UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO

METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

São Luís

2025

RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO

METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

Dissertação de mestrado submetida ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão, na linha de pesquisa História, Epistemologia e Fenômenos Psicológicos como pré-requisito para a obtenção do título de Mestra em Psicologia.

Orientador(a): Prof.(a) Dr.(a) Rosinete Silva de Jesus Ferreira

São Luís

2025

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Pinho Melo de Carvalho, Rafaela.
Metamorfose digital : a relação entre TikTok e adolescência / Rafaela Pinho Melo de Carvalho. - 2025.
97 f.

Orientador(a): Rosinete Silva de Jesus Ferreira.
Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Psicologia/cch, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

1. Adolescência. 2. Identidade. 3. Redes Sociais. 4. Tiktok. I. Silva de Jesus Ferreira, Rosinete. II. Título.

RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO

Título: METAMORFOSE NO DIGITAL: A RELAÇÃO ENTRE *TIKTOK* E ADOLESCÊNCIA

O presente trabalho em nível de Mestrado foi avaliado e aprovado, em_____,
pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

_____
Profª. Drª. PATRICIA RAKEL DE CASTRO SENA
Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social/PPGCOMPRO – Membro Externo

_____
Profª. Drª. CRISTIANNE ALMEIDA CARVALHO
Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Psicologia/PPGPSI – Membro Interno

_____
Profª. Drª. DAYSE MARINHO MARTINS
Universidade Federal do Maranhão
Secretaria da Educação SEDUC/PPGPSI - Suplente

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Mestra em Psicologia.

_____
Profª. Drª. ROSINETE DE JESUS SILVA FERREIRA
Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social/PPGPSI – Orientadora

São Luís
2025

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus que sempre abençoou a minha vida, sempre me guiando pelos melhores caminhos.

Agradeço a minha orientadora, Profª. Drª. Rose Ferreira, pela orientação, dedicação e paciência. Obrigada por todos os ensinamentos e todo acolhimento durante o mestrado. A senhora foi essencial para essa caminhada.

Agradeço a minha tia Ana Claudia por sempre me apoiar em todos os meus planos. Foi graças à sua presença ao meu lado que consegui chegar até aqui e finalizar esse ciclo. Obrigada por todos os ensinamentos, por todo carinho e amor. A senhora é minha inspiração.

Agradeço aos meus irmãos, Ana Victória e David, por toda parceria e companheirismo durante todos esses anos. Obrigada por sempre me ajudarem e acolherem.

Agradeço ao meu pai, Edgar Júnior, pelo carinho e amizade. O senhor sempre esteve ao meu lado e sempre me incentivou a ser eu mesma.

Agradeço a minha mãe, Rilvânia, por toda preocupação e por me incentivar, desde minha infância, a seguir com os estudos.

Agradeço a minha família – Tia Ana Paula, Tio Luiz, Zana, Catarina, Marina e Lara – por me incentivarem e sempre acreditarem no meu potencial.

Agradeço a Felipe por sempre me escutar e me apoiar. Mesmo chegando no final dessa caminhada – que foi o mestrado –, você foi muito importante. Sou grata por todas as vezes em que você me acolheu e me incentivou a seguir em frente, lembrando-me da minha capacidade.

Agradeço a minhas amigas – Mariane, Luana, Lorena, Maria Paula, Mariana e Suellen – por todo suporte emocional e por sempre me motivarem. Obrigada por sempre me entenderem e pelos momentos de descontração.

Agradeço à secretaria do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão. Obrigada por sempre estarem dispostos a ajudarem e resolverem as questões dos alunos.

Agradeço aos membros da banca examinadora, Profª. Drª. Cristianne Almeida Carvalho e Profª. Drª. Patricia Rakel de Castro Sena, pelas sugestões e críticas construtivas que enriqueceram esta pesquisa.

E agradeço a todos que, diretamente ou indiretamente, contribuíram para essa pesquisa nascer.

RESUMO

Apresentamos uma reflexão sobre as redes sociais digitais, em especial o *TikTok*, que em 2021, atingiu 1 bilhão de utilizadores, sendo o Brasil, o terceiro país que mais consome a rede com 99 milhões de adeptos. Estes dados nos apontam a necessidade de investigar, sobretudo na Psicologia, as repercussões causadas no sujeito, em especial o adolescente, a partir do uso dessa rede. Nessa perspectiva, partimos da hipótese que o *TikTok* contribui para transformações identitárias, circulação de conteúdos digitais e consumo. Elegemos os teóricos Stuart Hall (2020), Antônio Costa Ciampa (1989), Erik Erikson (1987), Zygmunt Bauman (2005) e Raquel Recuero (2020) para reflexão teórica. Assim, objetivamos elaborar uma análise sobre as repercussões nas identidades causada pelo uso do *TikTok* nos adolescentes na ilha de São Luís do Maranhão. Em complemento ao objetivo principal, para o desenvolvimento da pesquisa, foram necessárias três etapas: a) descrever o funcionamento do *TikTok*; b) caracterizar o uso da rede pelos adolescentes; e c) compreender a percepção do adolescente sobre o uso da rede digital. Logo, para atingirmos os propósitos desta pesquisa, dialogamos com os autores e desenvolvemos uma pesquisa de abordagem qualitativa, utilizando, como instrumentos de coleta de dados, um questionário sociocultural e entrevista semiestruturada – com o intuito de compreender as percepções sobre o uso da rede social digital. Apresentamos uma amostragem não probabilística que foi alcançada a partir da utilização da metodologia *snowball*, (abordagem onde os selecionados convidam novos participantes de sua rede de amigos e conhecidos). Para análise de dados, utilizamos o circuito cultural proposto por Paul Du Gay *et al*. (1997), que nos levou a refletir sobre a produção e circulação de sentidos a partir de artefatos culturais. Como resultados percebemos que a rede *TikTok* tece influências nos adolescentes em todos os processos que compõe o circuito cultural (*representação*, *identidade*, *consumo*, *regulação* e *produção*), em especial na *identidade*, uma vez que ao utilizar esta rede, o adolescente identifica-se com conteúdos encontrados no *TikTok*, alterando ou gerando novas práticas sociais e identidades. Em síntese, observamos que esta rede digital traz repercussões em diversos âmbitos da vida – social, cultural, cognitivo, psicológico e físico – do seu utilizador e na constituição da identidade, sendo necessário que a Psicologia volte seus estudos para uma melhor compreensão e para realização de um fazer não alienado dos fenômenos da contemporaneidade.

Palavras-chave: adolescência; identidade; redes sociais; TikTok.

ABSTRACT

We present a reflection on digital social media, especially TikTok, which in 2021 reached 1 billion users, with Brazil being the third country that consumes this social media the most, with 99 million followers. These data point to the need to investigate, especially in Psychology, the repercussions caused in the subject, especially the adolescent, from the use of this social media. From this perspective, we start from the hypothesis that TikTok contributes to identity transformations, circulation of digital content and consumption. For theoretical reflection, we chose among the theorists, Stuart Hall (2020), Antônio Costa Ciampa (1989), Erik Erikson (1987), Zygmunt Bauman (2005) and Raquel Recuero (2020). Thus, we aim to develop an analysis of the repercussions on identities caused using TikTok among adolescents on the island of São Luís do Maranhão. In addition to the main objective, three steps were necessary to develop the research: a) describe how TikTok works; b) characterize the use of social media by adolescents; and c) understand the adolescent's perception of the use of social media. Therefore, to achieve the purposes of this research, we spoke with the authors and developed a qualitative approach research, using, as data collection instruments, a sociocultural questionnaire and semi-structured interview – with the aim of understanding perceptions about the use of social media. We present a non-probabilistic sample that was achieved using the snowball methodology (an approach where those selected invite new participants from their network of friends and acquaintances). For data analysis, we used the circuit of culture proposed by Paul Du Gay *et al*. (1997), which led us to reflect on the production and circulation of meanings from cultural artefacts. As a result, we noticed that TikTok influences adolescents in all the processes that make up the circuit of culture (*representation*, *identity*, *consumption*, *regulation* and *production*), especially in *identity*, since when using this social media, the adolescent identifies with content found on TikTok, altering or generating new social practices and identities. In summary, we observe that this social media has repercussions in various areas of life – social, cultural, cognitive, psychological and physical – of its user and in his constitution of identity, making it necessary for Psychology to focus its studies on a better understanding and on carrying out a non-alienated approach to contemporary phenomena.

Keywords: adolescence; identity; social media; TikTok.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....8

2 REDES SOCIAIS DIGITAIS.....13

3 O FENÔMENO *TIKTOK*.....18

3.1 O funcionamento da rede digital *TikTok*.....20

3.2 Mais que dancinhas e dublagens: as repercussões do *TikTok* no seu utilizador.....23

4 IDENTIDADE X ADOLESCÊNCIA.....26

5 METODOLOGIA, PERCURSOS E CAMINHOS.....32

6 IDENTIDADES E TRANSFORMAÇÕES.....38

6.1 Perfil dos adolescentes participantes.....38

6.2 O que os adolescentes falam sobre a influência do *TikTok*?.....45

6.2.1 Representação.....46

6.2.2 Identidade.....48

6.2.3 Consumo.....52

6.2.4 Regulação.....54

6.2.5 Produção.....55

7 LIMITAÇÕES E POTENCIALIDADES: últimas palavras sobre este estudo.....58

REFERÊNCIAS.....65

GLOSSÁRIO.....74

APÊNDICE A – Estudo Piloto.....76

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....82

APÊNDICE C – Termo de Assentimento Livre e Esclarecido.....84

APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Responsável) 86

APÊNDICE E – **Questionário Sociocultural**.....88

APÊNDICE F – **Roteiro de Entrevista**.....92

ANEXO A – **Parecer Consubstanciado do CEP**.....93

1 INTRODUÇÃO

O século XXI está marcado pelo uso de tecnologias que perpassam as nossas tarefas diárias e, também, pelo ciberespaço que faz parte da nossa rotina (Turkle, 1995). Compramos, estudamos, trabalhamos e socializamos através da internet, e, assim, observamos cada vez mais as atividades humanas não se limitarem ao mundo físico. Neste contexto, não há mais uma diferenciação entre o espaço "virtual" e o "real", o que proporciona implicações e mudanças na forma como os sujeitos se relacionam com os outros e consigo.

Dentre essas tecnologias presentes, podemos ressaltar as redes sociais digitais que ganharam destaque a partir dos anos 2000 e, desde então, recebem adeptos a cada dia. Segundo dados da Statista (2024a) – plataforma alemã de dados e inteligência de negócios –, até outubro de 2024, havia aproximadamente 5,22 bilhões de pessoas conectadas as redes sociais digitais ao redor do mundo. E, somente no Brasil, existiam cerca de mais de 170 milhões de pessoas utilizando-as (Statista, 2024b).

Esses dados apresentados não nos deixam dúvidas, a sociedade encontra-se cada vez mais conectada ao digital, permanecendo por bom tempo. As redes conectam sujeitos plurais com distintas origens, percepções de vida e faixas etárias, em um público que envolve jovens, crianças, idosos e adultos. Nessa perspectiva, ressaltamos, o já posto pelas autoras Fialho e Souza (2019), que a inserção de novos meios de tecnologias, inclusive da internet, influencia a forma de vida dos utilizadores, incluindo os adolescentes.

A partir do proposto pelo Estatuto da Criança e Adolescente – ECA – (Brasil, 1990), entendemos a adolescência compreendida entre 12 e 18 anos. Assim, o presente estudo foca suas investigações neste público, por reconhecer que esta é uma fase do desenvolvimento humano marcada por diversas mudanças inerentes a constituição do sujeito, podendo ser influenciada, inclusive, pelos sentidos produzidos pelas redes digitais.

É possível, dentro desse contexto, observar que esta fase é marcada por diversos processos, inclusive, pela busca por uma constituição da identidade. O psicanalista Erik Erikson, estudioso da Psicologia do Desenvolvimento e abordado durante esta dissertação, dedicou uma parte dos seus estudos a adolescência e, especificadamente, ao processo de formação da identidade neste momento, o que justifica nossa escolha em o utilizarmos.

Erikson (1987) afirma que o adolescente procura por sentido de continuidade e uniformidade, enfrentando crises de anos anteriores. O psicanalista ressalta que durante esse período, o adolescente pode recorrer a ídolos e ideias como "guardiães de uma identidade final". E, atualmente, observamos as redes digitais apresentarem um leque de sujeitos intitulados "*influencers*" que possuem o objetivo de mostrar sua rotina e produzir sentidos, ou seja, influenciar a realização de atividades, ideias, opiniões, gostos e, principalmente, ser inspiração para mudanças de comportamentos quando nos referimos à adolescentes.

Em pesquisa exploratória preliminar para essa investigação, identificamos uma presença significativa de adolescentes que consomem o *TikTok*. Notamos, portanto, que essa rede social digital possui um espaço no cotidiano e nos afazeres de seus utilizadores. Verificamos ainda que esses sujeitos repetem comportamentos comuns e partilhados nesta plataforma (como uso de expressões, roupas, prática de exercícios, entre outros), além de a utilizar como fonte de pesquisa e informações e desprender diversas horas do seu dia ao "rolar" de forma incessante a página principal que contém os vídeos curtos O que nos leva aos dados encontrados durante esse estudo que indicam não existir uma diferença entre o que é vivido na realidade e no "*on-line*".

Identificamos, então, que há uma expressividade do uso da internet e das redes digitais por adolescentes. Segundo dados do Comitê da Internet no Brasil (CGI.Br, 2024), em 2024, cerca de 93% da população brasileira com uma faixa etária entre 9 e 17 anos utiliza a internet. Além disso, em pesquisa realizada em 2023, 88% dos utilizadores dessa idade possuíam perfil em algum tipo de rede social digital (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR., 2023).

Essas redes e aplicativos que são desenvolvidos a cada dia para atrair esse público, permitem novas formas de interações e dinâmicas sociais (Pechansky, 2017). Em 2017, foi lançado internacionalmente a rede social digital chinesa *TikTok*. Considerado o terceiro aplicativo mais baixado até março de 2024 (Statista, 2024c), o *TikTok* vem ganhando cada vez mais adeptos. Segundo dados da própria empresa, em 2021, a plataforma atingiu cerca de 1 bilhão de utilizadores ativos (TikTok, 2021). Se o aplicativo seguir nesse mesmo ritmo, ele chegará à marca de 2 bilhões antes mesmo de plataformas como *Facebook* e *Youtube* (Stokel-Walker, 2022), redes digitais já consolidadas e as mais usadas, respectivamente, do ano de 2024 (Statista, 2024d).

Vale ressaltar, que o Brasil é o terceiro país que mais usa *TikTok* no mundo, com aproximadamente 99 milhões de utilizadores (Statista, 2024e). Sendo o tempo médio gasto pelos brasileiros no aplicativo, em 2021, de 20,2 horas por mês (App Annie, 2022).

Observamos, então, que é importante estarmos atentos às influências que tal rede possui no sujeito, pois, como indicado com os dados acima, o *TikTok* faz-se presente na vida cotidiana. Já é possível observar uma literatura internacional que aponta para efeitos e impactos causados por essa rede digital (Lin, 2023; Seekis; Kennedy, 2023; Gao, 2023; Hao; Xuan; Chien, 2022; Zhao, 2021). Os artigos indicam mudanças na socialização, hábitos, consumo, conhecimento e criatividade dos sujeitos em decorrência do uso dessa plataforma.

Cabe observar que a popularidade da rede *TikTok*, junto com as tendências criadas e disseminadas pelos utilizadores, contribuem para a popularização de músicas, danças, hábitos, roupas e até informações, que colaboram na formação de opiniões de quem consome os conteúdos. Como já indicado, essa plataforma é utilizada em sua maior parte por adolescentes e jovens e caracteriza-se por possuir um sistema de recomendação baseado nas preferências do sujeito, compartilhamento de vídeo curtos (duração máxima de 10 minutos), expondo os utilizadores a uma quantidade significativa de conteúdos que os influenciam. Diante dessa dinâmica, é possível observar adolescentes ansiosos, às vezes seguindo tendências de forma efêmera, com questões comportamentais e psicológicas que afetam suas relações sociais (escola, família, grupo espiritual o qual pertence...).

Portanto, entendemos que o *TikTok* influencia a vida dos sujeitos e, segundo o pesquisador Zheng Lin (2023), no artigo "análise do impacto psicológico do *TikTok* nos adolescentes da contemporaneidade", essa rede social digital, pode gerar impactos positivos e negativos no utilizador. O autor discorre que o *TikTok* pode funcionar como uma ferramenta de alívio do estresse gerado pelo ritmo de estudos, podendo ter a função de entretenimento para esses sujeitos. Além de poder ser um ambiente de inspiração e criatividade, e, também, socialização entre grupos.

No entanto, o *TikTok* também pode causar prejuízos psicológicos ao adolescente, como vício nesta rede digital; exposição a discurso de ódio; imitar comportamentos, através das chamadas "*trends*" sem se importar com as possíveis consequências e *cyberbullying*. Ademais, também já observamos que o uso inadequado e excessivo do *TikTok* está possivelmente ligado a perda de memória, depressão, ansiedade e estresse (Sha; Dong, 2021), além de consequências na diminuição no pensamento analítico do seu utilizador (Jiang; Ma, 2024). Em consonância com todas essas possibilidades de uso, vários questionamentos podem ser postos, mas centramos aqui em um questionamento norteador desta pesquisa que se desenha na seguinte pergunta: como o uso frequente do *TikTok* pelos adolescentes influencia na constituição da identidade deles?

Tomamos como base para respondê-la o conceito de identidade de autores como Hall (2020), Ciampa (1989) e Bauman (2005). Para estes autores identidade deve ser compreendida como plural, fluida, composta a partir das relações culturais e históricas que o indivíduo está inserido.

Neste contexto, partimos da hipótese que a rede digital *TikTok* desperta tendências que influenciam os adolescentes e, assim, objetivamos elaborar uma análise sobre as repercussões nas identidades causada pelo uso do *TikTok* nos adolescentes na ilha de São Luís do Maranhão. Para isto, também buscamos: a) descrever o funcionamento do *TikTok*; b) caracterizar o uso da rede pelos adolescentes; e c) compreender a percepção do adolescente com o uso da rede digital.

Ademais, cabe salientar que o nosso interesse em investigar a rede social digital *TikTok*, nasce em meio a pandemia da COVID-19, ao observar o aumento da frequência no uso das redes digitais devido ao confinamento. Além da incorporação no cotidiano de uma nova rede (*TikTok)* que começou a ditar desafios, ensinar receitas, indicar filmes e livros e entreter quem estava em casa em virtude do distanciamento social. Diante desse cenário, observando tal influência, relacionamos com leituras, aulas e palestras que participamos a qual se abordavam sobre a forma como as relações passaram a ser configuradas pelas redes sociais digitais. E, ante o exposto, questionamo-nos como essas repercussões poderiam ocorrer na adolescência, visto que é uma fase do sujeito marcada por seguir e, por vezes, copiar várias influências.

Além disso, essa pluralidade de sentidos tem sido, naturalmente, cada vez mais estudada por várias áreas do conhecimento. A Comunicação Social tem-se preocupado com temas como engajamento, democratização de acesso, construção social da tecnologia, liberdade e diferenças. No campo do Direito, os principais estudos estão ligados a proteção de dados, segurança, liberdade de expressão e governança cibernética. Na Sociologia, estudos prioritários estão envolvidos com sociabilidades diante dos modos de vida com as redes sociais digitais, produção massiva de dados e implicações nos usos de *softwares*. Na área das Letras, temas como escrita formal, letramento social e digital, análise de linguagem e adaptação pedagógicas têm sido pesquisados. E, na Psicologia, esses estudos têm sido relacionados a sociabilidades, violências, produção de sentido, disseminações de comunidades, vícios comportamentais, desenvolvimento de psicopatologias e várias outras perspectivas que são postas socialmente a partir da incorporação das redes digitais na vida cotidiana. Ora, é através dessas plataformas que nos comunicamos de forma rápida, realizamos compras, fazemos amigos, buscamos mais

conhecimentos, estudamos e, até mesmo, criamos inimigos, possuindo, portanto, um espaço significativo na nossa vida.

Como explicamos, o tema proposto não se encerra ao campo da Psicologia, mas é fronteiriço e necessário, pois estamos diante de um fenômeno social que suscita várias possibilidades de investigações. A partir dos dados indicados acima, observamos que o *TikTok,* demarca uma urgência em pesquisa no Brasil, em especial na ilha de São Luís do Maranhão (composta pelas cidades de São Luís, Raposa, São José de Ribamar e Paço do Lumiar), com aproximadamente 211.471 adolescentes de acordo com o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022) – IBGE.

Diante do exposto, reafirmamos ainda a importância da referida pesquisa para o programa de Pós-Graduação em Psicologia – tanto para a Linha de Pesquisa História, Epistemologia e Fenômenos Psicológicos, quanto as Linhas de Avaliação e Clínica Psicológica, e Trabalho, Saúde e Subjetividade, pois entendemos que as redes sociais digitais (especificamente, o *TikTok*) trazem mudanças, influências, benefícios, sofrimentos e efeitos psicossociais aos seus utilizadores.

Para atingirmos nossos objetivos e melhor compressão do leitor, organizamos a dissertação da seguinte forma: iniciamos a primeira seção discorrendo sobre as redes sociais digitais e as mudanças nas relações em decorrência delas. Logo em seguida, apresentamos uma seção sobre a rede *TikTok* e suas caraterísticas. Em um terceiro momento, discutimos o conceito de identidade e como ela ocorre durante a fase da adolescência. No que concerne a metodologia, apresentamos uma pesquisa de abordagem qualitativa que é construída através de uma amostra não probabilística. Utilizamos, para coletar os dados, a técnica do *snowball* que utiliza cadeias de referência para compor a amostra de participantes (Vinuto, 2014). A interpretação de dados é feita a partir do "circuito da cultura" proposto por Paul Du Gay *et al*. (1997), a qual entende que um artefato cultural está associado a conjunto de práticas sociais e grupos de pessoas com um certo perfil e identidade, possuindo uma cultura própria, influenciando e sendo influenciado pelos seus utilizadores. Os resultados demonstram uma influência da rede nos usos, percepções e maneira de ser dos adolescentes. Finalizamos apontado para as limitações que encontramos durante o desenvolvimento deste estudo e apontado para possíveis potencialidades que podem derivar dele.

2 REDES SOCIAIS DIGITAIS

Ao analisamos nossas convivências, conseguimos inferir que a internet trouxe mudanças na constituição do sujeito e da sociedade, alterando as percepções e entendimento que tínhamos antes sobre a realidade. Diante deste cenário, essa plataforma proporciona aos seus utilizadores se conectarem a nível mundial e, consequentemente, potencializa o processo de globalização e facilita os intercâmbios culturais.

Como bem exposto pela socióloga Sherry Turkle (1997), o ciberespaço faz parte da nossa rotina. Não há mais uma diferença clara entre o que pertence ao virtual e ao real. Ambos são extensões mútuas e os vivemos como uma unidade. Todavia, é importante pontuar que a internet não teve o mesmo modelo sempre, ocorrendo modificações ao longo do tempo. No início, a internet – *web 1.0* – caracterizou-se como um espaço destinado a *links*, uma "biblioteca" de textos, segundo o autor Pierre Lévy (1999). O sujeito não possuía uma posição ativa. Foi somente a partir da *web 2.0* que ela passa a ser um local de produção de conteúdos, isto é, um espaço no qual o utilizador passou a interagir e produzir conteúdo, modificando, assim, a interação sujeito-*world wide web (www)*.

Neste sentido, é bom lembrar sobre os dispositivos móveis, que proporcionaram uma maior popularização da internet, uma vez que se tornaram mais acessíveis economicamente, visto que na sua gênese – a internet – estava vinculada a grandes empresas ou sujeitos de classes econômicas altas. Neste contexto, observamos que os dispositivos móveis possibilitaram o sujeito poder acessá-la em qualquer local do mundo como apontado por Miskolci e Balieiro (2018), no seu texto sobre Sociologia Digital.

