<a href="#">Explorando o Fubá: O Que Fazer com Caruncho?   TikTok</a>	-
17/06/2024	00:15	38.200	709	8	29	Utilizando filtro que muda cor dos olhos	<a href="#">Os vídeos de Ana Duarte (@anacnd) com original sound - 🎧   TikTok</a>	-
19/06/2024	01:28	2.400.000	319.900	1.725	16.300	Abacaxi no Microscópio, ensinou a fazer lâmina e sobre as propriedades de proteção a herbivoria da fruta	<a href="#">O que acontece quando comemos abacaxi?   TikTok</a>	-
20/06/2024	00:38	934.700	53.900	293	1.014	Respondendo comentário do vídeo do abacaxi, mostra kiwi no microscópio e explica semelhanças entre as duas	<a href="#">A responder a @Thalita_prado o pedido de vocês é uma ordem 🤖   TikTok</a>	-

30/06/2024	01:00	3.100.000	185.600	437	3.979	Referencia outro vídeo que colocou lágrimas no microscópio, colocou uma lágrima no microscópio	<a href="#">Cristalização de Lágrimas no Microscópio: Imagens Incríveis!! TikTok</a>	-
------------	-------	-----------	---------	-----	-------	--	--	---

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em @anacnd, 2024.

## ANEXO V - Vídeos coletados de @yagostephano

Data	Duração	Visualizações	Curtidas	Comentários	Salvos	Temática	Links	#	Observações
03/06/2024	01:27	228.400	21.600	560	663	Caso Harambe explicado	<a href="#">O polêmico caso do gorila no zoológico de Cincinnati em 2016   TikTok</a>	#professor #aprendanotiktok #gorila #animal #polemica	
04/06/2024	01:24	345.400	38.100	176	1.497	Motivos para não interferir na vida de uma estrela do mar	<a href="#">Estrelas do Mar: 6 Motivos Para Não Tocar   TikTok</a>	#estreladomar #biologia #animal #mar #praia #aprendanotiktok	
05/06/2024	01:14	732.900	45.400	143	1.783	Apresentando "Marabu" uma ave grande africana	<a href="#">Cegonha Marabu: Conheça essa ave monstruosa!   TikTok</a>	#biologia #animal #professor #ave #comida	

06/06/2024	01:17	2.400.000	192.400	513	4.712	Inicia com um vídeo de um homem escapando de um leão marinho e os perigos de interagir com o animal	<a href="#">Deus protege os bêbados 🍷</a> <a href="#">#aprendanotiktok</a> <a href="#">#praia</a> <a href="#">#leaomarinho</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#animaisnotiktok</a>	
07/06/2024	01:24	298.700	17.600	140	980	Alerta sobre os riscos de pintar cascos de tartaruga	<a href="#">Nunca Pinte ou Compre Tartaruga com Casco Pintado   TikTok</a> <a href="#">#tartaruga</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#pena</a> <a href="#">#alerta</a> <a href="#">#reptil</a>	
09/06/2024	01:25	49.900	6.234	6	196	Como os cervos são agressivos e os perigos de construir estradas proximas ao seu território	<a href="#">Perigos dos Servos para os Relacionamentos e para a Estrada   TikTok</a> <a href="#">#biologia</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#cervo</a> <a href="#">#carro</a> <a href="#">#estrada</a>	
10/06/2024	01:15	1.800.000	66.700	177	3.629	Cardumes de peixes	<a href="#">Manchas na água: Cardumes de Peixes e sua Proteção no Oceano   TikTok</a> <a href="#">#cardume</a> <a href="#">#peixes</a> <a href="#">#animais</a> <a href="#">#aprendanotiktok</a> <a href="#">#animaisnotiktok</a>	