Os autores ainda destacam que, com o passar do tempo, o tamanho da tela na qual os sujeitos são expostos foi diminuindo e, consequentemente, o tempo de exposição aumentou, uma vez que o uso se tornou individualizado e "onipresente". Observamos que as pessoas estão sempre com os dispositivos à disposição, prontos para usá-los e se mantarem conectados ao digital.

Ora, não nos restam dúvidas, como bem pontuado por Santos (2022, p. 873), "[...] para boa parte da população, mais da metade do tempo desperto do indivíduo é filtrado por uma tela iluminada. E a maior parte do tempo no aparelho é gasta com as plataformas de redes sociais digitais".

E é, justamente, nesse cenário proposto pela *web 2.0,* que as redes sociais digitais surgem e ganham espaço entre a "população *on-line*". Os utilizadores das redes podem

colaborar e interagir entre si e isso muda o cenário social, pois novas possibilidades manifestam-se e junto com elas emergem novos fenômenos psicossociais.

Entretanto, é interessante registrar que as redes sociais existiam antes mesmo da era digital. Os autores Recuero, Bastos e Zago (2020) discorrem que "redes sociais" se referem a agrupamento sociais, relações sociais que estruturam uma sociedade. Logo, elas não dependem do ciberespaço para ocorrerem.

Ao pesquisar a etimologia da palavra "rede", observamos que ela é originária do termo em latim *rete* e indica um entrelaçado de fios que formam um tecido. No entanto, notamos que com o passar do tempo, esta expressão foi empregada em diferentes sentidos e campos do conhecimento. Mas, foi durante o início do século XX, que se pensou em utilizar o termo "rede social" para indicar as relações sociais que condicionam as ações dos sujeitos, associando o comportamento individual a estrutura a qual pertence (Ferreira, 2011). Assim, o que observamos é que com o advento da internet e das tecnologias, somos, então, apresentados a um fenômeno que produz repercussões nas relações e na forma em como elas são organizadas.

Aliás, como exposto por Recuero, Bastos e Zago (2020), as "redes sociais" na internet configuram como traduções das redes sociais que ocorrem nos espaços *off-line*. De outra forma, cabe observar também o conceito proposto por De Santana *et al*. (2009, p. 340) que as classificam como *redes sociais on-line* e as descreve como:

> [...] um sistema eletrônico de comunicação de alcance global que possibilita a integração de todos os meios de comunicação e que possui interatividade potencial [e] suscitam a participação dos envolvidos para compartilhar informações, fatos e experiências relacionadas ao evento.

Neste contexto, ao realizarmos uma recapitulação das redes digitais, podemos inferir que elas sempre objetivaram facilitar, ao utilizador, a suas interações do cotidiano. A primeira rede digital, chamada *SixDegrees*, segundo os autores Correia e Moreira (2015), surgiu no ano de 1997 e possibilitava ao seu utilizador criar um perfil e listas de amigos, navegar por essas listas, relacionar-se e enviar mensagens.

Depois dela, diversas redes foram surgindo com interfaces e objetivos diferentes, mas algo em comum persistia: a conexão entre seus utilizadores. Assim, citamos outras redes notórias como: o *Orkut* – extinto no ano de 2014, permitia a criação de comunidades virtuais para encontro e discussões de temas afins; o *Facebook* – inaugurado em 2004, possui a finalidade de conectar pessoas com afinidades semelhantes; o *Instagram* – lançado em 2010, possibilita, ao sujeito, compartilhar suas experiências com amigos e familiares; e, por fim, o *TikTok* – objeto de pesquisa do nosso estudo, lançado, no ocidente,

em 2017, de origem chinesa que objetiva ser o principal veículo de vídeos móveis curtos, além de incentivar a criatividade do seu utilizador.

É interessante registar que o uso das redes digitais modificou o consumo que o sujeito possuía com a mídia, criando, portanto, novos hábitos. As redes, segundo Zenha (2018), possibilitaram aos grupos sociais um aumento das interações e conectividade através da forma a qual se organizaram. Assim, como bem aponta a autora, o diferencial das redes digitais reside na facilidade que seu utilizador possui para "[...] construir as mensagens; a facilidade na veiculação, o acesso rápido e em pontos distanciados que proporcionam as trocas de saberes disponibilizados pelos pontos na rede social; o gerenciamento de perfis para aceitar e propagar esses saberes" (Zenha, 2018, p. 39).

Como vimos, caracterizadas pelo uso cada vez mais individualizado e personalizado, as redes modificaram a forma como seu utilizador se relaciona com elas. Tapscott (2010) aponta que a *Geração da Internet* se qualifica por sujeitos que se encontram em um movimento de questionar, sintetizar e criar algo novo com aquilo que entra em contato, sendo, portanto, necessário uma mente flexível, adaptável e hábil para lidar com essas mídias – diferente do espectador passivo presente anteriormente. Assim, verificamos uma era que os sujeitos podem ser consumidores e produtores dos conteúdos presentes nas mídias (Torres, 2009), nomeados como *prosumers*, ou seja, sujeitos que se classificam como uma fusão entre consumidores e produtores (Costa *et al*., 2013).

Portanto, conseguimos verificar que as redes digitais proporcionaram alterações no consumo da mídia e possuem como funções comunicar, informar, conectar e entreter o seu utilizador. Recuero (2020), observa que a partir do advento da Comunicação Mediada pelo Computador, verificam-se mudanças na identidade, conversação, formas de organização e mobilização social. Em resumo, a autora constatou que mais do que permitir a comunicação entre as pessoas, ampliou-se a capacidade de conexão entre elas.

Neste contexto, observamos que as relações dos sujeitos foram modificadas pelas redes digitais, trazendo consequências para vida íntima e pública daqueles que a utilizam, consequências essas que se estendem desde relações amorosas e familiares, até políticas e econômicas (Miskolci; Balieiro, 2018). Notamos, portanto, como apontado por Turkle (2011), a intimidade ser moldada por essas tecnologias.

De fato, as relações antes hegemonicamente dadas face a face, abrem espaço para serem mediadas por uma tela de celular e/ou computador. Esse formato de relacionamento trouxe modificações na forma como ele ocorre, refletindo no surgimento de tecnologias e redes sociais digitais que o acompanhem.

Ao considerar a multiplicidade de ferramentas e tecnologias existentes, entramos em contato, portanto, com a possibilidade de o sujeito interagir com outros, mesmo após desconectar-se do ciberespaço (Recuero, 2020). Nos deparamos, assim, como descreve Recuero, com o surgimento de interações síncronas e assíncronas, ou seja, aquelas que ocorrem em tempo real e aquelas a qual a expectativa da resposta não é imediata.

Logo, verificamos que a noção de tempo na comunicação sofreu alterações. Como afirma Recuero (2020, p. 32), "essa diferença remonta à diferença de construção temporal causada pela mediação, atuando na expectativa de resposta de uma mensagem". Se antes o sujeito levava dias ou até meses para entrar em contato com alguém, atualmente acontece em questão de segundos.

Notamos também que as distâncias foram encurtadas. Não precisamos estar em um mesmo território para as conversas ocorrerem em tempo real. Tudo pode acontecer ao alcance de um toque do *smartphone*. Conhecer o outro não requer mais o físico, tudo pode ocorrer no virtual. E as redes sociais digitais se encontram como mediadoras desse processo, facilitando esses contatos.

É certo que a centralidade das redes se torna cada vez mais presente na sociedade. Isto é, cada vez mais o sujeito utiliza as redes digitais para atividades cotidianas. A comunicação, trabalho, estudos, acesso à informação e lazer são mediados por redes constantemente. Essa gradativa centralidade provoca repercussões na forma do sujeito se organizar, inclusive, como apontado por Andrade (2023), noções como relações sociais, noção de comunidade, modalidades de mobilização e organização de movimentos coletivos vem sendo modificados.

Mas quais são as consequências da centralidade das redes digitais? O que o seu uso excessivo pode resultar no sujeito utilizador delas?

Uma pesquisa realizada por Lopes *et al*. (2021) analisa as consequências do uso excessivo das redes digitais nas diversas fases do desenvolvimento humano. Eles apontam que essa forma de interação pode causar "[...] danos cognitivos, dificuldades de socialização, problemas de aprendizagem, níveis de atenção prejudicada desde a infância até o idoso" (Lopes *et al*., 2021, p. 173). Além disso, perceberam também que em todas as fases, há um detrimento das relações "reais" em virtude de uma preferência as "virtuais", causando prejuízos nas relações sociais do sujeito.

Existem, também, danos na saúde mental do utilizador destas redes. Estudos apontam que o uso inadequado pode provocar quadros de ansiedade, depressão, transtornos de imagem corporal, abuso de substâncias lícitas e ilícitas, hiperatividade,

além de repercussões em aspectos físicos do sujeito, como hábitos alimentares, ciclo de sono/vigília, postura e perda ou ganho de peso (Sales; Da Costa; Gai, 2021; Patrão, 2019).

Outro aspecto interessante a ressaltar é que as redes também proporcionam alterações no coletivo, em aspectos políticos, econômicos e culturais. O fenômeno da "pós-verdade" é um desses exemplos. Impulsionado pelas redes digitais, esse fenômeno é definido por Santaella (2019, p. 7) como "circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal".

Assim, esse sistema da "pós-verdade" consiste na prevalência do emocional e das opiniões pessoais em detrimento do fato objetivo. Araújo (2020), em uma revisão de literatura sobre o tema, aponta que um dos fatores que conduziram a pós-verdade foi o fenômeno da desintermediação, ou seja, os sujeitos começaram acompanhar e a se informar por meio das redes digitais no lugar das mídias de comunicação em massa. Além disso, o uso dessas redes encontra-se em um momento de auge, o que torna esse ambiente um local privilegiado de disseminação de notícias. No entanto, nos deparamos com uma falta de regulamentação desse processo e do chamado "efeito bolha" – movimento no qual as notícias que o utilizador da rede entra em contato são selecionadas pelo algoritmo, recomendando aquilo que corresponde aos seus valores e opiniões.

O autor identifica, também, as consequências desse fenômeno da "pós-verdade". Ele aponta para o enfraquecimento da democracia, ascensão de líderes demagogos e autoritários. Aliás, é possível observar a facilitação ao disseminar *Fake News* que podem resultar em efeitos negativos tanto a sociedade, quanto ao sujeito, uma vez que pode se submeter a atividades prejudiciais a sua integridade física e mental.

É bem verdade que desde o surgimento das redes, a cada ano que passa, novas vão sendo desenvolvidas, com interesses e objetivos diferentes das que já existem. Isso traz repercussões e alterações no sujeito e na sociedade, pois cada rede digital com suas particularidades traz hábitos e comportamentos para serem reproduzidos, construindo, desta forma, a necessidade de analisá-las através de pesquisas acadêmicas. No caso desta dissertação, como já apontado, analisamos a rede digital *TikTok,* abordada na seção seguinte.

3 O FENÔMENO *TIKTOK*

É certo que, como já exposto, no século XXI, a sociedade encontra-se altamente conectada com tantas informações e conteúdo. E, diante desse cenário, surgem, a cada dia, novas redes sociais digitais que facilitam esse panorama. Dentre elas, em 2017, foi lançado, para o público ocidental, uma rede social digital chinesa conhecida como *TikTok*. Caracterizada por ser uma plataforma de vídeos curtos (com duração máxima de até 10 minutos), ao acessarmos o site da companhia, identificamos que o *TikTok* objetiva ser o principal destino para esse formato de mídia visual e que a sua missão "[...] é inspirar a criatividade e trazer alegria" (TikTok, s.d.).

Stokel-Walker (2022), em seu livro "TikTok Boom: um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais", descreve a história de origem desse aplicativo. O autor relata que o *TikTok*, criado pela *ByteDance*, antes de ser distribuído internacionalmente, surgiu, primeiramente, no mercado chinês como *Douyin*. A ideia de desenvolver esta rede aconteceu quando Yiming Zhang (fundador da *ByteDance*), ao observar a circulação de redes digitais de vídeos curtos – como o *Vine* –, propôs-se a desenvolver uma que possibilitasse a criação destes vídeos com maior facilidade, associando a um importante fator: o sistema de recomendações que já era utilizado em seu mais notório aplicativo, o *Toutiao* (plataforma de notícias). Surge, então em 2016, o *Douyin* e, logo mais tarde, em 2017, o *TikTok*, a sua versão ocidental.

Ainda no ano de 2017 – segundo exposto pelo autor – a *ByteDance* compra uma rede digital, também de uma empresa chinesa, chamada *Musical.ly*, a qual se funde. Este aplicativo – assim como o *TikTok* – tinha como principal característica a produção de vídeos, principalmente por um público adolescente. Como apontado por Alex Zhu (seu fundador), em entrevista a Stokel-Walker para o livro "TikTok Boom", a ideia principal do aplicativo era possibilitar a autoexpressão e comunicação social através de vídeos e seria natural a fusão entre as redes (*Musical.ly* e *Douyin*), pois ambas visavam criar uma comunidade a qual seus utilizadores fossem capazes de produzir conteúdo.

Diferente das outras redes digitais popularizadas – *X* (antigo *Twitter*), *Youtube*, *Instagram*, *Facebook* – originárias no Vale do Silício nos Estados Unidos (EUA), o *TikTok*, como já exposto, surgiu na China. Isso implica em discussões políticas e econômicas e uma constante desconfiança dos políticos ocidentais sobre sua política de dados (Stokel-Walker, 2022).

Em 2024, o presidente dos EUA, Joe Biden, sancionou um projeto de lei que visava a proibição do *TikTok* na América, caso a empresa chinesa *ByteDance* (empresa

responsável pelo *TikTok*), não vendesse a referida rede digital para uma empresa que não tivesse origem chinesa. A reportagem da BBC (2024) relata que os legisladores norte-americanos temiam que o governo chinês forçasse a *ByteDance* a entregar dados dos utilizadores estadunidenses. Todavia, podemos notar que os EUA não são o primeiro país a tentar proibir o aplicativo. A BBC (2024) indica que países como a Índia, Irã, Nepal, Afeganistão e Somália bloquearam o uso pela população, além do governo e parlamento do Reino Unido proibirem seus funcionários de utilizarem o *TikTok* nos aparelhos de trabalho.

Mesmo diante de tais polêmicas, vemos o aplicativo ganhando bastante evidência entre os utilizadores da internet. Em 2021, chegou na marca de 1 bilhão de perfis ativos (TikTok, 2021). Nos anos de 2021 e 2022, foi o aplicativo móvel mais baixado no mundo, atingindo, somente em 2022, a marca de 672 milhões de *downloads* (Statista, 2023).

Ao analisar os dados sobre o *TikTok* no site Statista (2024f), observamos que o ritmo de crescimento desta plataforma chama atenção quando comparada a outras. Tendo o seu "boom" na pandemia, o *TikTok* somente no ano de 2020 ganhou cerca de aproximadamente 313,5 milhões de *downloads* no primeiro trimestre. Essa quantidade de *downloads* é atribuída ao distanciamento social requerido pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em decorrência da pandemia da COVID-19, uma vez que as pessoas passaram bastante tempo reclusas em suas casas e encontraram, nessa e em outras redes, um refúgio de entretenimento.

Já no ano de 2023, a rede contava com aproximadamente 1,9 bilhão de utilizadores (Statista, 2024f). Além disso, o site da Statista ainda aponta que a plataforma deve chegar em, aproximadamente, 2,35 bilhões de utilizadores em 2029. Quando comparada com outras redes, o seu crescimento fica mais evidente, por exemplo, o Facebook levou cerca de 8 anos para atingir a marca de 1 bilhão e o *TikTok* atingiu tal feito em 4 anos (Facebook alcança 1 bilhão de usuários ativos mensais, 2012).

Tamanha popularidade não ocorre somente com a versão ocidental do aplicativo. O *Douyin*, sua versão gêmea chinesa, apresentou 755 milhões de utilizadores ativos mensais em fevereiro de 2024 (Statista, 2024g). Neste contexto, observamos que ambas as redes possuem uma grande quantidade de adeptos.

Evidentemente que o *TikTok* apresenta tantas semelhanças, quantos diferenças com sua irmã *Douyin*. As diferenças estão ligadas ao contexto cultural que os aplicativos se inserem. Questões relacionadas ao mercado e política de diretrizes constituem-se de forma divergente em ambos os territórios (Kaye; Chen; Zeng, 2021).

Quando analisado a forma mais utilizada pelos chineses e ocidentais percebe-se que os conteúdos de *livestream* (transmissão ao vivo via internet) são mais presentes no aplicativo *Douyin* (Stokel-Walker, 2022). Isso ocorre devido a cultura da internet na China. Inclusive, observa-se que a monetização presente neste aplicativo – que ocorre em maior parte por *livestream* e câmbio de moeda virtual – é mais bem sucedido na China do que nos países ocidentais (Kaye; Chen; Zeng, 2021).

De fato, as diferenças observadas – como já apresentado – estão relacionadas a questões culturais de cada país. Kaye, Chen e Zeng (2021) apontam que os "efeitos" presentes no *TikTok* e no *Douyin* são diferentes em decorrência da estética, cultura popular e memes que circulam na população de cada país, como, por exemplo, o filtro de câmera. Os autores observaram que, no *Douyin*, os tons de pele ficam mais claros que no *TikTok* e vincula-se isso a norma cultural chinesa conhecida como *Meibai* (clareamento embelezador). Isso está relacionado com o pensamento chinês em sua obsessão de ocidentalizar a aparência, sendo possível observar, inclusive, alguns chineses recorrem a cirurgias para alcançar esse ideal de beleza (Stokel-Walker, 2022).

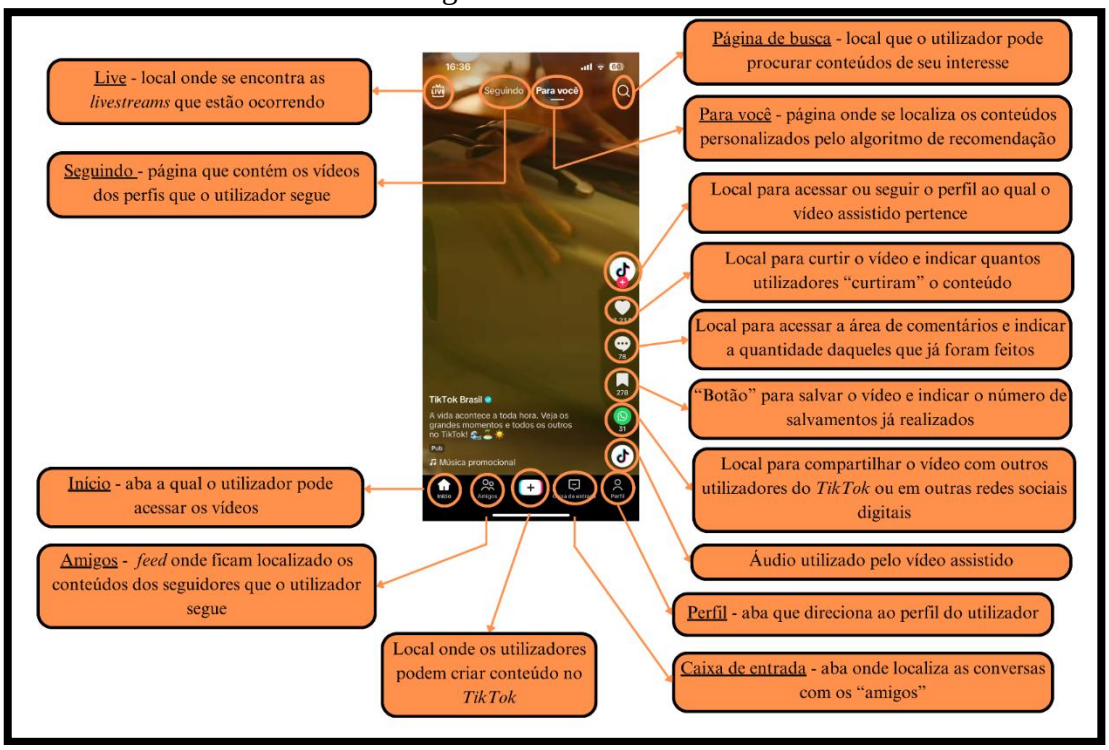
Por outro lado, as maiores semelhanças do *TikTok* e do *Douyin* residem na interface e estrutura. Ambos se configuram como redes sociais digitais de vídeos-curtos que objetivam ofertar conteúdo personalizados de acordo com as necessidades do utilizador. A infraestrutura é quase idêntica nos dois aplicativos e visam facilitar a produção de vídeos e o seu uso (Kaye, Chen e Zeng, 2021).

Diante das ofertas que a rede proporciona, para pesquisa, nosso interesse e objeto de estudo central é a rede *TikTok*, visto que esta é a versão disponibilizada para os países ocidentais. O *download* é grátis nas lojas de aplicativos de dispositivos móveis, além de possuir também uma versão na *web*.

3.1 O funcionamento da rede digital *TikTok*

Para aprofundar os conhecimentos sobre o aplicativo *TikTok*, apresentamos uma descrição do seu funcionamento e *layout*. Assim, ao entrar no aplicativo, o utilizador depara-se com a tela de início (Figura 1). Indicada pelo símbolo de uma casa no canto inferior esquerdo do menu da tela, o início contém: "para você", "seguindo", "*live*" e a "página de busca". Ligados ao consumo de conteúdo, o sujeito pode acessar de forma automática os vídeos-curtos nesta seção. No entanto, há pequenas diferenças entre elas.

Figura 1 - Tela de início



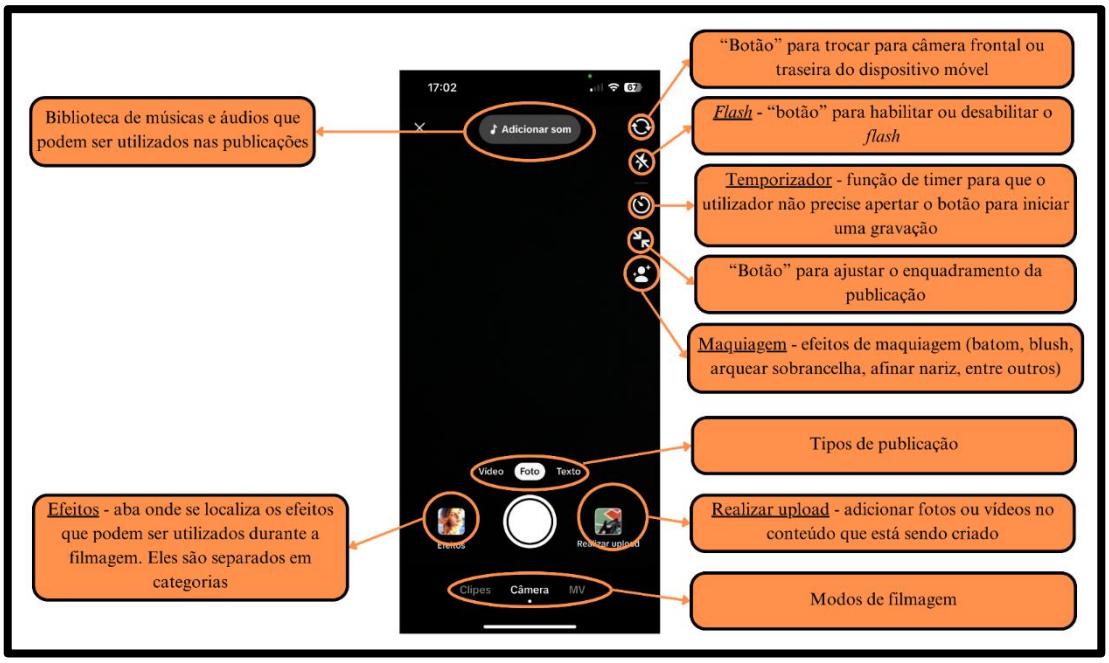
Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

A interface principal é o "para você" que é aberta assim que o utilizador entra no aplicativo. Essa parte contém o conteúdo personalizado pelo algoritmo de recomendação. Os vídeos são reproduzidos automaticamente e o utilizador pode percorrê-los deslizando-os para cima ou para baixo.

O algoritmo de recomendação presente é uma das grandes inovações dessa rede. Um sistema caracterizado em indicar, aos seus utilizadores, vídeos baseados em sua personalidade, "rótulos de conteúdo" e características do ambiente em que se encontra, buscando atender as necessidades sem que o sujeito precise pesquisar ativamente (Zhao, 2021). Essa característica do algoritmo objetiva manter a intenção de continuidade do sujeito em um uso passivo diante do conteúdo apresentado a qual contribui para as pessoas passarem mais tempo usando o *TikTok* (Zhao, 2021).

Já o "seguindo" contém vídeos dos perfis que o utilizador segue. A parte "*live*" é, onde podemos encontrar as "*livestreams*" que estão sendo realizadas naquele momento dentro do aplicativo. Além disso, a "página de busca" tem como função pesquisar os vídeos, efeitos, *hashtags*, perfis e assuntos do momento. Na figura 1, ainda podemos visualizar o "botão" designado para a criação de conteúdo no *TikTok* centralizado na parte inferior da tela e indicado pelo símbolo de mais. Ao acessá-lo, o utilizador depara-se com o *layout* da figura 2.

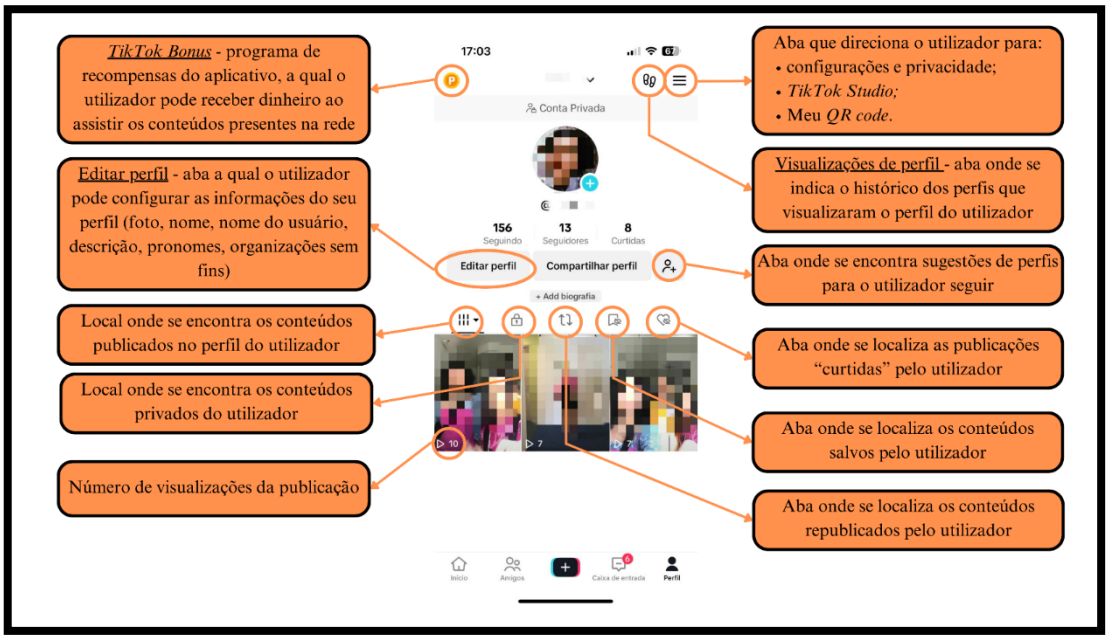
Figura 2 - Modo de criação



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

O utilizador tem a disposição diversas ferramentas para produção dos vídeos-curtos. Posicionados a direita e na parte inferior e superior da tela, o sujeito dispõe de filtros, efeitos, temporizador, *flash* e áudios para adicionarem a suas filmagens. Além disso, existem três formatos de conteúdo para serem produzidos: foto, texto e, o principal entre eles, vídeo.

Figura 3 - Caixa de entrada

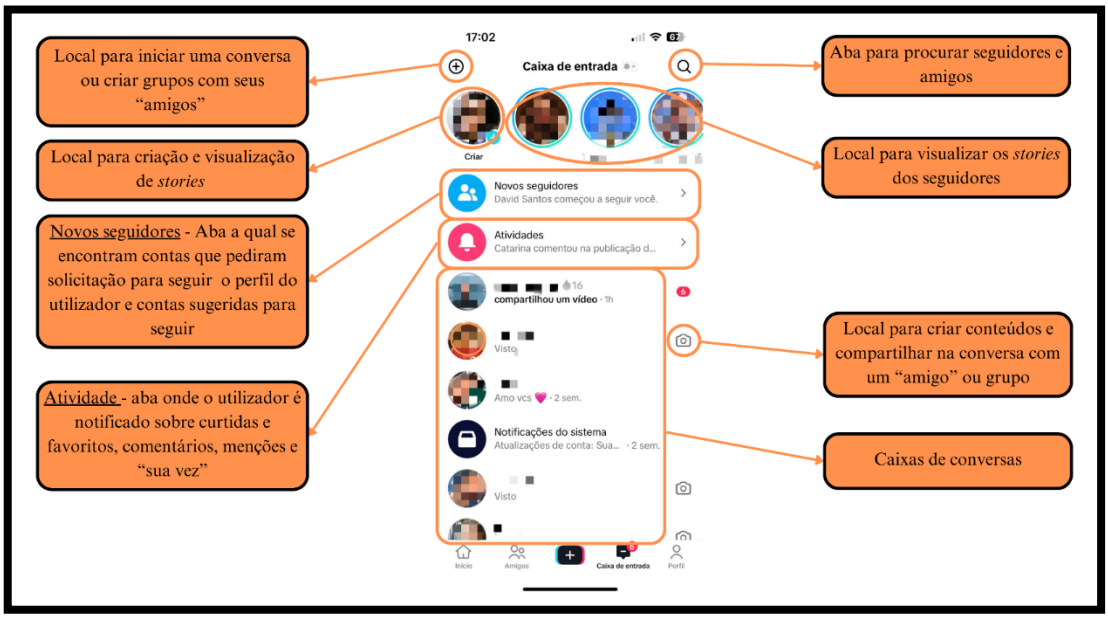


Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Outras interfaces presentes no aplicativo são: a caixa de entrada de mensagens (figura 3) e o perfil do utilizador (figura 4). Na caixa de entrada, representada pelo símbolo de uma caixa de diálogo, o sujeito pode enviar e receber mensagens de amigos,

além de poder compartilhar vídeos presentes em seu “para você”. Ademais, encontramos na parte superior os “*stories*”, vídeos ou fotos que possuem duração de 24 horas.

Figura 4 - Aba do perfil do utilizador



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

No perfil do utilizador, simbolizado por um boneco no canto inferior direito, podemos observar os vídeos já produzidos e abertos ao público geral ou somente aos amigos (indicado pelos seis riscos encontrados na esquerda). Também se verifica os vídeos privados simbolizados por um cadeado. Há, também, os vídeos de terceiros republicados, salvos e curtidos (demostrados respectivamente por duas setas em círculo, uma bandeira e um coração). Nessa página, ainda é possível o utilizador editar e compartilhar seu perfil, adicionar uma biografia, e verificar os números dos “seguindo”, “seguidores” e “curtidas”.

O aplicativo possui uma interface aliada aos algoritmos que facilita a busca por conteúdo, capturando e mantendo a atenção do sujeito na rede. Como já apontado, o tempo médio gasto pelos brasileiros, no ano de 2021, foi de 20,2 horas por mês (App Annie, 2022), uma quantidade significativa no tempo de uso. E esse comportamento traz repercussões no sujeito.

3.2 Mais que dancinhas e dublagens: as repercussões do *TikTok* no seu utilizador

Como mencionarmos o uso excessivo de plataformas, como o *TikTok*, pode trazer repercussões nos aspectos cognitivos, emocionais, sociais e físicos do utilizador. Já é possível observarmos uma literatura, principalmente internacional, que aponta para essas alterações.

Destacamos o estudo realizado por Su *et al*. (2021), que indica, a partir dos dados coletados, que o uso do *TikTok* pode influenciar no processo de aprendizagem e memória, além de tornar o comportamento de uso em hábito ou, até mesmo, em compulsão em pessoas mais vulneráveis. Ainda sobre esta pesquisa, os autores também indicam que o sistema utilizado de recomendação de vídeos personalizados atua em áreas do cérebro – como a área tegmentar ventral – reforçando o comportamento de assistir os vídeos. Isto é, já se observou que o uso excessivo e patológico "[...] está positivamente ligado à perda de memória, e também está positivamente ligado à depressão, ansiedade e estresse" (Sha; Dong, 2021, p. 09).

No entanto, é importante pontuar que o diferencial nesse tipo de plataforma, reside na sugestão do algoritmo deste conteúdo personalizado, pois, durante o estudo mencionado, os pesquisadores observaram que essas influências não ocorrem quando os utilizadores são expostos a vídeos aleatórios, ou seja, conteúdos que não correspondem com os interesses de quem assiste.

Neste sentido, aquilo que é sugerido, aos utilizadores, são conteúdos que correspondem aos seus hobbies, ideais políticos, opiniões pessoais, entre outros conteúdos. Isso resulta em uma reafirmação do "eu" do sujeito que é exposto, a partir deste sistema, a uma comunidade com os mesmos valores e interesses que os seus. Não obstante, nos deparamos com a formação de "bolhas de opinião", locais caracterizados pela troca de pessoas e grupos com opiniões semelhantes e, consequentemente, repulsa aqueles que divergem (Miskolci; Balieiro, 2018).

Reforçando o fenômeno da pós-verdade, discutido na seção anterior. A lógica do algoritmo, presente nesta rede, portanto, reforça opiniões formadas pelos valores pessoais do sujeito em detrimento do fato real. Este cenário pode potencializar disseminação de *Fake News*, discursos de ódio, preconceitos e estigmas, entre outras situações que trazem prejuízos a nível individual e coletivo.

Ademais, podemos também observar nessa rede, o surgimento de diversas tendências, conhecidas como "*trends*". Elas são criadas e disseminadas para além dos limites do aplicativo, sendo muitas vezes replicadas sem nenhuma criticidade. Aqueles que as consumem, inclusive, podem ter suas atividades do cotidiano influenciadas e modificadas em decorrência delas.

Cabe também salientar estudos que apontam sobre a facilitação proporcionada pela rede para a socialização entre jovens, a qual os ajuda a estabelecer seu status social, influencia a vida familiar, os estudos e os relacionamentos entre pares (Gao, 2022). Ademais, o uso do *TikTok* também aumenta o comportamento do sujeito de auto

comparação e afeta na forma como eles pensam e sentem sobre si mesmo (Suchland; Smith-Goodwin; Dick, 2022).

É interessante pontuar que o *TikTok* possui uma estética que objetiva ser relacionável (Kennedy, 2020), ou seja, apresenta um sentimento de acessibilidade e intimidade através dos vídeos postados (King-O'Riain, 2022, p. 12). Podemos, assim, inferir que a popularidade do aplicativo se encontra nesses desdobramentos. Os utilizadores criam identificações com os vídeos e perfis que consomem. Em tal sentido, podemos nos questionar, como isso pode influenciar na construção da identidade do sujeito? Em especial do sujeito adolescente – alvo da pesquisa – que está inserido em um momento de busca por essa identidade.

4 IDENTIDADE X ADOLESCÊNCIA

De acordo com Papalia (2013), o campo do desenvolvimento humano caracteriza-se pelo estudo científico dos processos de transformações e estabilidade que ocorrem durante as fases da vida do ser humano. Os estudiosos dessa área pesquisam sobre diferentes aspectos em todos os períodos do ciclo da vida, sejam eles pertencentes ao desenvolvimento físico, cognitivo ou psicossocial. No entanto, a autora chama atenção para a divisão estabelecida em relação aos períodos deste ciclo e pontua que estamos diante de uma construção social, isto é, uma realidade construída a partir do contexto histórico, social e cultural a qual se encontra.

Diante disso, destacamos que falar sobre adolescência, como afirmado por Papalia (2013), é se deparar com um conceito recente e construído socialmente. A autora aponta que essa fase não existia nas sociedades pré-industriais. Assim, anteriormente, as crianças, no momento em que amadureciam fisicamente ou iniciavam sua vida profissional, eram, então, vistas como adultas. Foi somente a partir do século XX que a adolescência foi definida como um estágio da vida esperado por todos os sujeitos do ocidente.

Neste sentido, a fase da adolescência – definida por Papalia (2013) por uma faixa etária de 11 a aproximadamente 20 anos – é caracterizada como um momento de transição da infância para a vida adulta que engloba alterações em aspectos físicos, cognitivos, emocionais e sociais e sofre influência dos contextos sociais, culturais e econômicos a qual se insere. Mesmo com as diferenças em decorrência dos ambientes que o sujeito nesta fase se encontra (e, também, das conceituações teóricas), observamos que a maior parte das culturas convergem sobre o início da adolescência – inaugurada pela puberdade –, mas diferenciam sobre seu fim (World Health Organization – WHO, 1977).

Corroborando com tal ideia, o psicanalista Erik Erikson (1987) também aponta que a adolescência se constitui como um período entre a infância e a vida adulta. Durante essa fase, o autor discute que o adolescente se depara com escolhas e decisões que se tornam “compromissos para a vida”. Esse período intermediário é marcado por uma combinação entre a imaturidade prolongada e a precocidade provocada, sofrendo influência da sociedade a qual está inserido. Ele ainda discorre que este momento é marcado pelo que chama de moratória psicossocial, isto é, um “atraso” nos compromissos da vida adulta, na qual observamos uma permissividade seletiva e transitória da sociedade e uma experimentação livre de papeis.

E, a partir de uma perspectiva legal e dentro do contexto brasileiro, o Estatuto da Criança e Adolescente, define a adolescência como uma fase que é compreendida entre os 12 anos completos aos 18 anos incompletos (Brasil, 1990). Neste sentido, cabe salientar, que as definições para essa fase da vida variam conforme o propósito que almejam alcançar, levando em consideração questões psicossociais e culturais, além da própria biologia (WHO, 1977). Após apresentar essas definições, percebemos, portanto, que algo em comum a esse período é o fato de ser constituído como uma fase marcada por mudanças.

Cabe observar, também, que essa fase do desenvolvimento humano é associada, socialmente, como um momento de conflitos e crises, flertando por vezes com a "rebeldia", e notamos que a mídia possui um papel na construção e disseminação desse estereótipo na sociedade. Desde sempre, a mídia se propôs a escrever sobre a adolescência. Assim, observamos filmes, músicas e livros que apontam para uma "vivência turbulenta", onde o adolescente questiona não só, todos a sua volta, mas, principalmente, questiona a si próprio. Como, por exemplo, o filme "Juventude Transviada" de 1955 ou o livro "O Apanhador no Campo de Centeio" de 1951, obras notórias que possuem, como personagens principais, adolescentes questionadores, desafiando as regras e normas definidas pelos adultos da história, sendo considerados, portanto, "rebeldes".

Neste sentido, notamos, que a mídia proporciona a criação de representações sociais (por vezes distorcidas da realidade), que se tornam bastante sensíveis ao período da adolescência, momento de vida marcado por mudanças, conflitos familiares, novas responsabilidades, entre outros (Berni; Roso, 2014). Esse entendimento leva a naturalização desta fase, entendendo como momento obrigatório e universal, caraterizado por adolescentes "rebeldes".

No entanto, não há como falarmos de uma adolescência universal, ou seja, uma fase a qual será vivida de forma igual por todos os sujeitos. E, também, não há como associar que todos os adolescentes viverão uma fase de rebeldia, desafiando normas e regras. Como bem pontua Aberastury (1981, p. 22): "toda a adolescência tem, além da característica individual, as características do meio cultural, social e histórico desde o qual se manifesta [...]". Não existe uma única forma de ser adolescente, uma vez que as diferenças sociais, culturais, raciais e de gênero marcam tal ciclo. E ao universalizar e naturalizar esse processo, estaríamos reduzindo-o e deixando de lado a diversidade.

Cabe salientar que os diversos contextos em que o adolescente se encontra influenciam de forma direta nas vivências desta fase. Uma dessas vivências, apontado por

Papalia (2013), é busca da identidade. Nesse momento, o sujeito vivencia a perda da identidade infantil ao mesmo tempo que procura uma nova, o que requer um montante significativo de energia para fazê-lo (Aberastury, 1981). A construção da identidade é, portanto, uma das tarefas mais importantes dessa época e configura-se como um passo primordial para ser um adulto produtivo e maduro (Schoen-Ferreira; Aznar-Farias; Silvares, 2003).

E, assim, compreendemos que conceituar identidade consiste em uma tarefa complexa, sendo necessário dialogar com diferentes áreas do conhecimento para buscar uma compreensão sobre o processo. Para isso, propomos autores de campos do saber distintos, como o psicólogo Ciampa e os sociólogos Stuart Hall e Bauman para discutir identidade na contemporaneidade em conjunto com o psicanalista Erik Erikson para pensar esse fenômeno na fase da adolescência. A escolha por esses autores ocorreu, pois entendemos que eles apontam para a ideia de que identidade está em permanente transformação devido as relações sociais e culturais a qual o sujeito se encontra.

Neste sentido, o psicólogo Antônio Costa Ciampa (1989) pontua que a identidade se caracteriza como um processo de metamorfose que indica relações entre o individual com os aspectos sociais, econômicos, políticos, entre outros. Isto é, "identidade é movimento, é desenvolvimento do concreto. Identidade é metamorfose. É sermos o Um e um Outro, para que cheguemos a ser Um, numa infindável transformação" (Ciampa, 1984, p. 74).

Assim, a identidade ao mesmo tempo que possui como característica a noção de unicidade, ou seja, a concepção daquilo que diferencia o sujeito dos outros, configura-se como um papel estruturado e padronizado na organização social (Goffman, 1981). É aquilo que ao mesmo tempo que reconhece um sujeito como único também o faz pertencer a um grupo. Como assinalado por Ciampa, "diferença e igualdade. É uma primeira noção de identidade" (1984, p. 63).

Corroborando com Ciampa, o sociólogo Stuart Hall, no livro "a identidade cultural na pós-modernidade" (2020), aponta que as "velhas identidades" estão em declínio. Ele indica que as transformações na sociedade moderna mudaram as identidades (tanto nacionais quanto pessoais), abalando, portanto, essa ideia de um sujeito integrado. O indivíduo que antes possuía uma identidade unificada e estável, dá lugar ao sujeito composto por diversas identidades. Logo, novas imagens de subjetividade surgem marcadas pela multiplicidade, heterogeneidade e flexibilidade (Campanhole; Moura, 2013).

E quando pensamos nesse processo durante a adolescência, nos deparamos com uma fase crucial para essa questão. Erik Erikson (1987), define que o processo da formação da identidade possibilita o sujeito constituir um conceito sobre si, seus valores e sobre os caminhos que pretende seguir. Segundo o psicanalista, a moratória psicossocial, presente neste momento, é crucial para a formação da identidade, pois possibilita ao sujeito experenciar diversos papeis/identidades sem um compromisso definitivo. Ainda de acordo com Erikson (1987) e corroborando com outros autores, a identidade sofre influências da família, bairro e escola, ou seja, dos contextos sociais a qual o adolescente está inserido e sua constituição não finda na adolescência, sendo um processo que ocorre ao longo da vida do sujeito.

Essa marca de multiplicidades, fluxo contínuo e abundância de informações transmitidas, sobretudo pela internet, proporciona ao sujeito desenvolver diversas identidades. A cibercultura, então, que surge na década de 70, emerge relações simbióticas entre sociedade, cultura e novas tecnologias (Lévy, 2009), e o ciberespaço passa a fazer parte da rotina das pessoas, trazendo mudanças na sexualidade, nos relacionamentos e na identidade de cada um (Turkle, 1995).

E como pensar os adolescentes nesse contexto de novas tecnologias e redes sociais digitais? Conhecidos como "geração *on-line*", a internet se mostra a esses jovens como um espaço ilimitado de informações e comunicações ao qual interfere diretamente no modo de vida dos mesmos (Oliveira; Santos, 2012). Fichtner (2015, p. 56) afirma: "eles desenvolveram novas formas de ver a si mesmos e o mundo, influenciando as práticas, as ideias e as maneiras de lidar com o mundo".

Assim, seus comportamentos e relações são atravessadas pela subjetividade virtual, necessitando estarem sempre conectados (Miranda *et al*., 2015). E, por isso, "cada vez mais os jovens usam essas mídias para realizar as mais diversas atividades: estudar, conhecer pessoas, namorar, manter sua teia de amizade, ter acesso à informação e ao conhecimento" (Oliveira; Santos, 2012, p. 12).

À vista disso, a identidade, nesse contexto de hiper conexão onde a sociedade se organiza através da ótica de consumo como apontado por Bauman (2005), segue, assim como as relações, o padrão de uso/consumo de mercadorias, isto é, imita-se o ciclo que tem início na aquisição e fim no depósito de supérfluos. O autor afirma ainda que "em nosso mundo fluido, comprometer-se com uma única identidade para toda a vida, ou até menos do que a vida toda, mas por um longo tempo à frente, é um negócio arriscado. As identidades são para usar e exibir, não para armazenar" (Bauman, p. 96, 2005).

Não se pensa mais em um “projeto de vida”, mas o que irá ter mais sucesso, ou melhor, mais *likes* naquele momento. Perfis com muitos seguidores que propõem diversos estilos de vidas, construindo grupos com aquilo que transmitem. E entre esses seguidores, estão os adolescentes.

Eles estão expostos a diversos perfis de “*influencers*”, ao qual se identificam e seguem. Erik Erikson (1987), no livro “identidade, juventude e crise”, aponta que os adolescentes podem se reconhecer temporiamente em ídolos na incapacidade de decidir uma identidade ocupacional, podendo, inclusive, perder de forma aparente sua individualidade. O autor escreve:

> em busca de um novo sentido de continuidade e uniformidade, que deve incluir agora a maturidade sexual, alguns adolescentes tiveram de enfrentar de novo as crises de anos anteriores antes de poderem instalar ídolos e ideais duradouros como guardiães de uma identidade final (Erikson, 1987, p. 129).

Portanto, cabe salientar que – como aponta as autoras Sales, Da Costa e Gai (2021) –o uso de mídias digitais por adolescentes se constitui como uma ferramenta que possibilita a eles desenvolverem suas identidades. Elas observam que, mesmo não sendo a única causa para essas questões, as mídias, incluindo as redes digitais, corroboram para a construção e consolidação de estereótipos de comportamento e desenvolvimento de hábitos e práticas durante a fase da adolescência. Ademais, elas também indicam que o uso excessivo e inadequado dessas redes pode gerar comportamentos nocivos ao adolescente, afetando a saúde física e mental deles.

Dessa forma, a construção da identidade é influenciada direta e indiretamente pelos conteúdos consumidos nas redes sociais digitais, uma vez que essa construção ocorre de forma gradual e contínua a partir do contexto histórico, social e cultural que o sujeito está inserido, isto é, com aquilo que ele tem contato ao longo da vida (Pereira; Pontes; Tozatto, 2022). E, as mídias digitais, especificadamente as redes digitais, estão presentes no cotidiano das pessoas, alterando as relações com os outros e consigo mesmas.

Observamos os utilizadores das redes digitais usando as redes como ferramenta tanto para consumir quanto para criar conteúdo, o que expõe os adolescentes a uma gama de identidades as quais podem ser influenciados. E, podemos, então, observá-los se espelharem no que encontram no espaço *on-line* para construir sua própria identidade. Todavia, entendemos que a identidade construída por esses adolescentes não se constitui como única e duradoura. Identificamos, portanto, que, nesses espaços, os sujeitos podem adquirir identidades diferentes e se apresentarem de distintas formas, modificando-as e descartando-as constantemente.

Diante do exposto, com o uso contínuo das redes digitais, em específico do *TikTok* – objeto do nosso estudo – levantamos o seguinte questionamento: como o uso frequente do *TikTok* pelos adolescentes influencia na constituição da identidade deles? A partir das reflexões postas, a dissertação em questão teve como objetivo principal analisar as repercussões nas identidades dos adolescentes na ilha de São Luís do Maranhão causadas pelo uso da rede *TikTok*. Para isso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas como parte do processo de compressão de tais questões.