11/06/2024	01:29	96.300	10.900	128	735	React @noahgenial recebendo livros de biologia enviados por ele	<a href="#">Experiências educativas com o Noah e livros interessantes   TikTok</a>	<a href="#">#livro</a> <a href="#">#professor</a> <a href="#">#criança</a> <a href="#">#fofura</a> <a href="#">#educação</a>	
11/06/2024	01:24	60.600	5.507	29	238	React vídeo menina mostrando uma perna que encontrou no jardim	<a href="#">Descobrimo um Pé Misterioso com uma Mini Bióloga em Formação   TikTok</a>	<a href="#">#veado</a> <a href="#">#cervo</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#criança</a> <a href="#">#pais</a>	
12/06/2024	01:25	171.400	15.400	81	632	Explicando a inseminação artificial de uma abelha	<a href="#">Inseminação Artificial em Abelhas: Um Processo Fascinante   TikTok</a>	<a href="#">#animaistiktok</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#biologia</a> <a href="#">#abelha</a> <a href="#">#inseto</a>	
13/06/2024	01:29	195.000	26.200	325	1.907	React vídeo criança falando nome dos dinossauros	<a href="#">Aprendendo sobre Dinossauros com o Pequeno Luís 🦖   TikTok</a>	<a href="#">#criança</a> <a href="#">#livro</a> <a href="#">#fofo</a> <a href="#">#mãe</a>	PUBLI DE LIVRO

14/06/2024	01:18	146.100	15.800	68	564	Importância das abelhas	<a href="#">Importância das abelhas para a humanidade   TikTok</a>	<a href="#">#abelha</a> <a href="#">#inseto</a> <a href="#">#ambiente</a> <a href="#">#natureza</a> <a href="#">#biologia</a>	
16/06/2024	00:55	3.700.000	621.100	11.900	29.400	Explicando o impacto de pegar conchas na praia	<a href="#">Por que não devemos levar conchas da praia?   Biologia Marinha   TikTok</a>	<a href="#">#concha</a> <a href="#">#biologia</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#praia</a> <a href="#">#mar</a>	
17/06/2024	01:19	260.600	16.800	100	538	Biologia dos ouriços do mar	<a href="#">Ouriço-do-mar: Comestível ou Não? Descubra a Verdade Aqui!   TikTok</a>	<a href="#">#ouriço</a> <a href="#">#mar</a> <a href="#">#praia</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#biologia</a>	Referências em artigos
18/06/2024	01:09	291.100	36.800	569	1.176	React vídeo mulher em prancha de surf rodeada de orcas e os perigos deste animal	<a href="#">Encontro assustador com orcas na praia!   TikTok</a>	<a href="#">#orca</a> <a href="#">#mar</a> <a href="#">#praia</a> <a href="#">#aprendanotiktok</a> <a href="#">#animaisnotiktok</a>	

18/06/2024	01:07	108.300	13.400	174	748	Rotina de treinos	<a href="#">Projeto Gorila: Nutrição, Motivação e Academia   TikTok</a>	<a href="#">#gym #gymlrat #academia #motivacao #motivacional #dieta #saude #rotinasaudavel</a>	
20/06/2024	01:27	551.500	75.100	863	4.138	Explicando como a panturrilha auxilia na circulação do sangue	<a href="#">A panturrilha é o "segundo coração"?! 📄: DOI: 10.5298/1081-5937-49 ...   TikTok</a>	<a href="#">#panturrilha #saúde #diabetes #cardíaco #saudavel</a>	Referência em artigos
20/06/2024	01:06	234.400	31.800	187	1.026	React/Explicando Burro no meio de alces	<a href="#">Burro fugido vive com alces na Califórnia   TikTok</a>		
24/06/2024	00:16	33.500	2.870	58	104	Vídeo humorístico mostrando ele mimando o cachorro	<a href="#">tequila &gt;&gt;&gt; gente ruim por ai #animal #pet #cachorro   TikTok</a>	<a href="#">#animal #pet #cachorro</a>	

26/06/2024	01:06	630.700	64.600	457	3.383	Contando histórias sobre "Gympie Gympie" a planta considerada mais dolorosa do mundo	<a href="#">Descubra tudo sobre a Gympie Gympie: a planta mais dolorosa do mundo!   TikTok</a>	<a href="#">#gympiegympie</a> <a href="#">#planta</a> <a href="#">#perigosa</a> <a href="#">#acidente</a> <a href="#">#biologia</a>	Referência em artigos
27/06/2024	01:14	146.800	10.900	148	423	Sapo pipa e sua reprodução	<a href="#">Desbloqueando Um Novo Medo com o Sapo Pipa! Descubra a Biologia Fascinante Por Trás do Animal   TikTok</a>	<a href="#">#sapo</a> <a href="#">#tripofobia</a> <a href="#">#biologia</a> <a href="#">#animal</a> <a href="#">#sapopipa</a>	Referência em artigos

Fonte: Elaborada pelo autor baseado em @yagostephano, 2024.