5 METODOLOGIA, PERCURSOS E CAMINHOS

Os percursos trilhados para a construção da metodologia desta dissertação caracterizam-na, em um primeiro aspecto, como um trabalho exploratório. Isso se deu, pois temos pouco conhecimento sobre o tema proposto, logo à medida que as descobertas, sentidos e entendimentos foram sendo feitos no grupo pesquisado, íamos confirmando ou refutando a hipótese inicial e construindo outras possíveis hipóteses (Gil, 2002).

Em segundo aspecto, identificamos a abordagem da pesquisa como qualitativa. Segundo Gaskell (2002), esse tipo de pesquisa oportuniza a compreensão de crenças, atitudes, valores e outros fenômenos relacionados ao comportamento de grupos sociais específicos. Essa modalidade busca estudar a experiência do indivíduo a partir da perspectiva dos próprios atores especiais (Gil, 2019). Ademais, classificamos, esse estudo como um estudo de campo, visto que ele visa o aprofundamento das questões a serem pesquisadas, focando em uma determinada população – adolescentes – e observando diretamente as atividades realizadas por esse grupo (Gil, 2002).

Neste sentido, a população estabelecida para esta pesquisa foram adolescentes entre 12 e 18 anos que usam e/ou possuem perfil no *TikTok e* residem na ilha de São Luís do Maranhão. É bem verdade que estabelecer uma faixa etária para a adolescência configura como uma tarefa complexa, uma vez que existem divergências sobre tanto o início quanto o fim desta fase do desenvolvimento. No entanto, optamos escolher a definição proposta pelo Estatuto da Criança e Adolescente (ECA), a qual é o marco legal e regulatório dos direitos humanos das crianças e adolescentes no Brasil.

Diante da população estabelecida, a amostra de adolescentes da ilha de São Luís do Maranhão foram 19, constituída através da técnica do *snowball*. Foram incluídos na amostra da pesquisa os adolescentes que usam e/ou possuem perfil no *TikTok* e que assentiram a participar do estudo. Para isso, eles assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Todavia, aqueles que não possuíam 18 anos completos, participaram da pesquisa mediante o consentimento por parte dos seus responsáveis através da assinatura do TCLE. Além disso, os participantes menores de 18 anos, deveriam assentir a sua participação através do Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (TALE). Não participaram da pesquisa os adolescentes de 18 anos que não assinaram o TCLE ou os menores de 18 anos que não assentiram em fazer ou que não foram autorizados pelos responsáveis. Além daqueles que não usam *TikTok.*

Para garantir a ética durante o processo, a pesquisa seguiu as normas da Resolução 466/12 da CONEP (Comissão Nacional de Ética em Pesquisa), foi enviado à plataforma

Brasil e submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal do Maranhão. No dia 17 de dezembro de 2023, o projeto de pesquisa foi aprovado pelo comitê de ética (termo de aceite presente no ANEXO A). A partir da aprovação, deu-se início ao processo de coleta de dados, no primeiro semestre de 2024, com os sujeitos da pesquisa na ilha de São Luís do Maranhão (composta pelas cidades: São Luís, Raposa, São José de Ribamar e Paço do Lumiar), localizada na região nordeste do país. Ademais, o estudo ocorreu ao longo de quase três anos (2022 a 2025)[1].

Também uma outra forma de garantir a ética foi a aplicação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (presente em apêndice B e D) aos adolescentes com 18 anos completos e responsáveis, e, aos demais, o Termo de Assentimento Livre e Esclarecido (apêndice C). Tais termos orientavam os participantes a respeito dos objetivos, metodologia, benefícios e riscos da pesquisa. A partir disso, eles decidiam sobre sua participação.

Cabe destacar que para chegarmos até esses adolescentes, utilizamos a "técnica *snowball*". Essa técnica consiste em uma amostragem não probabilística que utiliza de redes de referência e indicação para chegar na população a ser investigada (Bockorni; Gomes, 2021). O início da rede de participantes, como proposto por Vinuto (2014), se dá ou por documentos ou por informantes-chaves, conhecidos como *sementes*, objetivando, a partir deles, a construção desta rede de participantes com o perfil necessário para a pesquisa.

Essa técnica é uma opção para estudos que buscam melhor compreensão sobre um determinado tema e o pesquisador depara-se diante de uma população difícil de ser acessada ou que não possui precisão sobre a quantidade (Vinuto, 2014). Portanto, observa-se que iniciar com uma amostra probabilística é impossível ou impraticável, assim o pesquisador recorre as *sementes* para a construção de sua amostra (Vinuto, 2014).

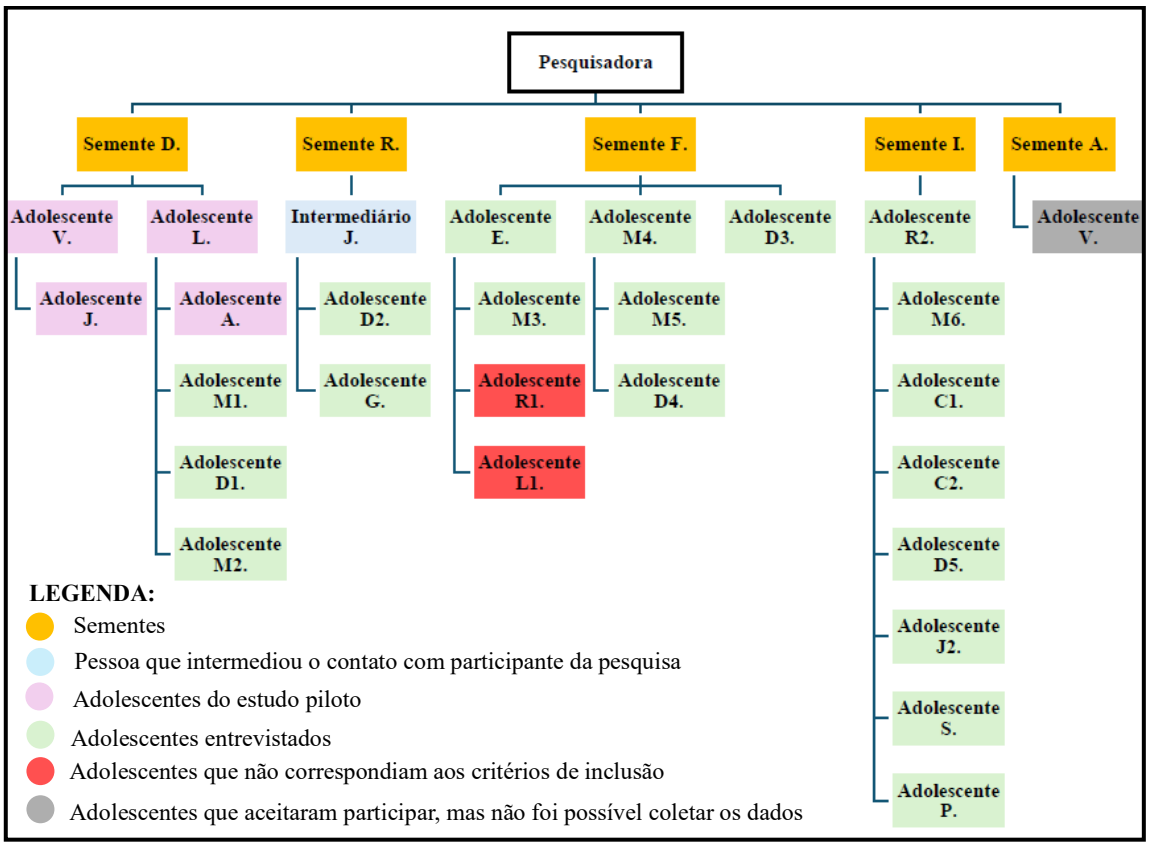
No estudo em questão, recorremos a técnica do *snowball*, pois o acesso a esses adolescentes não estaria vinculado a questões burocráticas de instituições. Além disso, partimos do pressuposto que por ser uma população específica (adolescentes que usam *TikTok*), seria mais fácil acessá-los através de indicações dos próprios adolescentes, devido aos grupos sociais que estão inseridos.

Portanto, para a realização desta técnica na dada pesquisa, as *sementes* escolhidas foram, em um primeiro momento, por conveniência. Professores, pesquisadores e amigos

[1] A duração do estudo, que corresponde ao tempo da minha permanência no Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão, foi de aproximadamente 3 anos em decorrência da greve dos docentes das instituições federais que ocorreu de abril a junho de 2024.

que conheciam adolescentes na faixa etária da pesquisa que usam *TikTok*. Essas *sementes* indicaram sujeitos que se encaixavam no perfil pesquisado. Ao realizar a coleta de dados com esses adolescentes, após a explicação sobre a pesquisa e o perfil dos participantes, solicitávamos que eles indicassem outros adolescentes que correspondiam aos critérios de inclusão do estudo, compondo, assim, a rede de participantes. A figura abaixo aponta para como esse processo ocorreu.

Figura 5 – Processo de composição da amostra por meio da "técnica do *snowball*"

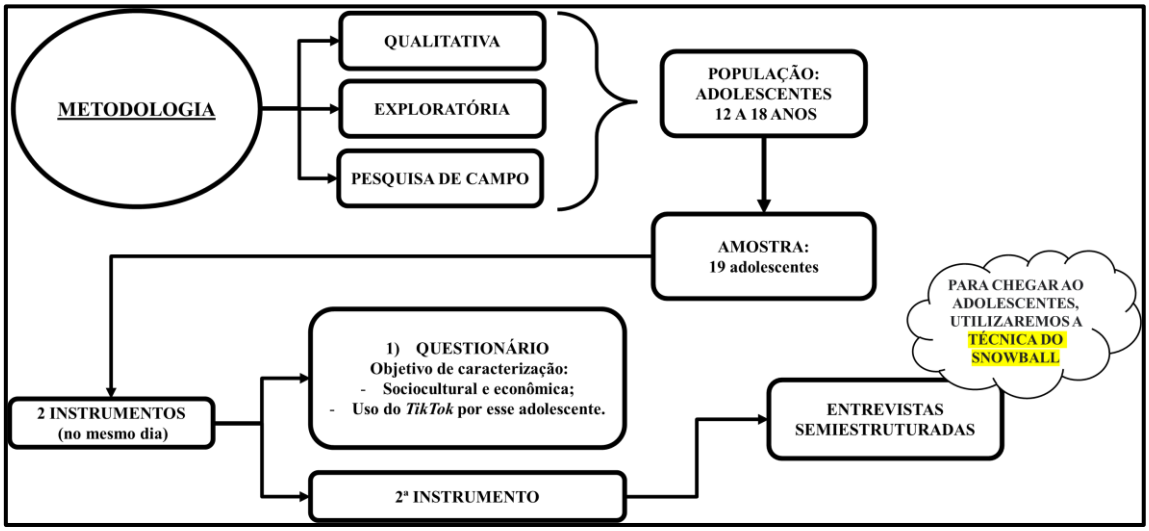


Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Ademais, construímos um mapa que indicasse a localização dos adolescentes entrevistados. Consideramos a realização deste mapa, pois demostraria a concentração dos participantes nos bairros da Ilha de São Luís. Neste sentido, entendemos que a moradia em um determinado bairro é um possível indicador de certas características sociais, culturais e econômicas. Assim, ao desenvolvê-lo, possibilitamos uma melhor visualização do perfil da amostra, uma vez que temos em mente que uma das limitações ao utilizar a técnica do *snowball* é a concentração dos participantes de um mesmo círculo social e de uma mesma classe socioeconômica, pois ela – a amostra – é obtida a partir da indicação desses participantes. E, na tentativa de evitar tal limitação, buscamos recorrer a sementes com origem em bairros distintos.

No que concerne a coleta de dados, sua realização deu-se através da aplicação de um questionário (apêndice E) e de entrevistas semiestruturadas (apêndice F) com os participantes. O momento da coleta foi dividido em duas etapas que aconteceram de forma simultânea, em razão da logística de contato com esses adolescentes, pois muitos deles dependem de deslocamentos.

Figura 6 – Esquema da metodologia da pesquisa



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

A primeira parte consistiu na aplicação de um questionário para mapear o perfil sociocultural do adolescente – idade, gênero, raça, escolaridade –, além de caracterizar o uso do aplicativo – tempo e local de uso, conteúdos mais consumidos, frequência e a possível aquisição de comportamentos após assistir os vídeos desta rede digital. Esse instrumento possui 20 perguntas e sua aplicação ocorreu ou através da plataforma *Google Forms* ou fisicamente, através de folha de papel A4 entregue no momento da coleta.

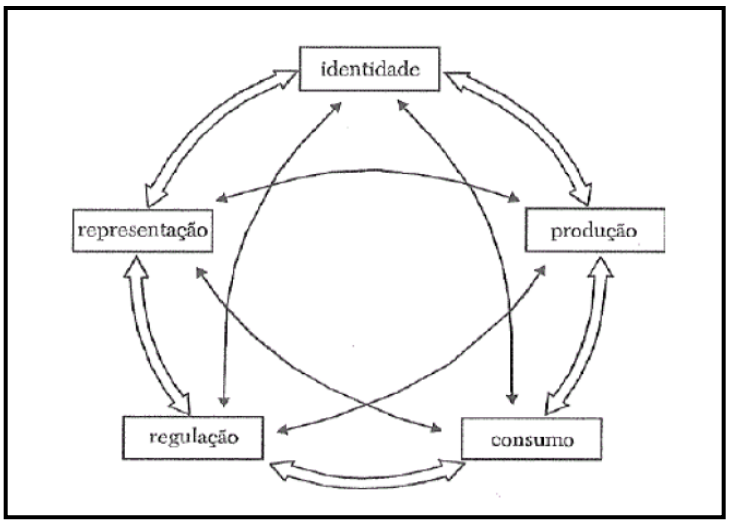
Já para a aplicação do segundo instrumento, realizamos entrevistas semiestruturadas diretamente com os adolescentes para colher as informações necessárias com o objetivo de compreender a percepção que eles possuem sobre a influência dessa rede social digital na identidade deles. Conforme elucida Manzini (2012), as entrevistas semiestruturadas seguem um roteiro de perguntas abertas para compreender um fenômeno de um determinado grupo, existindo flexibilidade ao lidar com o entrevistado e poder, assim, compreender melhor o fenômeno em questão. A entrevista foi composta por 8 perguntas que abordavam sobre o uso e a percepção do entrevistado em relação a influência do *TikTok* e ocorreu tanto na modalidade presencial quanto na *on-line* por via do *Google Meet*.

É importante destacar, que nesta dissertação, houve a realização de um estudo piloto (apêndice A) a qual teve influência na adição de perguntas no roteiro de entrevista. Originalmente, o roteiro era composto por 4 perguntas. Depois do estudo, acrescentou-se questões referente ao início do uso da rede digital e sobre a supervisão parental, uma vez que observamos a necessidade de abordar estes assuntos com os adolescentes.

Em relação ao estudo em evidência, a análise de dados A análise ocorreu pela perspectiva dos Estudos Culturais. Esse campo visa estudar os aspectos culturais da sociedade, não se limitando a uma única disciplina. Entende-se a cultura como elemento crucial para entender as relações sociais, assim como a política e economia, visto que a partir dela há a produção e intercâmbio de sentidos entre pessoas de um mesmo grupo ou sociedade (Hall, 2016). Portanto, "os Estudos Culturais constituem um campo interdisciplinar onde certas preocupações e métodos convergem; a utilidade dessa convergência é que ela nos propicia entender fenômenos e relações que não são acessíveis através das disciplinas existentes" (Turner, 1990, p. 11).

A partir dessa visão, utilizamos, assim, o circuito da cultura proposto por Du Gay *et al*. (1997). O circuito é composto por cinco processos culturais – *representação, identidade, consumo, regulação e produção* – que articulam entre si de forma contínua. A figura 7 abaixo encontra-se desenhado a teoria proposta pelo autor.

Figura 7 – Circuito da cultura



Fonte: Du Gay *et al*. (1997)

Fialho e Moraes (2014) comentam de forma breve cada elemento que o compõe, pontuando que na obra proposta por Du Gay *et al*. (1997), ao elencar os cincos elementos, não se estabelece privilégio para nenhum deles, entendendo que todos contribuem igualmente para examinar os sentidos presentes em um artefato cultural. Escrevem:

> [...] a representação refere-se a sistemas simbólicos, como os textos e imagens envolvidos na produção de um artefato cultural, por sua vez, esses sistemas geram identidades que lhes são associadas e têm um efeito de regulação na vida social, promovendo consumo (2014, p.70, grifo nosso).

É interessante registrar que Du Gay *et al*. (1997), no livro a qual discutem sobre este circuito, realizam a análise de um artefato cultural – no caso, o Walkman – no centro do circuito de cultura, uma vez que se constitui como um meio a qual diversos sentidos e significados são produzidos. Os autores compreendem – a partir do modelo teórico-metodológico que utilizam – que a ocorrência entre os processos apontados pelo circuito constitui-se como uma "articulação", isto significa que não há um privilégio de um único fenômeno (como já apontado), mas, sim, a combinação desses processos.

Assim sendo, de acordo com Anjos (2021), é possível trocar o artefato cultural *Walkman* pelas plataformas digitais. A autora afirma que inferências semelhantes podem ser realizadas, visto que são um meio de suporte para práticas culturais contemporâneas. Portanto, propomos pensar o *TikTok* como um artefato cultural a qual associa-se a um conjunto de práticas sociais e grupos de pessoas que possuem uma certa identidade.

Assim, pelo que se acabou de expor, examinamos os relatos dos adolescentes a partir desta teoria. Iremos realizar essa análise de acordo com as categorias – representação, identidade, consumo, regulação e produção – que correspondem aos processos do circuito. No entanto, frisamos que esta divisão se dá para uma melhor organização e entendimento dos resultados, pois entendemos que esses processos ocorrem de forma simultânea. Cabe salientar, portanto, que não há um início, meio e fim do circuito.

Quadro 1 – Breve conceituação dos processos do Circuito da Cultura

Processo	**Breve conceito**
Representação	A representação é primordial para os processos culturais. É através dela que os sentidos são atribuídos, uma vez que os sentidos e significados não são simplesmente encontrados nos objetos e práticas, mas ocorrem a partir de uma construção. Ela é viabilizada pelos signos e pela linguagem, a qual permite a circulação de sentidos. Isto possibilita que um artefato seja identificado como cultural, já que sua constituição ocorre a partir da representação dos vários significados e sentidos, sendo, portanto, um canal a qual eles circulam.
Identidade	A identidade é constituída a partir das representações, isto é, dos sentidos e significados que circulam na cultura a partir da linguagem.

	As representações possibilitam que os consumidores estabeleçam um processo de identificação com os artefatos culturais. Assim, desenha-se o objetivo desses artefatos, viabilizar nos identificamos como possíveis consumidores daquele produto, ao representar uma específica identidade social. Isso gera repercussões no sujeito, pois evoca identificações e identidades, podendo os fazer adotar comportamentos e sentidos.
Consumo	Durante o consumo é possível observar a criação de significados. Logo, observamos que os produtores criam os significados através da observação do espaço que os artefatos possuem nos cotidianos dos seus consumidores, demarcando e afirmando identidades e diferenças sociais. Assim, notamos a relação existente entre consumo e produção. O consumo sugere o que produzir e com o que se identificar.
Regulação	Processo que busca manter a ordem. Isso pode se dá a partir de normas, leis e outros métodos que a sociedade utiliza para regular os artefatos.
Produção	Processo referente a produção do artefato cultural. No entanto, é importante pontuar que o conceito proposto vai além da confecção do artefato, mas busca compreender a representação do processo de produção. Assim, notamos a existência da interação direta entre consumo e produção, pois os produtores buscam por representações a fim de estabelecer uma identificação com o artefato e, por vezes, recorrem ao uso do seu consumidor para pensá-lo, em uma constante modificação de ambos os processos.

Fonte: Anjos (2021); Du Gay *et al*. (1997)

Além disso, os dados coletados através do questionário, referentes a caracterização sociocultural e do uso da rede digital em estudo, foram organizados em gráficos para uma melhor visualização e entendimento do leitor sobre os resultados.

6 IDENTIDADES E TRANSFORMAÇÕES

A pesquisa desta dissertação foi realizada com 19 adolescentes. A amostra foi composta a partir de sujeitos de 12 e 18 anos que usam *TikTok*. Como já apontado na metodologia (seção 3), chegamos até esses adolescentes através da técnica do *snowball* (figura 5), ou seja, a construção da rede de adolescentes ocorreu a partir da indicação daqueles que participavam.

Essa técnica levantou algumas questões para as pesquisadoras, como a dificuldade de marcar os encontros com os adolescentes, devido a questões de locomoção, comunicação ou disponibilidade dos pais para levá-los ao local da entrevista, resultando em um atraso na coleta de dados. Além disso, levantou-se uma dúvida, apresentada desde a qualificação do projeto, sobre a diversidade de características sociais, econômicas e culturais dos participantes, uma vez que as indicações estariam vinculadas aos grupos sociais destes adolescentes. Reconhecemos, no entanto, que esta pode ser uma das limitações ao escolher esta técnica, mas entendemos que as *sementes* contatadas podem ter localizações distintas e, consequentemente, possuírem contextos sociais diferentes, gerando uma diversidade na amostra construída.

Assim, diante deste cenário, realizamos a pesquisa e analisamos os dados coletados. Foram aplicados questionários para estabelecer o perfil dos adolescentes que participaram do estudo e, logo após a aplicação, os entrevistamos para compreender sobre o uso e a percepção que eles possuem sobre o *TikTok*. Organizamos, portanto, a análise dos resultados seguindo a ordem de aplicação dos instrumentos que iremos abordar a seguir.

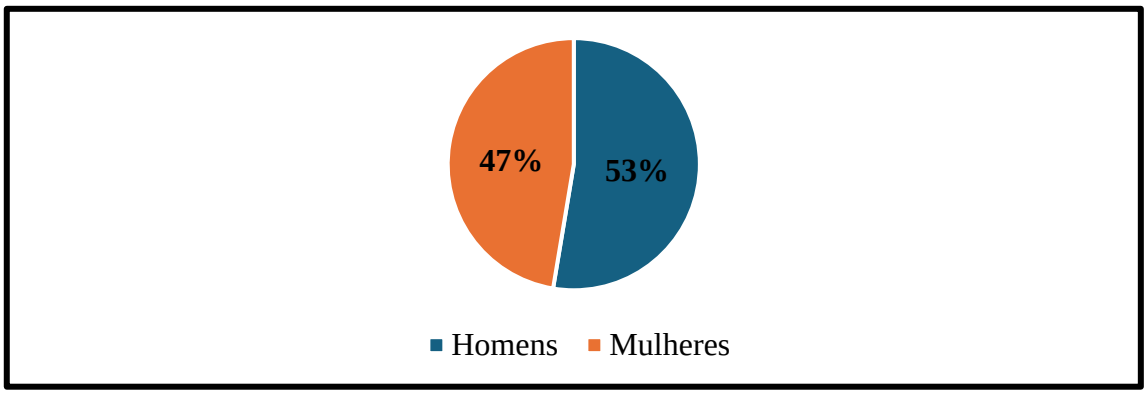
Assim, diante deste cenário, realizamos a pesquisa e analisamos os dados coletados. Foram aplicados questionários para estabelecer o perfil dos adolescentes que participaram do estudo e, logo após a aplicação, os entrevistamos para compreender sobre o uso e a percepção que eles possuem sobre o *TikTok*. Organizamos, portanto, a análise dos resultados seguindo a ordem de aplicação dos instrumentos que iremos abordar a seguir.

6.1 Perfil dos adolescentes participantes

Os adolescentes participantes da pesquisa eram compostos por 9 meninas (47%) e 10 meninos (53%) – gráfico 4. Ademais, a amostra coletada possui participantes de

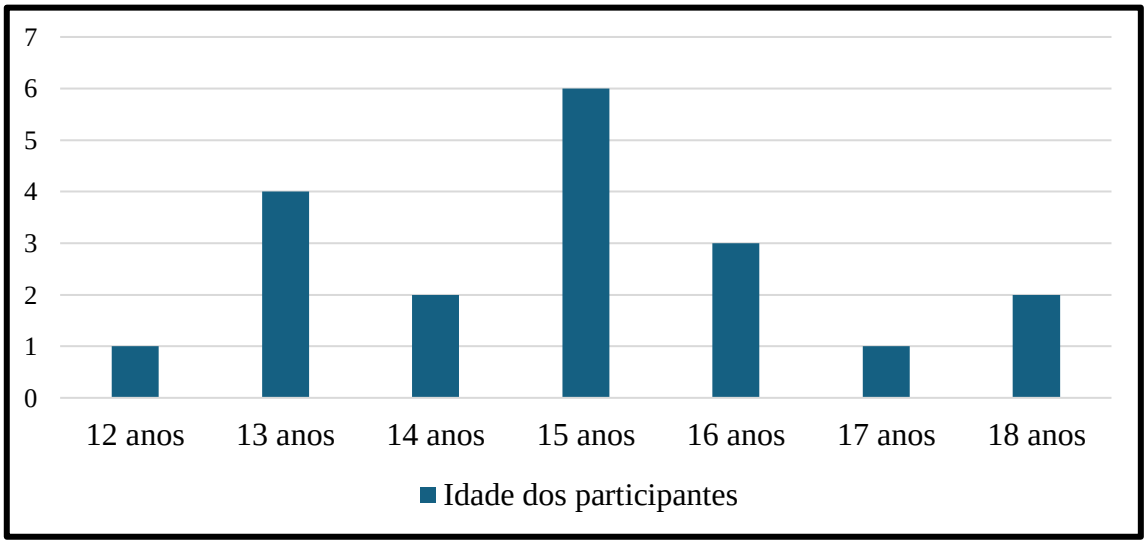
todas as idades da faixa etária da adolescência (12 a 18 anos), como demostra o gráfico 5. Todos eles utilizam o *TikTok* e a maioria possuíam um perfil na rede.

Gráfico 4 – Gênero dos adolescentes participantes



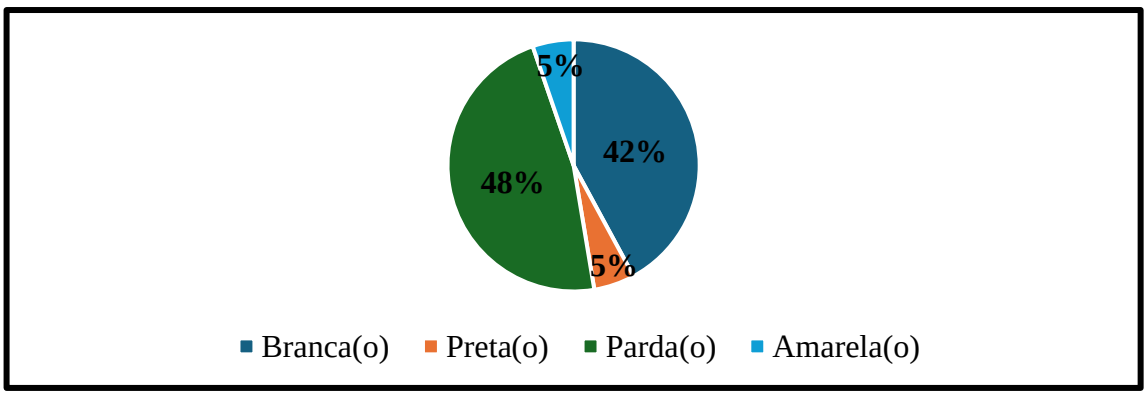
Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Gráfico 5 – Idade dos adolescentes participantes



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Gráfico 6 – Raça dos adolescentes participantes

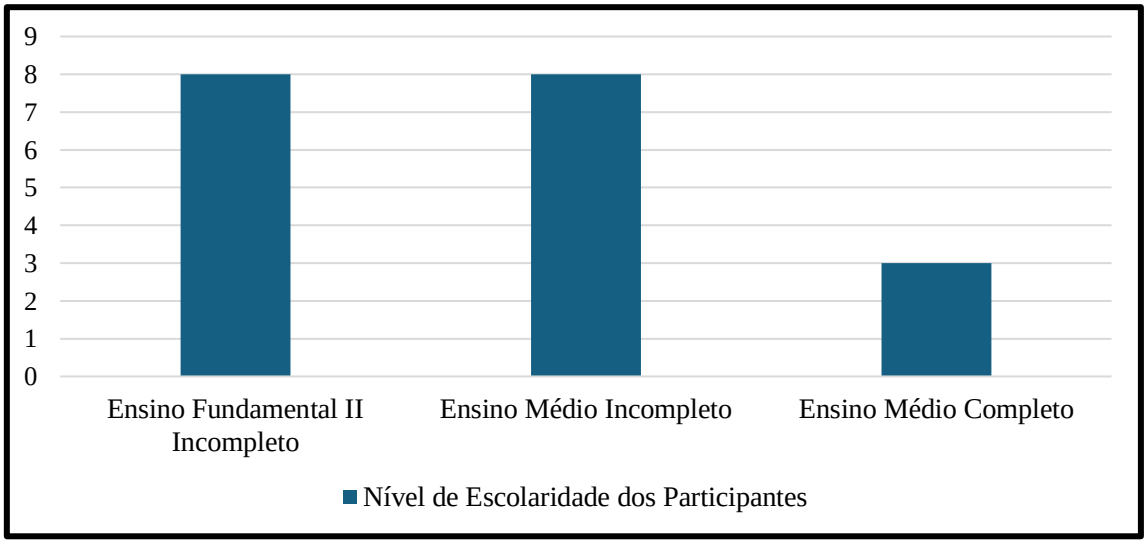


Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Cabe salientar outras características também como: raça, escolaridade e local de residência. Assim, quanto a raça (gráfico 6), a maior parte dos adolescentes se autodeclaram pardos (48%), seguido de brancos (42%), pretos (5%) e amarelos (5%). No

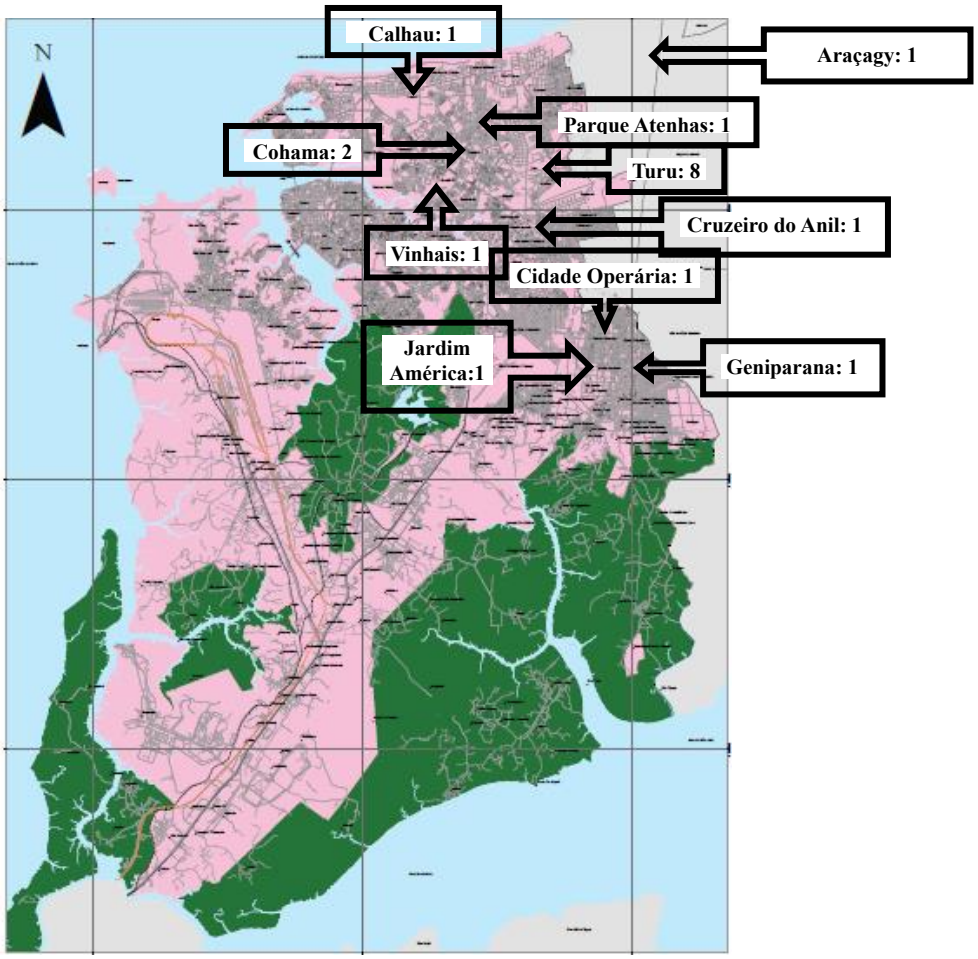
que concerne a escolaridade (gráfico 7), 8 possuíam ensino fundamental incompleto, 8 possuíam ensino médio incompleto e 3 possuíam ensino médio completo, sendo a maior parte (68%) pertencentes a rede privada de ensino.

Gráfico 7 – Nível de escolaridade dos adolescentes participantes



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Figura 9 – Mapa indicando a distribuição dos adolescentes na ilha de São Luís



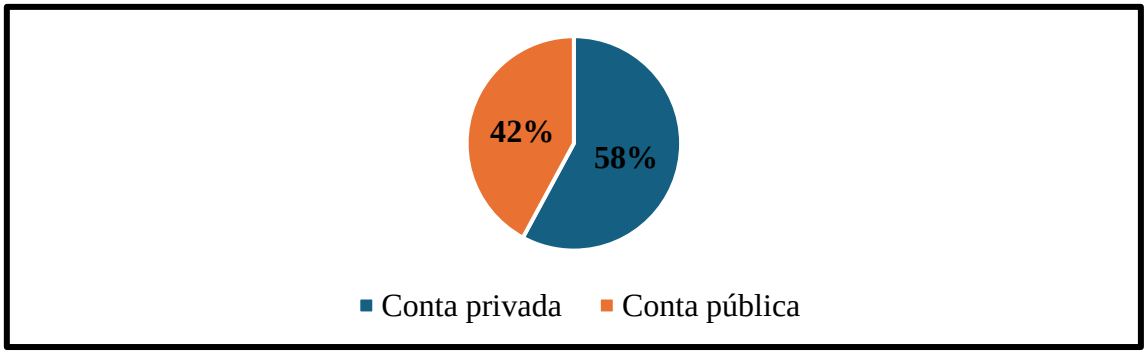
Fonte: Instituto da Cidade, Pesquisa e Planejamento Urbano e Rural (2019); elaborado pelas próprias autoras (2025)

Já em relação ao local da residência, os participantes pertenciam a bairros diferentes. Em alguns bairros houve uma quantidade significativa de adolescentes – como o Turu com 8 participantes -, pois eles pertenciam ao mesmo grupo social. Isto é, observamos que a distribuição da amostra teve influência direta das sementes e dos primeiros adolescentes entrevistados que indicavam os próximos participantes. Percebemos que as indicações estavam ligadas aos grupos sociais deles. Diante deste cenário, pensamos na construção de um mapa (figura 9) que indicassem o número de adolescentes em cada bairro para uma melhor visualização. É interessante registrar que entendemos que a localização desses participantes aponta para certas características sociais, econômicas, culturais e políticas desses sujeitos.

Quanto a caracterização do uso do *TikTok*, podemos verificar resultados relacionados a: configuração de conta; produção de conteúdo; tempo, frequência e local de uso e outras atividades dentro da rede. Assim, observamos que 58% dos adolescentes possuem uma conta privada, isto é, somente os utilizadores aprovados pelo participante podem segui-lo e assistir os conteúdos que publica (gráfico 9). Verificou-se também que dos 19 adolescentes, 58% não produzem conteúdo (gráfico 10) e que a maior parte deles, cerca de 84%, não receberam nenhum tipo de renumeração da rede *TikTok*.

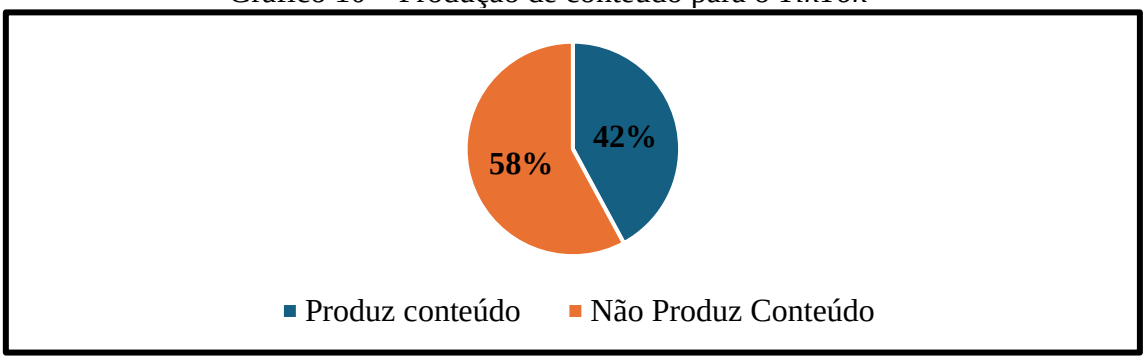
Dos adolescentes que produzem conteúdo para a rede, notamos que não uma diferenciação, na amostra coletada, em relação ao gênero ou idade dos adolescentes. Dos 8 participantes que indicaram criar vídeos para o *TikTok*, metade são meninas e a outra são meninos, entre 12 e 18 anos. Além disso, todos esses adolescentes usam o aplicativo todos os dias e passam entre 1 e 2 horas nele.

Gráfico 9 – Configurações sobre privacidade da conta



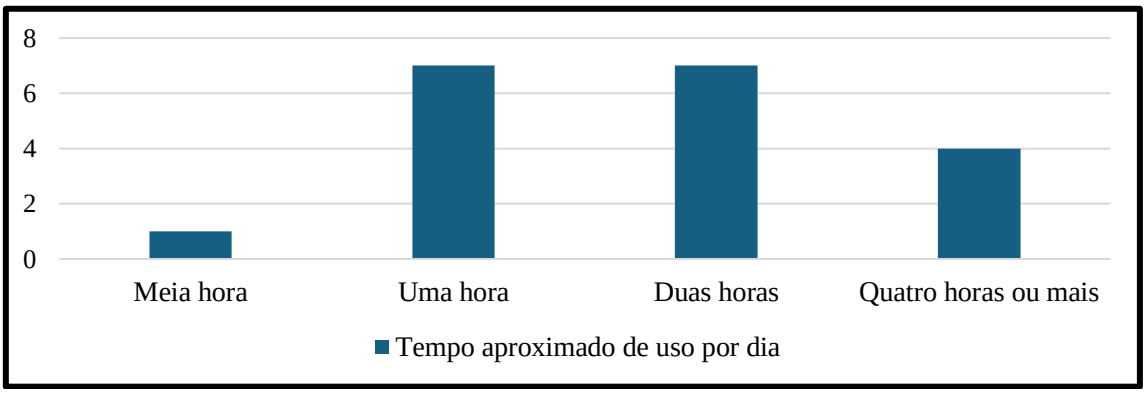
Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Gráfico 10 – Produção de conteúdo para o *TikTok*



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

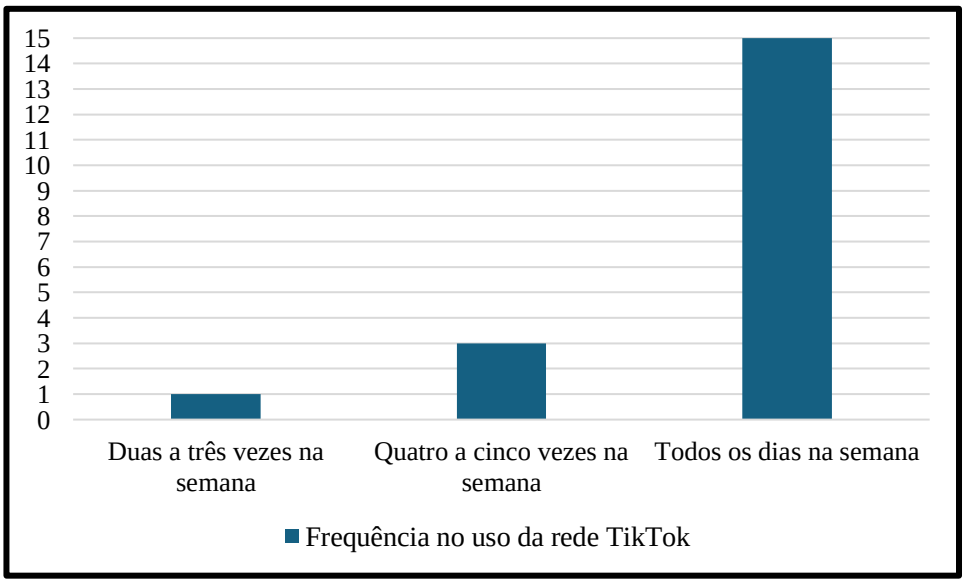
Gráfico 11 – Tempo aproximado de uso por dia



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

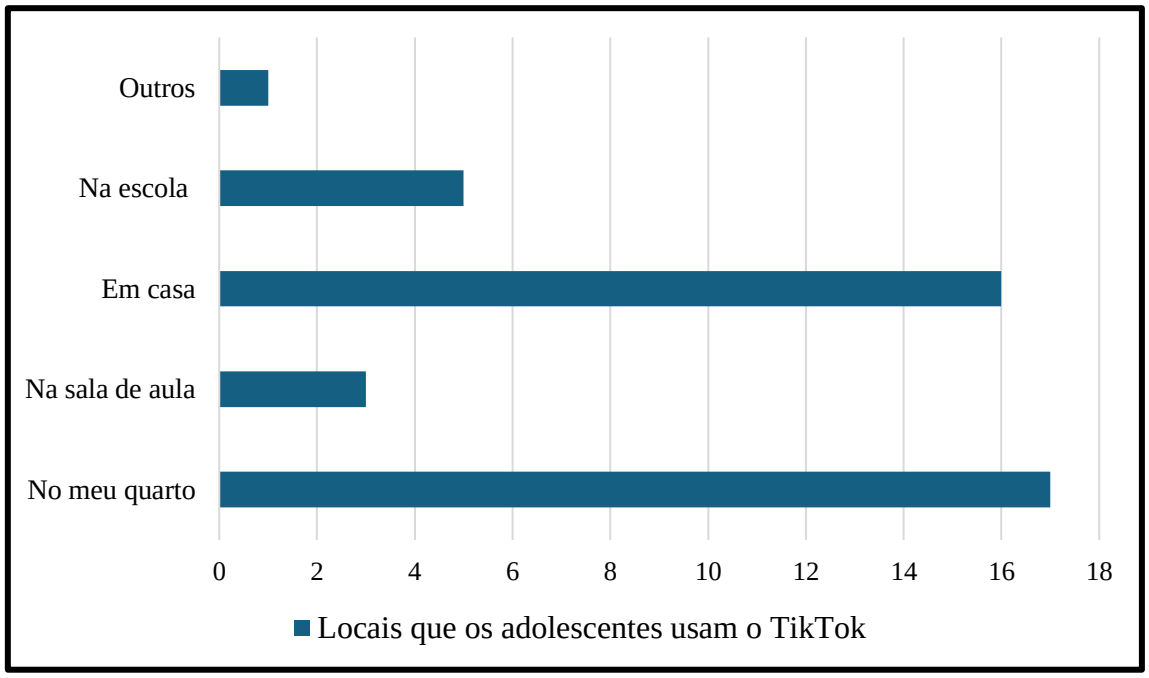
Por sua vez, em relação ao tempo aproximado de uso por dia, grande parte dos adolescentes passam entre uma ou duas (14 participantes) no *TikTok*, seguido de quatro horas (4 participantes) e meia hora (1 participante), dados presentes no gráfico 11. Por outro lado, a maioria responde que usam o *TikTok* todos os dias (15 adolescentes) – gráfico 12 –, sendo que a maior parte deles usam esta rede em casa e no quarto – gráfico 13.

Gráfico 12 – Frequência no uso da rede *TikTok*



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Gráfico 13 – Locais que os adolescentes usam o *TikTok*



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

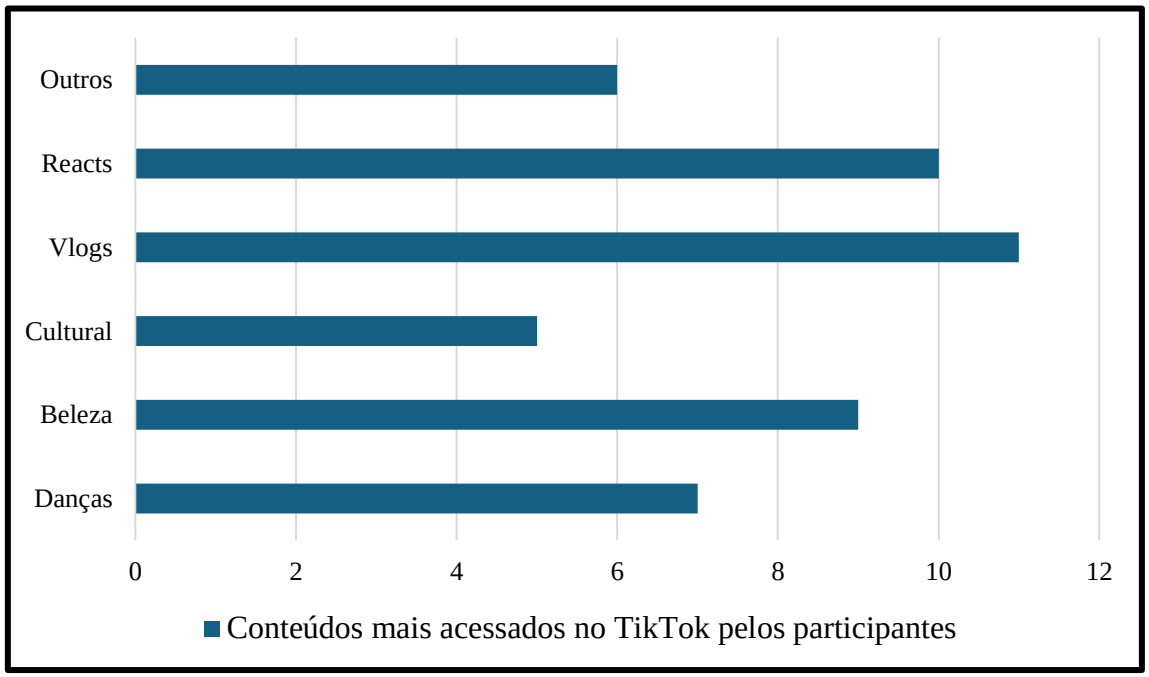
Outro aspecto interessante a ressaltar são os conteúdos mais consumidos pelos participantes. Os resultados apontam que *vlogs* são os principais vídeos assistidos por eles, seguidos de outros expostos no gráfico 14. Além disso, os adolescentes incluíram no espaço "Outros", temáticas as quais não foram mencionadas no questionário, como esporte, futebol e fotos próprias.

Ao realizar uma análise desses dados, também é possível identificar que a maior parte das meninas entrevistadas apontam que consomem vídeos de beleza. Isso nos leva a uma reflexão sobre como esses conteúdos repercutem nas adolescentes e se estereótipos e padrões de beleza são reforçados pelos conteúdos as quais são expostas. Como aponta as autoras Kennedy e Seekis (2023), é possível identificar um comportamento de comparação entre as utilizadoras do *TikTok* e repercussões na autoimagem e autoestima delas a partir de vídeos que abordam sobre beleza. Isso, como apontado por essas autoras, pode gerar repercussões negativas em como essas meninas se sentem em relação à sua aparência. No entanto, o mesmo estudo indica que serem expostas a vídeos de autocompaixão sobre o corpo e/ou aparência podem contribuir a essas utilizadores da plataforma a se sentirem mais compassivas consigo mesmas, aliviando o fluxo de conteúdos que podem desencadear processos de comparação prejudiciais.

Ademais, os resultados também indicam que os vídeos assistidos pelos meninos, em sua maioria, possuem como tema principal futebol e esportes. Esses dados mostram que os tradicionais papeis de gênero influenciam na escolha do conteúdo consumido, o

que contribui para reforçar estereótipos de comportamento tidos como feminino e masculino.

Gráfico 14 – Conteúdos mais acessados no *TikTok* pelos participantes



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Finalmente, observamos também que a maior parte dos adolescentes que participaram do estudo já compraram algo após assistir vídeos no *TikTok* e/ou adotaram um comportamento. Não notamos na amostra colhida diferenças em relação a idade, escolaridade ou gênero em relação ao tempo gasto e frequência na rede.

Por outro lado, identificamos que a maioria dos participantes que usam o *TikTok* durante 4 horas ou mais e todos os dias, apontam que já adotaram algum comportamento depois de serem expostos a rede. E, já aqueles que não adotaram, indicam que passam em torno de 1 e 2 horas todos os dias. É certo, como afirmam Souza e Carlesso (2025), que o uso excessivo de telas pode ocasionar perdas progressivas na capacidade do sujeito de realizar atividades mentais profundas e impacta psicologicamente e neurobiologicamente os adolescentes. E, diante disso, nos questionamos, portanto, se o tempo de uso interfere também nas repercussões na identidade e práticas sociais e culturais desse adolescente.

Ainda, identificamos que prática de compartilhar vídeos com os amigos é presente na maior parte dos participantes, somente um não possuía, e a maioria acompanha alguém regularmente na rede.

Esses dados, em síntese, nos mostram que a rede *TikTok* está presente no cotidiano destes adolescentes que participaram da pesquisa. Como já citado, grande parte deles utilizam o *TikTok* todos os dias e já realizaram algum comportamento em decorrência dos

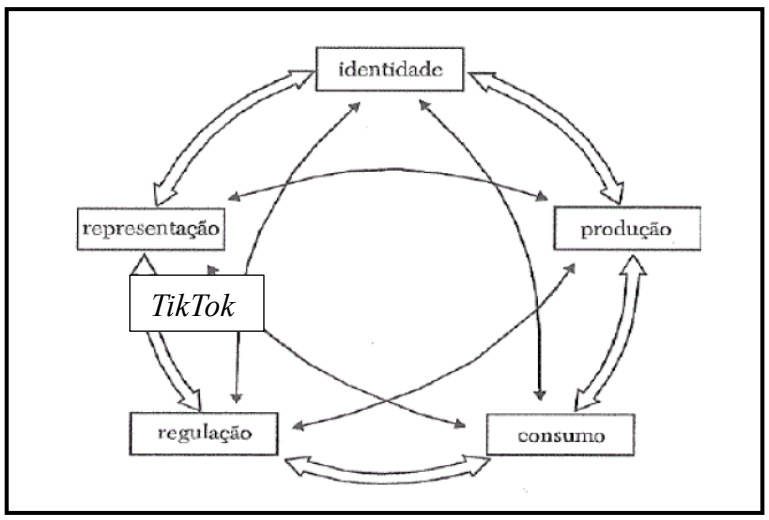
vídeos que assistem nesta rede. O que nos levar a refletir sobre a repercussão dos conteúdos e do uso no sujeito. Assim, abordarmos na próxima seção, a partir das falas dos adolescentes sobre essas questões e observamos se identificamos as repercussões do *TikTok* na identidade deste adolescente descrito neste estudo.

6.2. O que os adolescentes falam sobre a influência do *TikTok*?

Ao realizar as entrevistas com os adolescentes, identificamos que a maior parte deles começaram a utilizar o *TikTok* na época da pandemia, inclusive muitos deles associam esse momento com lançamento da rede. A partir desse primeiro contato, eles nunca deixaram de utilizá-la e percebem que o uso trouxe repercussões no seu cotidiano.

Diante dos dados e dos resultados obtidos, desenvolvemos as análises a partir do circuito da cultura proposto por Paul Du Gay *et al*. (1997). Partimos da ideia de que o *TikTok* – assim como o *Walkman* analisado no livro dos autores – é um artefato cultural e, portanto, possui uma cultura própria que repercute no sujeito consumidor/utilizador (representado na figura 10).

Figura 10 – Circuito da cultura (*TikTok*)



Fonte: Du Gay *et al.* (1997)
Adaptação: elaborado pela autora (2025)

Tendo, portanto, como referência o circuito da cultura, o *TikTok* foi posto como um artefato cultural, que compreende os cinco momentos interrelacionados a saber a *representação*, *regulação*, *consumo*, *produção* e *identidade*. Estes segmentos nos ajudam a compreender a rede social digital para além de um aplicativo de entretenimento ou mesmo como uma plataforma de negócio e nos faz refletir sob a forma de um produto

cultural que proporciona muitos sentidos, significações e representações entre os adolescentes.

Assim, para melhor compreensão da discussão dos resultados, dividimos os processos em categorias para analisar as percepções dos adolescentes participantes. Evidenciando que a divisão em tópicos é para fins didáticos, pois os processos apresentados, não ocorrem de forma separada. Nas próximas seções, discutimos sobre cada processo e sua relação com o *TikTok* e com os adolescentes.

6.2.1 Representação

Entendemos a *representação* como uma maneira de moldar e projetar *identidades*, discursos e estéticas culturais. Caracterizado por ser um espaço de produção e disseminação de conteúdo, observamos no *TikTok*, uma influência direta sobre a maneira como os utilizadores constroem e compartilham narrativas que incluem propostas culturais, sociais, assim como proporciona uma propagação de padrões de comportamento, linguagem, interação digital, disseminação e/ou filtragem de discursos, que contribuem para criar percepções de mundo.

De acordo com Paul Du Gay *et al*. (1997), a *representação* é uma prática de construção de sentidos através de signos e linguagens, que se apresenta de forma digital com estratégias didáticas nos formatos de vídeos curtos, efeitos visuais e trilhas sonoras que permitem formato dinâmico e interativo. Stuart Hall (2016) destaca que a *representação* é um processo fundamental para a produção e o compartilhamento de significados dentro de uma cultura. No contexto do *TikTok*, por exemplo, essa dinâmica se manifesta por meio dos conteúdos audiovisuais, nos quais a linguagem – composta por gestos, músicas, desafios e tendências – desempenha um papel central na construção de sentidos. As narrativas e os símbolos compartilhados na plataforma não apenas refletem *identidades*, mas também influenciam comportamentos e práticas sociais, moldando a forma como os indivíduos se percebem e interagem no ambiente digital.

Dessa forma, o *TikTok* pode ser compreendido como um artefato cultural, pois envolve atribuição de significados e está diretamente relacionado a um conjunto de práticas sociais, grupos de pessoas, locais e *identidades*. Através das interações e da produção de conteúdo, a plataforma se torna um espaço onde a cultura é constantemente ressignificada, refletindo e influenciando a sociedade de maneira dinâmica. Cabe salientar que já é possível observarmos estudos que apontam sobre a influência do *TikTok* nas

atividades do seu utilizador. Práticas relacionadas a consumo musical (Battistella, 2022), turismo (Martins; Mendes Filho; Santos, 2023), moda (Girardi, 2023), entre outros apontam que essa rede social digital repercute no comportamento de descoberta, tomada de decisão, reprodução e/ou identificação dos utilizadores.

Ademais, a plataforma diz que "é o principal destino para vídeos curtos em dispositivos móveis. [...] [E a sua missão] é inspirar a criatividade e trazer alegria" (TikTok). Estas afirmações divulgadas pelo próprio site da rede digital, constituem representações que ela possui na sociedade ativa digitalmente.

Diante deste cenário, durante as entrevistas com os adolescentes, observamos que essas e outras *representações* sobre o *TikTok* circulam entre eles. Eles associam, em suas falas, a rede a uma fonte de entretenimento, lazer e a um espaço a qual é possível ter acesso a uma variedade de conteúdos que se moldam aos seus gostos. E estas noções corroboram com a própria missão desta rede digital. É interessante registrar uma fala do adolescente M4 que reflete sobre essa diversidade de conteúdo. Assim, durante a entrevista, ele fala: "[meus pais] não sabem [o que eu assisto no *TikTok*]. Mas eu falo para eles: é como se fosse um *Instagram* só que melhor. Até porque no *Instagram* não tem aquela variedade de vídeos, né? No *TikTok*, não, tem muita variedades, qualquer tipo de vídeo".

Observamos, portanto, que essas *representações* geram sentidos e significados que repercutem no consumo desta rede pelos participantes. Alguns adolescentes relatam que usam o *TikTok* nos momentos entre as tarefas da escola e da casa ou nos momentos de descanso. Eles apontam que assistir aos vídeos do *TikTok,* evocam sentimentos de alegria, felicidade e tranquilidade. Como indica o adolescente D5: "[...] percebo uma emoção mais leve [...]. Eu acho que é tipo uma felicidade por está lá, quieto". Ou, como exposto por M2: "geralmente o *TikTok* é para entreter a gente, isso acaba que a gente passa muitas horas, então nem percebe. Acaba rindo ou [...] pensando, né? Por causa de um vídeo e outras coisas".

Cabe salientar também que os participantes relatam que o *TikTok* é uma rede digital que repercute e influencia o seu utilizador. O quadro 4 abaixo aponta para algumas passagens das entrevistas que os adolescentes mencionam sobre tal influência desta rede.

Quadro 4 – Passagens das entrevistas com os adolescentes sobre o processo de *representação*

E: "Eu acho que o *TikTok*, ele é um... uma rede, assim, bem influencia-... tipo, influencia bastante, né? Na minha vida, então, eu acho que eu fico curiosa para saber mais".

M2: “Acho que [influencia] até no modo de falar, né? Por conta das gírias, a gente sabe... no humor da gente. A gente sabe que... no meio social, né? Nas redes sociais, principalmente. A cada tempo tem uma nova moda viral, seja ela escutando uma música que vira tendência, ou roupa ou, também, uma gíria ou meme que as pessoas falam. Ela [a rede *TikTok*] influencia bastante”.
D1: “[...] eu acho que tem [influência]. Não só eu, mas grande jovens de hoje em dia, tipo, tem essa grande influência que o *TikTok* tem sobre a gente, porque fala sobre diversos assuntos, diversas coisas assim que tu pode achar dentro de só uma plataforma”.

Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Assim, reafirmamos a influência do *TikTok*, sobre o utilizador nos mais diversos âmbitos da vida, corroborando com o que os adolescentes trouxeram na entrevista. Seja na escolha musical, nos conceitos de autoimagem, nas decisões de destinos turísticos, na moda, nas relações familiares, entre outros, os sentidos gerados por esta rede trazem modificações tanto a nível individual quanto coletivo, moldando a maneira de consumir ou, até mesmo, produzir conteúdo.

Ao apresentar-se de forma digital através de vídeos, efeitos visuais e trilhas sonoras, a plataforma não só projeta imagens e sentidos, mas cultiva uma cultura de imitação provocando tendências e instituindo comportamentos que incluem formas estéticas, modos alimentares, ideal de corpo, estilo de vida e outros temas.

6.2.2 Identidade

Ao analisar as *representações* que a rede *TikTok* possui entre seus participantes, verificamos que elas geram processos de identificações neles. Nesse sentido, em consonância com as *representações*, observamos a *identidade* se valer delas para sua constituição. São através das *representações* que se constrói uma noção de “estilo de vida” e “identidade social” que são incorporadas em uma cultura da mobilidade, portabilidade e movimento, constituindo, assim, através da circulação de sentidos e significados, os artefatos culturais (Anjos, 2021).

Observamos, portanto, o *TikTok* incentivar o *consumo* de forma partilhada, uma vez que os utilizadores podem dividir seus gostos musicais, estilo de vida, modos de alimentação, dicas de leitura, e tantas outras, gerando identificações e desejos. A exemplo dessas mudanças, podemos citar as repercussões geradas no consumo e na indústria

musical que é responsável pela produção massificada de bens culturais com o objetivo de gerar lucro e padronizar o consumo. No contexto do *TikTok*, por exemplo, essa lógica se manifesta na forma como músicas são impulsionadas por algoritmo, favorecendo repetições e reforçando estilos musicais, privilegiando músicas curtas, com batidas marcantes e trechos facilmente reproduzíveis e memorizados.

Neste contexto, os adolescentes são um dos principais públicos do *TikTok* e, como consumidores sempre conectados, tornam-se alvos estratégicos da Indústria Cultural. A plataforma não apenas define quais músicas se tornam populares, mas também influencia comportamentos, estilos e até mesmo formas de expressão artística. Jovens são constantemente expostos a conteúdos que moldam seus gostos musicais e hábitos de *consumo*, criando uma cultura de tendências efêmeras. Além disso, muitos artistas e gravadoras utilizam o *TikTok* como ferramenta de marketing, investindo em influenciadores para viralizar lançamentos, reforçando o papel da plataforma como uma extensão da Industria Cultural.

Segundo Battistella (2022), a distribuição musical na plataforma se tornou um espaço central para a descoberta e viralização de músicas. O formato baseado em vídeos curtos, aliado a desafios, trends e dublagens, faz com que músicas antigas e novas ganhem visibilidade rapidamente. Além disso, o algoritmo do *TikTok* impulsiona conteúdos musicais de forma orgânica, permitindo que artistas independentes alcancem grandes audiências sem a necessidade de intermediários tradicionais da indústria musical, como gravadoras e rádios. Dessa forma, não apenas transforma o consumo musical contemporâneo, mas também influencia diretamente o sucesso e a circulação de determinadas canções no mercado.

Neste sentido, notamos esse cenário produzir identificações entre os utilizadores da rede e o conteúdo "viralizado" em determinado momento. Diante disso, ressaltarmos que a *identidade*, discutida por Du Gay *et al*. (1997), caracteriza-se pelo processo de identificação entre o artefato e sentidos produzidos e o utilizador/consumidor. Ora, como pontuado por eles, o artefato não possui os sentidos intrínsecos, é a partir da linguagem publicitária que esses sentidos são gerados e atribuídos, criando uma identificação entre artefato-utilizador.

Esse processo, como descrito por Anjos (2021), é o mais transversal em relação aos outros. Ela aponta que a *identidade* se articula com a *representação* – uma vez que a identidade a utiliza para constituir a identificação -, o *consumo* – pois a partir do uso, há a modificação e atribuição de sentidos, gerando identificação entre grupos –, a *produção*

– idealizada para o utilizador/consumidor se identificar com o artefato –, e a *regulação* – que estabelece normas e diretrizes, gerando um grupo com uma identidade específica.

Esse processo de identidade proposto pelos autores do circuito da cultura corrobora com os estudiosos já citados nesta dissertação. Pois entendemos, a partir de – Stuart Hall, Ciampa, Baumann e Erik Erikson –, que a *identidade* é plural. Assim, ela está em constante transformação e sofre influências do meio cultural, social, político, econômico e histórico que está inserida. Os processos de identificações gerados pelo artefato cultural possibilitam que o seu utilizador esteja em contato com uma *identidade* que não é rígida e fixa, mas sim uma *identidade* que é metamorfose E, assim, o adolescente entra, portanto, em contato com práticas culturais e sociais geradas por esses artefatos que repercute em suas comportamentos e *identidades*.

Não obstante, as falas dos entrevistados nos apontam para o que a teoria discute. Os participantes indicam que o *TikTok* exerce ou já exerceu influências nas suas práticas sociais e culturais, comportamento ou *identidade*, seja gerando novas ou modificando as anteriores. De fato, conseguimos analisar, em suas falas, as repercussões desta rede digital e, observamos, que ela, em sua maioria, gera processos de identificações entre esses adolescentes e os vídeos que consomem. A seguir, o quadro 5 é composto por passagens que demostram isso.

Quadro 5 – Passagens das entrevistas com os adolescentes sobre o processo da *identidade*

C1: “Tipo, eu vejo um vídeo. Aí, já pego a mania ali. Aí já começo a falar. Aí, se tu vê todo mundo que está ali, o vídeo já passou e tudo mundo pega a gíria também”.
E: “Antes eu tinha, tipo, um certo estilo. E, aí, eu fui vendo que eu não me encaixava naquele estilo, porque eu segui por conta do *TikTok*, que muita gente na época, assim em 2020, era, tipo, gostava mais de rock, essas coisas. Aí, eu fui pesquisando, e eu já gostava de rock, só que eu quis virar emo e eu vi que eu não me encaixava naquilo. E com o tempo eu fui vendo isso. Eu parei, aí hoje em dia, [...] não sou mais emo” “Eu era mais tímida antes e, por volta de 2020, inclusive, eu tinha muito medo. Eu usava máscara, porque eu tinha vergonha [...]. E eu adotei esse comportamento depois, porque antes eu não tinha vergonha. E, aí, eu comecei a ver no *TikTok*, o povo tinha a pele tudo limpinha, [...] aí, eu comecei a usar máscara. E, aí, eu fiquei mais tímida ainda. E, só depois de um tempo, que eu fui me, tipo, me socializando mais”.

"Tipo eu consegui me socializar mais por conta do *TikTok*. Por conta de vídeos que eu via, pessoas dando dicas, tipo como tu se comportar melhor em um ambiente, por exemplo, em apresentar [...] um trabalho, um simulado, [...] seminário em sala de aula. Eu tinha muita vergonha e com o tempo eu fui vendo vídeos no *TikTok* de pessoas dando dicas de como se 'ambiverter' mais, conversar mais. E, aí, eu comecei a me soltar mais [...]".
M3: "Acho que influencia muito no meu comportamento, porque eu inconscientemente me espelho no que eu estou assistindo. Aí tem coisas que não são muito legais que eu acabo reproduzindo isso em casa e não é legal. Influencia tanto positivamente quanto negativo, mas acho que influencia mais negativo do que positivo".
D1: "Eu mudei meu comportamento muito, assim, tipo, porque além de acompanhar vídeo de beleza, essas coisas, eu também sigo uma mina do *TikTok* que ela faz bastante vlog, né? E eu fiz a prova do IFMA [Instituto Federal do Maranhão]. Então, ela sempre mostrava rotinas de estudo. Então, eu mudei o meu comportamento, tipo, eu tive que largar mais celular, abrir mão mais do celular e, tipo, ter mais rotina de estudo, né? Era algo que eu não tinha. Isso mudou muito meu comportamento".

Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Esses trechos de entrevistas nos demostram as identificações que os participantes teceram com os conteúdos achados na rede *TikTok*. Eles apontam também para repercussões dos "*influencers*" em suas escolhas, corroborando com o que o psicanalista Erik Erikson (1987) afirma sobre os adolescentes recorrerem a ídolos e ideais como guardiões de uma identidade final, uma vez que ainda se encontra em um processo de formação da identidade. Neste sentido, cabe ressaltar o que foi relatado pela adolescente M6: "Eu acho que inconscientemente a gente começa a talvez se vestir de certa forma, porque a gente viu tal *influencer* se vestir daquela forma. Aí a gente 'nossa, que legal. Também quero me vestir daquela forma'. Ou maquiagem, ou um jogo ou, tipo, até mesmo academia. Acho que...acho que o *TikTok* me influenciou mais a começar a academia por causa, né... porque eu vejo pessoas se exercitando, vejo que faz bem".

Todavia, não só M6 fala sobre essa identificação com um grupo ou com um sujeito em específico. Verificamos, também, que outros participantes relataram sobre essa relação entre o *TikTok* e o processo de identificar-se com um grupo. E, a partir do discutido por Paul Du Gay *et al.* (1997), verificamos que o artefato cultural pode gerar identificações, associando os utilizadores a práticas e grupos sociais específicos.

Ademais, essas identificações contribuem para o *consumo* – demostrando, assim, uma articulação entre os processos que compõem o circuito. Conseguimos perceber essa interação *consumo-identidade* a partir dos relatos dos participantes, como declara o adolescente P: "Comecei a me vestir de uma forma. [...] Eu vestia antes, era mais aqueles, 'cria de RJ', né? Aí, agora eu tô mais 'playboy de Fortaleza'"; e a adolescente M2: "Creio que sim [comecei um comportamento após o uso do TikTok]. Principalmente ali durante a pandemia. Teve até uma moda viral que era o estilo 'tie dye' que era as roupas manchadas. Aí, nesse período aí, todo mundo queria ter, então acabei indo nessa moda também [...]". Assim, a partir do *consumo*/uso desta rede digital, as *identidades* dos adolescentes foram sendo modificadas.

6.2.3 Consumo

O *consumo* transforma os artefatos à medida que os consumidores os utilizam, influenciando-os, também, a partir das posições que ocupam no contexto sociocultural (Anjos, 2021). Isso pode ser observado nas pesquisas realizadas pelo próprio *TikTok* dentro da plataforma, bem como no funcionamento dos algoritmos, que ajusta e personaliza os conteúdos recomendados de acordo com os interesses e preferências de cada utilizador.

Observamos, no entanto, que não é somente o artefato que sofre com modificações através do *consumo*, mas também o seu consumidor/utilizador. Isso porque esse processo articula-se com a *identidade*, ou seja, consumir determinado produto/artefato gera identificações entre esses sujeitos. Du Gay *et al*. (1997) destacam que as práticas de *consumo* estão ligadas a padrões sociais diferentes, isto é, essas práticas possuem uma *identidade* que se vincula a um determinado grupo. Assim, o emprego de um artefato ou produto específico se configura como um elemento distintivo, funcionando como marcador de identidades entre diferentes grupos sociais (Anjos, 2021).

Cabe observar que a maior parte dos participantes tiveram como motivação para começar a usar/consumir o *TikTok*, o fato de amigos e/ou familiares também o utilizarem, em uma tentativa de "estar por dentro" de uma novidade e pertencerem a um determinado grupo. Como relatado pelo participante J2:

> [comecei a usar o *TikTok*] por causa que tinha muita gente usando. E por causa que eu estava vendo no *YouTube* que no *TikTok* tinha os criadores de conteúdo sobre futebol muito legais. [...] E, também, por causa que, tipo, eu comecei em 2022. Mas o *TikTok* tinha se popularizado muito na pandemia. Aí tava todo mundo usando, aí eu comecei a usar.

D1 também comenta: “foi por ver vários amigos meus usando e sempre compartilhando coisa, né? Aí para compartilhar, quando eles enviavam lá, eu tinha que abaixar, né? Aí, por influência, eu fui [e] abaixei”.

Além disso, observamos que, a partir dos sentidos produzidos pela rede, os adolescentes começaram a consumir determinadas atividades ou objetos. Como exposto no quadro 6, o *consumo* desta rede levou os participantes adquirirem ou modificarem práticas que já possuíam, gerando, inclusive, processos de identificações com outros grupos ou interesses.

Quadro 6 – Passagens das entrevistas com os adolescentes sobre o processo do *consumo*

M3: “Talvez um pouco mais consumista. Porque vejo muito, aparece muito conteúdo na minha ‘*for you’* de pessoas comprando produto exageradamente. Sem: ‘ah, eu vou usar aquilo’. Não, só pra ter. Ainda mais que eu consumo aquela parte de livro. Aí, tem muita gente que compra só pra tá na estante. Aí, acho que foi isso também”
M4: “Eu comprei sim [por influência do *TikTok*]. Aparecia muita propaganda de celular e tudo, aí, com isso, até comprei meu celular”. “O *TikTok* me influenciou bastante na questão de roupa. Eu mudei tanto que, até essa bermuda que eu estou utilizando aqui foi do próprio *TikTok*. Aí eu comecei usar várias bermudas assim que tá na moda, que é a ‘bermuda mauricinho’. Aí tô usando direto isso por conta de *TikTok*. Eu gostei, aí tô usando direto”.
D3: “Já, já, já tive experiência de comprar coisas [por influência do *TikTok*] tipo roupa, comida, experimentar até comidas aí”.
P: “[O *TikTok*] me influenciou no futebol. É... o que mais? Em carros e, agora, em perfume. [...] Tipo, agora eu estou começando a estudar mais sobre perfumes, fragrâncias [...] Carro também. Tanto que eu hoje estou seguindo várias páginas de carros esportivos de São Luís”.
D1: “Por exemplo, como eu consumo vídeo mais de beleza, eu sempre é...por exemplo, na hora de maquiar ou algo do tipo, quando eu ouço uma dica, eu sempre vou e tento para fazer, para ver se realmente é o que falam”.

Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

E, por fim, o *consumo* da rede *TikTok* repercutiu também na forma como eles lidam com o uso do celular. Os adolescentes afirmam que passam horas na rede e já esqueceram de realizar ou adiaram tarefas, pois estavam no *TikTok*. Este fato leva-os a refletir sobre o

seu *consumo* e pontuarem que já tentaram ou por conta própria ou por intervenção dos responsáveis regular o tempo de uso nesta rede.

6.2.4 Regulação

Um outro aspecto abordado no circuito da cultura é a *regulação*. Segundo Anjos (2021), o conceito de *regulação* estaria ligado a manutenção da ordem. Neste sentido, ao pensar sobre a rede *TikTok*, podemos indicar diversas formas de *regulação* do seu uso, desde políticas internas da própria rede digital a regulamentações políticas de um país. Nesta dissertação, discutiremos as questões relacionadas as diretrizes do *TikTok* e o controle que o utilizador ou o seu responsável possui em relação ao uso.

Quanto as diretrizes da comunidade, o *TikTok* (2024) aponta que elas possuem o objetivo de tornar o uso desta rede em uma experiência de acolhimento, segurança e diversão. Para isso, existem normas que são aplicadas em seus utilizadores e são – como apontados por eles – atualizadas constantemente. O quadro abaixo mostra as diretrizes especificadas no site desta rede digital.

Quadro 7 – Diretrizes do *TikTok*

	COMO REALIZAR?
Moderação de conteúdo	• Remover conteúdo que não permitimos; • Restringir conteúdo que não seja adequado para jovens; • Tornar inelegível o conteúdo que não atenda aos nossos padrões de recomendação para o *feed* "Para você"; • Capacitar nossa comunidade com informações, ferramentas e recursos.
Princípios da comunidade	• Evitar danos; • Permitir liberdade de expressão; • Incentivar a civilidade; • Respeitar o contexto local; • Celebrar a inclusão; • Proteger a privacidade individual; • Oferecer transparência e consistência; • Ser imparcial e justo.

Fonte: TikTok (2024)

Ademais, a *regulação* desse uso também pode ser realizada pelo próprio utilizador ou, em especial quando discutimos sobre adolescentes, por seus responsáveis. Durante as entrevistas, questionamos aos participantes sobre o monitoramento parental referente ao seu uso no *TikTok*. Diante disso, obtivemos respostas que apontaram que os pais e responsáveis, em sua maioria, sabem que eles – os adolescentes – usam a rede *TikTok*, no entanto não possuem ciência sobre os conteúdos que eles assistem. Somente uma participante aponta que a mãe controla os vídeos que ela acessa através de um aplicativo. Como identificamos, geralmente, são os adolescentes que possuem a iniciativa de compartilhar com os pais sobre os vídeos que assistem ou produzem no *TikTok*.

Há necessidade de discutir a *regulação* a partir dos algoritmos e da relação público – privado, visto que existe uma construção de sentidos para organização e consumo das informações. As plataformas digitais, embora operadas por empresas privadas, exercem um impacto significativo na esfera pública, influenciando a opinião, o comportamento e até mesmo a percepção de realidade dos utlizadores. Dessa forma, a *regulação* deve buscar um equilíbrio entre os interesses comerciais dessas plataformas e os direitos dos cidadãos, garantindo transparência, responsabilização e proteção dos dados e da privacidade.

Em termos práticos, urge estabelecer diretrizes que obriguem as empresas a revelar os critérios e mecanismos utilizados em seus algoritmos, permitindo que haja uma compreensão maior sobre como os conteúdos são filtrados e recomendados. Além disso, é fundamental criar mecanismos de supervisão que envolvam tanto o setor público quanto a sociedade civil, para que as políticas regulatórias possam refletir os interesses coletivos e assegurar um ambiente digital inclusivo e seguro, onde a liberdade de expressão coexista com a proteção contra abusos e desinformação.

6.2.5 Produção

E, por fim, destacamos o processo de *produção* presente no circuito cultural. Observamos, a partir das discussões de Anjos (2021) e Du Gay *et al.* (1997), que a *produção* está vinculada a ideia de como o artefato cultural é produzido no âmbito da cultura e que as *representações* que o envolve ocorrem de diferentes formas. Assim, também evidenciamos que a articulação entre consumo e *produção* aponta para modificações nesse artefato, construindo significações e ressignificações, gerando uma cultura própria (Anjos, 2021).

A partir da *produção* deste artefato – seja pela empresa ou pelo utilizador quando falamos das mídias digitais –, notamos o desenvolvimento de *identidades* no sujeito que se vinculam a ele, visto que a partir da *produção*/criação de *representações*, verificamos a gênese das *identidades*.

Ao relacionar essas questões com o *TikTok*, percebemos que esta rede digital possui uma forma de *produção* específica. Como o próprio site do *TikTok* aponta, a mídia desenvolvida dentro desta rede geralmente caracteriza-se por uma curta duração e de fácil reprodução. Como posto pelo Stokel-Walker (2022), os idealizadores do *TikTok* tinham como objetivo criar uma rede digital a qual o utilizador pudesse produzir e editar vídeos com facilidade. Assim, ao realizarmos uma rápida exploração no conteúdo presente dentro da rede, nos deparamos com vídeos com edições simples, relacionáveis e fáceis de reproduzir.

Em relação as vivências dos adolescentes entrevistados, 58% não produzem conteúdo para o *TikTok*. Dentre os que produzem, a fala da adolescente M6 corrobora com a ideia de que é característico desta rede a popularização de vídeos de fácil replicação. Assim, confirma-se a ideia de que o *TikTok* é uma rede de fácil acessibilidade e que todos possuem um espaço para criar. A adolescente relata: "Gravo, só que eu, geralmente, não posto tanto. Agora eu estou começando a postar mais, porque eu estou começando a pegar o jeito, começando a gostar. [...] Não é tipo, vídeos *vlogs*, essas coisas. São mais *trends* que eu vejo que passa no *TikTok* e eu sinto vontade mesmo de fazer".

Vale ressaltar que não só adolescentes produzem para a plataforma, muitas marcas e influenciadores digitais são produtores consideráveis. Produzir para o *TikTok* significa criar conteúdo em formato de vídeos curtos, geralmente com uma duração que varia de alguns segundos a um minuto, voltados para engajar, entreter ou informar uma audiência.

A *produção* de conteúdo no *TikTok* envolve levar em consideração a dinâmica da plataforma, que é marcada por tendências virais, músicas populares, desafios e temas que estão em alta. Os criadores de conteúdo adaptam seus vídeos para aproveitar esses elementos populares, além de utilizar ferramentas como efeitos especiais, edição criativa e interações com outras postagens para aumentar o alcance e engajamento. E a plataforma facilita o processo de *produção*, pois disponibiliza muitas ferramentas de fácil manuseio.

Produzir para o *TikTok* também implica compreender o algoritmo da plataforma, que favorece vídeos compartilhados, comentados e curtidos, com base no comportamento do utilizador, tornando a *produção* altamente orientada ao engajamento prévio e à viralização.

Significa criar conteúdos audiovisuais curtos e impactantes, adaptados às especificidades da plataforma. Isso envolve o uso de recursos visuais, músicas, efeitos e desafios que dialogam com as tendências e o formato vertical, além de considerar as particularidades do algoritmo, que favorecem conteúdos que gerem engajamento rápido. Dessa forma, o produtor precisa combinar criatividade, autenticidade e uma compreensão dos comportamentos do público para que seus vídeos se destaquem e se tornem virais.

7 LIMITAÇÕES E POTENCIALIDADES: últimas palavras sobre este estudo

Diante do cenário ao qual estamos vivendo – a fusão do digital com o real e desenvolvimento de Inteligências Artificiais –, retornamos a frisar a importância da academia, inclusive da Psicologia, em desenvolver estudos sobre a temática. Ora, cada vez mais percebemos que os aparatos digitais, inclusive, as redes sociais digitais ocupam o centro da vida cotidiana dos sujeitos.

Como já mencionado anteriormente neste estudo, utilizamos as redes para conectarmos com o mundo, seja para o trabalho, socializar, comprar ou se divertir. Encontramos no digital uma extensão do real e não conseguimos falar mais sobre uma separação entre esses espaços. Dados já nos apontam sobre essa presença constante nas redes, segundo o site Statista (2024a), cerca de aproximadamente 5,22 bilhões de pessoas ao redor do mundo estão conectadas às redes sociais digitais.

Não nos restam dúvidas, como descrito por Byung-Chul Han (2018), nos deparamos com transformações em nossos comportamentos, percepções, sensações e pensamentos em nossa vida devido às mídias digitais. No entanto, o autor reflete que por estarmos tão absortos pelas redes, não avaliamos as consequências decorrentes delas. Estamos, portanto, vivenciando as mudanças à medida que usamos as redes e a cada dia somos apresentados a diversas possibilidades de interações e conexões.

Neste sentido, nos deparamos com novas redes digitais que trazem modificações e merecem nossa atenção. No caso desta dissertação, optamos pelo *TikTok*, uma vez que esta rede digital revolucionou o modo de produção de conteúdo e trouxe repercussões nos âmbitos sociais, políticos, econômicos e culturais. Observamos que a combinação, vídeos de curta duração e algoritmo de recomendação personalizada, influencia na cognição, emoções, identidades, autoimagem e saúde mental do utilizador de todas as faixas etárias. Além disso, é notável que esta rede não tenha surgido no Vale do Silício, como a maior parte das redes sociais digitais que se popularizaram no Ocidente. O *TikTok* origina-se da China e isso implica em uma série de questões que repercutem, inclusive, no seu utilizador.

E entre esses utilizadores estão os sujeitos que se encontram na adolescência – uma fase do desenvolvimento humano marcada por mudanças físicas, cognitivas, sociais e psicológicas. Assim, estamos diante de uma população vulnerável digitalmente. Ora, esse adolescente está exposto a uma série de conteúdos e pessoas. Expostos a discurso de

ódio, aliciamento *on-line*, *cyberbullying*, desafios que podem colocar a vida em perigo e outras questões que podem gerar repercussões negativas a eles.

Ao longo das entrevistas, questões sobre essa exposição a conteúdos que podem gerar prejuízo ou desconforto aos adolescentes utilizadores da rede foram surgindo. Participantes relataram sobre comportamento de comparação ao assistir vídeos sobre realidades de classes econômicas mais altas ou exposição a conteúdos sobre a morte de animais ou sobre pessoas em momentos de tristeza e melancolia que os deixaram tristes. O que nos leva a reflexão sobre os conteúdos as quais esses adolescentes são expostos e a forma como eles reagem a esta exposição.

Observamos o caso do adolescente J2, de 12 anos. Ele possui dois perfis na rede *TikTok*, um pessoal e outro para produzir vídeos sobre futebol. Ele, então, relata um episódio que ocorreu na conta sobre futebol, a qual sofreu com comentários negativos:

> teve um vídeo meu que deu... tava, tipo, indo pra... tinha 8.000 [visualizações]. Só que, tipo, tava 8.000, mas tava crescendo muito. Acho que ia pegar mais de 10.000 [visualizações]. Só que eu apaguei o vídeo. Por causa que tinha comentários – que eu tinha errado um negócio – tinha um bando de comentário falando. Aí eu não gostei não. [...] Aí eu parei um pouco e fiquei mais na minha outra conta.

Assim, nos questionamos até onde esses adolescentes estão seguros nas redes digitais? Quais fatores podem proteger esse adolescente vulnerável digitalmente? Quais estratégias eles adotam ao se deparar com esses momentos?

No caso relatado por J2, verificamos que o adolescente, na tentativa de lidar com os comentários negativos, excluiu o vídeo e não acessou o perfil em questão por um período. Ele não se corrigiu ou se desculpou pelo erro, o seu comportamento foi não lidar com o problema que surgiu. Isso pode gerar algumas reflexões sobre a forma de enfretamento diante do digital. A facilidade que o utilizador tem em excluir ou deixar de seguir alguém face a um desentendimento, nos leva ao entendimento das relações a partir da ótica do consumo, como já proposto por Bauman (2005). Assim, no momento que algo não é interessante ou útil, descarto. Mas quais repercussões isso traz ao sujeito e a relações que ele estabelece?

Nos deparamos, ao longo dessa dissertação, com essas perguntas e outras relacionadas aos aspectos cognitivos, psicológicos, emocionais e físicos destes adolescentes. As redes digitais exercem influência na saúde mental e física desses sujeitos, como posto por Sales, Da Costa e Gai (2021, p. 7), "[...] pode afetar os hábitos alimentares, sedentarismo, comportamentos violentos ou agressivos, uso ou abuso de

substâncias lícitas e ilícitas, depressão, transtornos de imagem corporal, alterações no ciclo sono/vigília, hiperatividade e transtornos de conduta".

É interessante também discutir que estamos em um momento em que a atenção ocupa um lugar de destaque entre as empresas e plataformas de mídias digitais. Goldhaber (1997) fala sobre a "economia da atenção" e afirma que em um mundo onde há um excesso de informação, especialmente com o advento da internet, a atenção é um recurso valioso. Ora, a economia é governada pela escassez e Goldhaber pontua que nos tempos atuais nos deparamos com a atenção, um recurso escasso e disputado pelas organizações. Como define Brisola (2021, p. 43), a economia da atenção:

> [...] deve ser compreendida como a maneira com que um indivíduo dedica sua atenção ao acompanhar uma informação ou narrativa qualquer, em um veículo/tecnologia de comunicação e informação. Consequentemente essa atenção é captada e capitalizada pela publicidade ou recolhimento de dados que, depois, podem e serão comercializados.

É certo que as empresas, organizações, plataformas digitais e criadores de conteúdo irão explorar este recurso e desenvolverão formas de capturar e manter a atenção dos sujeitos, inclusive, dos utilizadores de redes sociais digitais. Assim, nos deparamos com vídeos e outras mídias pensadas para manter o sujeito utilizando a rede.

O *TikTok* é um exemplo perfeito sobre essa economia da atenção. Composto por vídeos curtos, relacionáveis, simples e recomendados de acordo com os interesses do seu utilizador, o sujeito despende horas a fio assistindo aos vídeos do *TikTok*. Nas entrevistas realizadas com os adolescentes, eles trazem relatos sobre esse tempo de tela (quadro 8). E, neste sentido, um dos outros questionamentos suscitados pela pesquisa foi sobre as consequências que este tempo de tela pode gerar na cognição, vida social e acadêmica dos adolescentes.

Quadro 8 – Passagens das entrevistas com os adolescentes sobre tempo de tela

G: "Eu percebi que tô... eu tô ficando, mas viciado. E tô ficando um pouquinho mais preguiçoso"
C1: "Perco muito tempo. perdi. Me deixa, tipo assim, eu quero fazer alguma coisa, aí eu esqueço. Fico no *TikTok*. Aí, não faço mais. Aí acabo perdendo tempo. Não faço mais nada".
D3: "[O *TikTok* me influencia] mais ou menos, dependendo, assim, mais vício. Me deixa mais viciado em celular. Aí ele tira possibilidades de algumas coisas. Tipo marca alguma coisa, às vezes eu esqueço".

Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Logo, durante esse percurso nos deparamos com diversas questões que apontam que o digital entrelaça e modifica o sujeito. O que nos leva a pensar a necessidade do campo da Psicologia se apropriar das discussões que envolvam as tecnologias, uma vez que não está desconectado das relações mediadas contemporâneas. Entendemos, inclusive, a necessidade dessa discussão ocorrer nos espaços acadêmicos, sendo incorporada nas disciplinas já existentes ou incluída na matriz curricular da graduação em Psicologia.

Devemos ressaltar, também, que é necessário pensarmos em formas de minimizar as consequências negativas decorrentes desse uso excessivo e inadequado pelos adolescentes. E entendemos a importância da Psicologia em debruça-se sobre esse fenômeno. Assim, a partir do estágio em docência em mídia e educação (durante o mestrado), refletirmos que uma das formas de minimizar esses efeitos seria através da educação midiática e do letramento digital.

Neste sentido, educar os adolescentes a respeito das mídias que consomem, contribuiria para diminuir os riscos e torná-lós menos vulneráveis. Educá-los sobre o funcionamento e as repercussões das mídias digitais, e em especial das redes sociais digitais, é potencializá-los enquanto utilizadores. Como posto por Varela (2023), ao explorar as oportunidades e potencialidades proporcionadas pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), estamos tornando os utilizadores em cidadãos digitais com uma participação e uso efetivo, seguro, crítico e responsável.

E essa educação pode ser realizada pela escola ou pelos próprios responsáveis desses adolescentes. Mais que proibir o uso das redes digitais ou dos dispositivos móveis que dão acesso a elas, é necessário conscientizá-los sobre as repercussões e orientá-los sobre seu funcionamento, políticas e diretrizes. Viabilizar o letramento digital desses adolescentes é um recurso interessante para criar um ambiente de harmonia no digital. Cabe ressaltar que o letramento consiste em “[...] integrar e incorporar o conhecimento no mundo virtual, [...] exigindo habilidades e competências específicas, permitindo que os indivíduos se relacionem e se interajam com os objetos tecnológicos e entre si, fazendo com que se potencializem suas práticas” (Pedroso; André, 2019, p. 8).

Além disso, esse letramento digital também pode ser realizado com os pais e/ou responsáveis desse adolescente. Como verificamos nas entrevistas, os participantes apontam que seus pais não têm conhecimento sobre os conteúdos acessados e não possuem estratégias para monitorá-los. O que nos leva a questionar o porquê dessa falta de monitoramento.

Neste sentido, levantamos a hipótese que existe a possibilidade desses responsáveis não terem conhecimento sobre o funcionamento do *TikTok* e/ou outras redes ou terem dificuldades para acessá-las. O que contribui para esse desconhecimento e, consequentemente, para um uso negativo das redes pelos filhos. Ora, como aponta Terras e Ramsay (2016, p. 01), "[...] o uso da tecnologia pelos pais está intimamente relacionado ao de seus filhos". Assim, realizar o letramento digital com eles (os pais) é fundamental, pois são eles os principais atores no desenvolvimento do letramento da família e são, também, o exemplo para os filhos na utilização das mídias digitais (Nurhayati *et al*., 2022).

Cabe observar também que a escola possui um importante papel nesse processo. Ofertar oficinas ou palestras que abordem sobre o funcionamento e repercussões sobre as redes digitais (inclusive o *TikTok*) possibilita que o adolescente tenha criticidade ao utilizar essas redes. Uma vez que, mesmo proibindo-os de utilizar no ambiente escolar, os adolescentes continuarão a utilizá-las em casa (local de maior uso de acordo com os participantes desta pesquisa) e esse uso, caso seja excessivo e inadequado, pode impactar negativamente o desempenho escolar.

Ademais, além de estabelecer estratégias para informar os adolescentes, a escola pode utilizar dessas redes durante o processo de educação e aprendizagem de seus alunos. Ora não acreditamos ser a melhor opção excluir as redes do convívio deles. Como vimos, a redes digitais possuem um papel central na vida desse sujeito e, em algum momento, eles irão precisar delas. Capacitá-los é torná-los, como já mencionado nessas considerações ao citar Varela (2023), em cidadãos digitais.

Em síntese, a escola e os professores podem utilizar o *TikTok* (e outras redes sociais digitais) como uma ferramenta de suporte/apoio para o processo de educação (Maria; Porto, 2023; Santos; Carvalho, 2020). Como posto por Maria e Porto (2023, p. 1, grifo nosso), "acredita-se que o uso do *TikTok* como apoio às aulas possa contribuir para o desenvolvimento da aprendizagem e estimular a reflexão sobre as práticas comunicativas nas universidades [, escolas] e aplicativos digitais". E, assim, as autoras apontam que esta rede também pode promover uma maior interação dos alunos na construção do próprio conhecimento, ao utilizar recursos básicos, divertidos e gratuitos (Maria; Porto, 2023).

No entanto, está não é uma ação simples. Ela envolve uma postura ativa do estudante, envolvendo ações de: pesquisa, análise, reflexão crítica dos conteúdos encontrados (Santos; Carvalho, 2020; Da Silva Monteiro, 2021; Da Silva Monteiro,

2020). Além da necessidade de os professores terem conhecimento sobre o *TikTok* e saberem utilizá-lo de forma didática e integrada ao plano de ensino. Todavia, observamos que ao integrar o espaço educacional com o ciberespaço, verificamos a criação de um ambiente de colaboração e intercâmbio de informações, proporcionando possibilidades educativas e preparando o aluno para o espaço *on-line* (Mauricio; Pareschi; Mill, 2023).

Aliás, para além de uma ferramenta de educomunicação, podemos destacar outros aspectos positivos do uso das redes e do *TikTok*. Identificamos que elas podem influenciar positivamente na socialização; no estímulo a criatividade; no acesso a culturas diferentes; no contato com pessoas que possuem um mesmo interesse; no acesso à informação ou podem ser uma fonte de entretenimento para esses utilizadores (Lin, 2023; Su *et al*., 2021; Zhao, 2021).

Como vimos nas entrevistas com os adolescentes, muitos entendem o *TikTok* como uma fonte de lazer e entretenimento, e relatam se sentirem felizes e alegres ao acessar a rede. Os participantes também mencionam que aprenderam realizar determinadas atividades na rede ou foram influenciados a iniciar hábitos saudáveis, como atividade física ou alimentação saudável, a partir dos conteúdos acessados.

Um outro aspecto que gostaríamos também de discorrer é sobre as limitações e potencialidades deste estudo. Destacamos como limitação a amostra da pesquisa, uma vez que ela se caracteriza como uma amostra não probabilística e, assim, os resultados obtidos não podem ser generalizados para a população, sendo, portanto, caracterizada como um recorte. No entanto, essa forma de amostragem adequou-se a estudo por nós proposto, uma vez que tinha um caráter exploratório e qualitativo.

A metodologia *snowball* pode ter um viés de homogeneidade, pois os participantes são recrutados por indicações de outros, podendo ter uma tendência de perfis semelhantes. Logo, dependemos sempre das redes de contato e das conexões entre os participantes e isso pode resumir o critério de variabilidade de sujeitos. Por consequência, respeitando as dificuldades de acesso ao público adolescente devido às questões éticas, tentamos apresentar uma amostra que perpassasse por distintas regiões na Grande Ilha (ver figura 9).

Ademais, observamos que estudos como o apresentado são importantes para compreendermos os adolescentes locais, suas preferências e usos. E os dados obtidos nos apontam para uma realidade existente: notamos uma influência da rede nos adolescentes da Grande São Luís e que eles possuem a percepção que o *TikTok* é uma rede digital que exerce influência nos seus utilizadores. Assim, sugerimos que estudos posteriores

busquem ampliar a compreensão dessas repercussões em uma amostra maior e que os dados possam ser generalizados para a população.

Acreditamos também que outros estudos possam derivar da pesquisa em questão. Futuros pesquisadores podem investigar sobre as repercussões cognitivas devido ao uso desta rede; impactos na autoestima devido a comportamentos de comparação entre os utilizadores e a realidade exposta pelos "*influencers"*; os efeitos da exposição a discurso preconceituosos – que por vezes passam "desapercebidos" pelas diretrizes da rede –, comportamento de consumo após exposição a publicidade no *TikTok* e suas impactos na saúde do sujeito. Estes e outros temas trazem contribuições significativas para o campo da Psicologia no Maranhão e ampliam as pesquisas do Programa de Pós-graduação a partir da pesquisa com temas de fronteiras.

Consideramos que analisar os conteúdos expostos no *TikTok* é necessário, pois além da plataforma, aquilo que é produzido e disseminado nela traz repercussões no sujeito e, inclusive, na *identidade* como observado por esta dissertação. Por fim, o estudo apresentando tende a contribuir com minha prática clínica com adolescentes e esperamos que este estudo possa instigar futuros pesquisadores em análises que pretendem produzir.

REFERÊNCIAS

ABERASTURY, Arminda. O adolescente e a liberdade. In: ABERASTURY, Arminda; KNOBEL, Maurício. **Adolescência normal**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1981. p13-23.

ANDRADE, Débora El-Jaick. Redes sociais e história digital. **Revista de Matemática, Ensino e Cultura – REMATEC**, n. 44, e2023004, 2023.

ANJOS, Ana Carolina Costa dos**. Quando a pauta é representação, vale mais identidades ou empreendedorismo de si?** uma análise de youtubers negro (a/e) s brasileiro (a/e) s. 2021. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2021.

ARAÙJO, Carlos Alberto Ávila. O fenômeno da pós-verdade: uma revisão de literatura sobre suas causas, características e consequências. **ALCEU**, v. 20, n. 41, 2020.

BATTISTELLA, Gustavo Dornelles. **A INFLUÊNCIA DO TIKTOK NO CONSUMO MUSICAL**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2022.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade:** entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BERNI, Vanessa Limana; ROSO, Adriane. A adolescência na perspectiva da psicologia social crítica. **Psicologia & Sociedade**, v.26, n. 1, p. 126-136, 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/psoc/v26n1/14.pdf>. Acesso em: 26 abr. 2022.

BOCK, Ana Mercês Bock. A perspectiva sócio-histórica de Leontiev e a crítica à naturalização da formação do ser humano: a adolescência em questão. **Caderno CEDES**, v. 24, n. 62, p. 26-43, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0101-32622004000100003&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 26 abr. 2022.

BOCKORNI, Beatriz Rodrigues Silva; GOMES, Almiralva Ferraz. A amostragem em snowball (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração. **Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR**, v. 22, n. 1, 2021.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Lei 8.069/90. Brasília, 2021.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Dicionário de referência de TIC. Governo Federal, 2024. Disponível em: https://www.gov.br/mda/pt-br/acesso-a-informacao/governanca-de-tic/dicionario-de-referencia-de-tic-1#S. Acesso em: 26 fev. 2025.

BRISOLA, Anna Cristina C. de A. S. **Competência crítica em informação como resistência à sociedade da desinformação sob um olhar freiriano**: diagnósticos, epistemologia e caminhos ante as distopias informacionais contemporâneas. 2021. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

CAMPANHOLE, Sidney Gomes; MOURA, Vagner Aparecido. Entre o eu e o outro nas relações de subjetividade nas redes sociais. **Aurora**: revista de arte, mídia e política, v. 6, n. 16, p. 41-64, 2013.

CIAMPA, Antônio da Costa. **A estória do severino e a história da severina**: um ensaio de psicologia social. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

CIAMPA, Antônio da Costa. Identidade. In: LANE, S. T. M.; CODO, W. (Orgs.). **Psicologia Social:** o homem em movimento. 8. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1989. p.58-75.

Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br. **TIC Kids Online Brasil 2024**: Principais Resultados. 2024. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_kids_online_brasil_2024_principais_resultados.pdf#page=25.00. Acesso em: 25 fev 2025.

CORREIA, Pedro Miguel Alves Ribeiro; MOREIRA, Maria Faia Rafael. Três grandes marcos da primeira década de história dos sites de redes sociais de larga escala: Friendster, MySpace, Facebook e a sua atomização em sites de redes sociais de nicho. **ALCEU**, v. 15, n. 30, p. 104-116, 2015.

COSTA, Alan *et al.* A emergência da concepção do prosumer na era da comunicação digital. **Universidade de São Paulo. Escola de comunicação e artes. Programa de Pós-graduação em ciências da comunicação**. São Paulo, 2013

Countries with the largest TikTok audience as of April 2023. **Statista**, 2023. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users//. Acesso em: 20 maio 2023.

Countries with the largest TikTok audience as of July 2024. **Statista**, 2024e. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/. Acesso em: 11 nov 2024.

DA SILVA MONTEIRO, Jean Carlos. Aprendizagem criativa no TikTok: novas possibilidades de ensinar e aprender durante o isolamento social. **Open Minds International Journal**, v. 2, n. 1, p. 47-53, 2021.

DA SILVA MONTEIRO, Jean Carlos. Tiktok como novo suporte midiático para a aprendizagem criativa. **Revista Latino-Americana de estudos científicos**, p. 05-20, 2020.

DE SANTANA, Vagner Figuerêdo *et al*. Redes sociais online: desafios e possibilidades para o contexto brasileiro. In: **Congresso da Sociedade Brasileira de Computação**. 2009. p. 339-353.

Diretrizes da Comunidade. **TikTok**, 2024. Disponível em: https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt/. Acesso em: 25 fev 2025.

DU GAY, Paul *et al*. **Doing Cultural Studies**: The Story of the Sony Walkman. Londres: Sage, 1997.

ERIKSON, Erik. **Identidade, juventude e crise**. Rio de janeiro: Editora Guanabara S.A., 1987.

Facebook alcança 1 bilhão de usuários ativos mensais. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/facebook-atinge-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais.html>. Acesso em: 12 nov. 2024.

FERREIRA, Gonçalo Costa. Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 16, p. 208-231, 2011.

FIALHO, Flavi Ferreira Lisboa; MORAES, Ana Luiza Coiro. Estudos Culturais aplicados a pesquisa em mídias audiovisuais: o circuito cultural como instrumental analítico. **Significação**, v. 41, n. 42, p. 67-86, 2014.

FIALHO, Lia Machado Fiuza; SOUZA, Francisca Genifer Andrade de. Juventude e redes sociais: interações e orientações educacionais. **Revista Exitus**, v.9, n.1, p. 202-231, 2019. Disponível em: http://www.ufopa.edu.br/portaldeperiodicos/index.php/revistaexitus/article/view/721/421. Acesso em: 27 abr. 2022.

FICHTNER, Bernd. Tecnologias da informação e comunicação (TIC) como prática cultural de adolescentes e jovens: uma perspectiva filosófica e epistemológica. In: SOUSA, Carlos Ângelo de Meneses (Org.). **Juventudes e tecnologias sociabilidades e aprendizagens**. Brasília: Liber Livro, 2015. p. 43-58.

GAO, Xinting. The Impact Of Douyin (Chinese TikTok) On The Socialization Of Chinese Youth. SHS Web Conf., v. 155, 2023. Disponível em: https://bit.ly/42Rereb. Acesso em: 03 maio 2023.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin. W.; GASKELL, George. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002. p.64-89.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIRARDI, Nínive. **MODA NA ERA DO TIKTOK**: DO SUPERMERCADO DE ESTILOS ÀS TENDÊNCIAS VIRAIS. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2023.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4. ed. LCT, 1981.

GOLDHABER, Michael H. The attention economy and the Net. **First Monday**, *[S. l.]*, v. 2, n. 4, 1997. DOI: 10.5210/fm.v2i4.519. Disponível em: https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/519. Acesso em: 25 feb. 2025.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva & Guacira Lopes Louro. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2020.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio: Apicuri, 2016.

HAN, Byung-Chul. **No enxame**: perspectivas do digital. Tradução por Lucas Machado. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2018.

HAO, Tham Jia; XUAN, Sarah Tan Yu; CHIEN, Ker Yee The Impact of TikTok Toward the Daily Life of Young Adults in Kuala Lumpur, Malaysia. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, v.12, n.7, p.1123-1229, 2023. Disponível em: https://hrmars.com/index.php/IJARBSS/article/view/14128/The-Impact-of-TikTok-Toward-the-Daily-Life-of-Young-Adults-in-Kuala-Lumpur-Malaysia. Acesso em: 03 maio 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

JIANG, Qian; MA, Liangying. Swiping more, thinking less: Using TikTok hinders analytic thinking. **Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, *[S. l.]*, v. 18, n. 3, p. Article 1, 2024. DOI: 10.5817/CP2024-3-1. Disponível em: https://cyberpsychology.eu/article/view/33099. Acesso em: 13 mar. 2025.

KAYE, D. Bondy Valdovinos; CHEN, Xu; ZENG, Jing. The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. **Mobile Media & Communication**, v. 9, n. 2, p. 229-253, 2021

KENNEDY, Melanie. 'If the rise of the TikTok dance and e-girl aesthetic has taught us anything, it's that teenage girls rule the internet right now': TikTok celebrity, girls and the Coronavirus crisis. **European journal of cultural studies**, v. 23, n. 6, p. 1069-1076, 2020.

KING-O'RIAIN, Rebecca Chiyoko. # Wasian Check: Remixing 'Asian+ White'Multiraciality on TikTok. **Genealogy**, v. 6, n. 2, p. 55, 2022.

Leading mobile apps worldwide in March 2024, by downloads. **Statista**, 2024c. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/1448008/top-downloaded-mobile-apps-worldwide/. Acesso em: 11 nov 2024.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIN, Zheng. Analysis of the Psychological Impact of Tiktok on Contemporary Teenagers. **SHS Web of Conferences**, v.157, p.1-4, 2023. Disponível em: https://bit.ly/3MqJ1UK. Acesso em: 03 maio 2023.

LOPES, Andressa Pereira; LARANJEIRAS, Ana Letícia Canuto; NEVES, Reyniel Wandebil Sobrinho; ALENCAR, Valéria Viana. O USO EXCESSIVO DAS TECNOLOGIAS DIGITAIS E SEUS IMPACTOS NAS RELAÇÕES

PSICOSSOCIAIS EM DIFERENTES FASES DO DESENVOLVIMENTO HUMANO. **Caderno de Graduação - Ciências Biológicas e da Saúde - UNIT - ALAGOAS**, *[S. l.]*, v. 6, n. 3, p. 166, 2021.

MANZINI, Eduardo José. Uso da entrevista em dissertações e teses produzidas em um programa de pós-graduação em educação. **Revista Percurso – NEMO**, v.4, n. 2, p. 149-171, 2012. Disponível em: https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Percurso/article/view/49548. Acesso em: 01 maio 2022.

MARIA, Vanessa Andriani; PORTO, Cristiane. O USO DO TIKTOK COMO DISPOSITIVO COMPLEMENTAR DE APRENDIZAGEM NO ENSINO SUPERIOR. **Simpósio Internacional de Educação e Comunicação-SIMEDUC**, n. 11, 2023.

MARTINS, Leylane Meneses; MENDES FILHO, Luiz; SILVA DOS SANTOS, Valdislene. TikTok no turismo: : revisão de literatura integrada a bibliometria. **RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo**, *[S. l.]*, v. 13, n. 1, p. 104–129, 2023.

MAURICIO, Gustavo Carvalho; PARESCHI, Claudinei Zagui; MILL, Daniel. FORMAÇÃO DE PROFESSORES PARA O SÉCULO XXI: UMA BREVE REFLEXÃO SOBRE EDUCAÇÃO HÍBRIDA, CIBERESPAÇO E TDIC. **ESUD CIESUD SIGATEC 2024**, p. 14-14, 2023.

MIRANDA, Luciana Lobo; SOUZA FILHO, José Alves; QUEIROZ, Lílian Lima; VIANA, Vitória Maria Moreira; COELHO, Deborah Osório de Castro. Modos de subjetivação e redes sociais digitais: dialogando com jovens estudantes de escolas públicas de Fortaleza. In: SOUSA, Carlos Ângelo de Meneses (Org). **Juventudes e tecnologias sociabilidades e aprendizagens**. Brasília: Liber Livro, 2015. p. 293-314.

MISKOLCI, Richard; DE FIGUEIREDO BALIEIRO, Fernando. Sociologia Digital: balanço provisório e desafios. **Revista Brasileira de Sociologia-RBS**, v. 6, n. 12, 2018.

Most popular social networks worldwide as of April 2024, by number of monthly active users. **Statista**, 2024d. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/. Acesso em 25 fev 2024.

MUSSI, Ricardo Franklin de Freitas.; MUSSI, Leila Maria Prates Teixeira; ASSUNÇÃO, Emerson Tadeu Cotrim; NUNES, Claudio Pinto. Pesquisa quantitativa e/ou qualitativa: distanciamentos, aproximações e possibilidades. **Revista SUSTINERE**, v. 7, n. 2, p. 414-430, 2019. Disponível em: https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/sustinere/article/view/41193/32038. Acesso em: 01 maio 2022.

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.Br). **Na Mídia - 88% das crianças e adolescentes entre 9 e 17 possuem perfil nas redes sociais**. Disponível em: https://www.nic.br/noticia/na-midia/88-das-criancas-e-adolescentes-entre-9-e-17-possuem-perfil-nas-redes-sociais/. Acesso em: 11 nov 2024.

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.Br). **Pesquisa sobre o uso da Internet por crianças e adolescentes no Brasil**: TIC Kids Online Brasil, ano 2022.

2023. Disponível em: http://cetic.br/pt/arquivos/kidsonline/2022/pais. Acesso em: 20 maio 2023.

Number of internet and social media users worldwide as of October 2024. **Statista**, 2024a. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/. Acesso em: 19 nov 2024.

Number of monthly active users of Douyin in China from December 2022 to February 2024. **Statista**, 2024g. Disponível em: https://www.statista.com/statistics/1361354/china-monthly-active-users-of-douyin-chinese-tiktok/. Acesso em: 11 nov 2024.

Number of TikTok users worldwide from 2018 to 2029. **Statista**, 2024f. Disponível em: https://www.statista.com/forecasts/1142687/tiktok-users-worldwide. Acesso em: 11 nov 2024.

NURHAYATI, Sri et al. A digital literacy workshop training model for child parenting in a fourth industrial era. **HighTech and Innovation Journa**l, v. 3, n. 3, p. 297-305, 2022.

OLIVEIRA, Jaiane Araujo de; SANTOS, Celecina de Maria Veras. **Juventudes e as novas tecnologias da informação e comunicação**: tecendo encontros nas tramas das redes. Universidade Federal do Ceará – CE, 2012. Disponível em: http://www.unicap.br/jubra/wp-content/uploads/2012/10/TRABALHO-91.pdf. Acesso em: 27 abr. 2022.

PAPALIA, Diane E. **Desenvolvimento humano** [recurso eletrônico]. 12. ed. Porto Alegre: AMGH, 2013.

PATRÃO, Ivone. **Guia**: Dependências Online. Orientações para a Gestão Saudável dos Comportamentos Online. 1. Ed. Lisboa: Centro Internet Segura e Fundação para a Ciência e a Tecnologia, 2019.

PECHANSKY, Rafaela. Identidade e cultura: reflexões sobre redes sociais. **Revista Temática**, v.13, n.6, 2017.

PEDROSO, Carolina Vilas Boas Alves; ANDRÉ, Hendryo. **Educação e Comunicação** - Educomunicação e o Letramento Digital. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Porto Alegre, 2019. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-0851-1.pdf. Acesso em 27 fev 2025.

PEREIRA, João Vitor Nunes; PONTES, Ritiele Queles; TOZATTO, Alessandra. A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE . **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, *[S. l.]*, v. 8, n. 10, p. 591–606, 2022. DOI: 10.51891/rease.v8i10.7105. Disponível em: https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/7105. Acesso em: 13 mar. 2025.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2020.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de redes sociais para mídia social**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

SALES, Synara Sepúlveda; DA COSTA, Talita Mendes; GAI, Maria Julia Pegoraro. Adolescentes na Era Digital: Impactos na Saúde Mental. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 9, e15110917800, 2021.

SANTAELLA, Lúcia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SANTOS, Kleber Emmanuel Oliveira; CARVALHO, Ana Beatriz Gomes. Mídias sociais e educação em tempos de pandemia: o TikTok como suporte aos processos de ensino e aprendizagem. **Em Teia: Revista de Educação Matemática e Tecnológica Iberoamericana**, v. 11, n. 2, p. 10, 2020.

SANTOS, Rodrigo Otávio dos. A relação público/privada na juventude mediada pelas plataformas de redes sociais digitais. **Cadernos Metrópole**, v. 24, p. 871-890, 2022.

SEEKIS, Veya; KENNEDY, Richelle. The impact of# beauty and# self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. **Body Image**, v. 45, p. 117-125, 2023. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1740144523000268. Acesso em: 03 maio 2023.

SCHOEN-FERREIRA, Teresa Helena; AZNAR-FARIAS, Maria; SILVARES, Edwiges Ferreira de Mattos. A construção da identidade em adolescentes: um estudo exploratório. **Estudos de Psicologia**, v. 8, n. 1, p. 107-115, 2003.

SHA, Peng; DONG, Xiaoyu. Research on adolescents regarding the indirect effect of depression, anxiety, and stress between TikTok use disorder and memory loss. **International journal of environmental research and public health**, v. 18, n. 16, p. 8820, 2021.

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

Sobre o TikToK. **TikTok,** s.d. Disponível em: https://www.tiktok.com/about?lang=pt_BR. Acesso em: 20 maio 2023.

Social media - Statistics & Facts. **Statista**, 2022. Disponível em: https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/. Acesso em: 18 dez 2022.

Social media usage in Brazil - Statistics & Facts. **Statista**, 2024b. Disponível em: https://www.statista.com/topics/6949/social-media-usage-in-brazil/. Acesso em: 11 nov 2024.

DE SOUZA, Alini Basso; CARLESSO, Janaína Pereira Pretto. NOMOFOBIA E O IMPACTO DO USO DO TIKTOK NO COMPORTAMENTO DOS ADOLESCENTES. **ARACÊ** , *[S. l.]*, v. 7, n. 1, p. 1543–1561, 2025. DOI: 10.56238/arev7n1-093. Disponível

em: https://periodicos.newsciencepubl.com/arace/article/view/2777. Acesso em: 13 mar. 2025.

State of mobile 2022. **App Annie**, 2022. Disponível em: https://www.data.ai/en/go/state-of-mobile-2022/. Acesso em: 20 maio 2023.

STOKEL-WALKER, Chris. **TikTok boom**: um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais. 1. ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2022.

SU, Conghui; ZHOU, Hui; GONG, Liangyu; TENG, Binyu; GENG, Fengji.; HU, Yuzheng. Viewing personalized vídeo clips recommended by TikTok activates default mode network and ventral tegmental area. **NeuroImage**, v. 237, p. 01-11, 2021.

SUCHLAND, Hayley; SMITH-GOODWIN, Erika; DICK, Eric. Effects of TikTok on the Mental Health of Men's and Women's Soccer Teams at One Institution. **Journal of Sports Medicine & Allied Health Sciences**: Official Journal of the Ohio Athletic Trainers' Association, v. 8, n. 1, 2022.

VARELA, Daniela de Jesus Gordicho. **Comportamentos Aditivos sem Substâncias e Dependência de Ecrãs**: Um Projeto de Intervenção Comunitária. 2023. Dissertação (Mestrado em Enfermagem) – Universidade de Évora, Setúbal, 2023.

VERMELHO, Sônia Cristina; VELHO, Ana Paula Machado; BERTONCELLO, Valdecir. Sobre o conceito de redes sociais e seus pesquisadores. **Educ. Pesqui.**, v. 41, n. 4, p. 836-88, 2015. Disponível em: https://www.scielo.br/j/ep/a/cXRvMhCswX4jQNyP5grBShn/?format=pdf&lang=pt. Acesso em: 27 abr. 2022.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital**: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos. Tradução de Marcelo Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TECMUNDO. O que é World Wide Web? TecMundo, 2008. Disponível em: https://www.tecmundo.com.br/web/759-o-que-e-world-wide-web-.htm. Acesso em: 26 fev. 2025.

TERRAS, Melody M.; RAMSAY, Judith. Family digital literacy practices and children's mobile phone use. **Frontiers in psychology**, v. 7, p. 1957, 2016.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do marketing digital**: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na Internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

Tik Tok proibido nos EUA? 7 questões para entender nova lei sancionada por Biden. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cw4d03nqqwyo>. Acesso em: 11 nov 2024.

TURKLE, Sherry. **Alone Together**: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. New York: Basic Books, 2011.

TURKLE, Sherry. **Life on the screen**: identity in the age of the internet. Nova York: Touchstone, 1995.

TURNER, Graeme. **British Cultural Studies**: An Introduction. Boston, Unwin Hyman, 1990.

Um bilhão de vezes obrigado!. **TikTok**, 2022. Disponível em: https://newsroom.tiktok.com/pt-br/um-bilhao-de-pessoas-no-tiktok. Acesso em: 18 dez 2022.

VINUTO, JULIANA. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Health needs of adolescents: report of a WHO expert committee [meeting held in Geneva from 28 September to 4 October 1976]**. World Health Organization, 1977. Disponível em: https://apps.who.int/iris/handle/10665/41252.

ZENHA, Luciana. Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam? **Caderno de Educação**, v. 1, n. 49, p. 19-42, 2018.

ZHAO, Zhengwei. Analysis on the “Douyin (Tiktok) Mania” phenomenon based on recommendation algorithms. In: **E3S Web of Conferences**. EDP Sciences, 2021. p. 03029.

GLOSSÁRIO

Aliciamento *on-line* (Patrão, 2015, p. 32): "conquista da confiança de uma criança/jovem online de forma a iniciar uma relação de exploração emocional e sexual, com recurso à manipulação e chantagem".

Aplicativo (Brasil, 2024, s/p): "softwares desenvolvidos ou adquiridos para atendimento de uma necessidade específica".

***Cyberbullying*:** fenômeno a qual um agressor recorre ao meio espaço on-line para intimidar/transtornar/agredir outro sujeito (vítima).

Educomunicação (Pedroso; André, 2019, p. 8): "[...] pode ser considerada uma teoria que veio para proporcionar na educação algo que seja diferente da educação bancária, algo que priorize a relação, o diálogo, a troca e a construção conjunta entre os sujeitos do processo, desenvolvendo assim a participação ativa na escola e por consequência na sociedade.

Fake News: termo utilizado para se referir a desinformação.

Feed: espaço de uma rede social digital a qual se encontra, de forma atualizada, os conteúdos postados pelos utilizadores da rede.

Layout: forma como está disposto e organizado as informações em uma página.

Links: abreviação de *hyperlink*, caracteriza como um elemento da *web* que direciona o utilizador para página e recursos.

Hashtag: indicado pelo símbolo do jogo da velha (#), local *on-line* que reúne diversos conteúdos sobre uma mesma temática.

Plataforma digital: ambientes presente no meio digital a qual o utilizador pode ter acesso e realizar as mais diversas atividades – interações, transações, compartilhamento de informações, criação, distribuição e consumo de conteúdo *on-line*. Abrange redes sociais digitais, aplicativos e sites.

Reacts: tipo de vídeo a qual o criador do conteúdo reage a algo, compartilhando com os espectadores suas reações, opiniões e emoções sobre o produto.

***Softwares* (Brasil, 2024, s/p)**: "programa de computador desenvolvido para executar um conjunto de ações previamente definidas"

Trends: comportamento ou estilo que se populariza e é replicado por determinado período, principalmente em redes sociais digitais.

Vlogs: tipo de conteúdo a qual o criador filma sua rotina. Combinação entre as palavras vídeo + *blog*.

Viral: conteúdo que se populariza rapidamente na internet, principalmente nas redes sociais digitais, alcançando um número significativo de sujeitos.

Walkman: aparelho móvel de música lançado pela SONY em 1979.

Web 1.0: primeira versão do *World Wide Web*. Constituída como uma biblioteca de hiperlinks, a web 1.0 foi uma fase caracterizada como estática, a qual os utilizadores somente consumiam os conteúdos presentes.

Web 2.0 **(Miskolci; Balieiro, 2018, p.137)**: "[...] pode ser compreendida como a emergência de um conjunto pequeno e articulado de plataformas de interface simples, voltado à intensificação da sociabilidade e concentrando os usos da Internet".

World Wide Web **(TECMUNDO, 2008)**: "[...] é um sistema de documentos dispostos na Internet que permitem o acesso às informações apresentadas no formato de hipertexto. Para ter acesso a tais informações pode-se usar um programa de computador chamado navegador".

APÊNDICE A - Estudo Piloto

Com a aprovação do comitê de ética, realizamos um estudo piloto com 4 adolescentes antes da banca de qualificação. Foram coletados dados a partir do questionário e da entrevista semiestruturada e os resultados preliminares apontaram para a hipótese que levantamos inicialmente: o *TikTok* desperta tendências que influencia os adolescentes.

É importante apontar que ao apresentar os dados coletados para a banca de qualificação, os membros presentes propuseram mudanças na metodologia, inclusive nos instrumentos aplicados (já comentado na seção 3 desta dissertação). O que mostrou a relevância da realização deste estudo preliminar, pois foi possível observar pontos a serem modificados para uma melhor construção da pesquisa proposta.

Percebemos, portanto, ao coletar esses dados preliminares, a necessidade de investigar também sobre o monitoramento parental em relação ao uso do *TikTok* por esse adolescente. Além de questionar sobre o local onde eles residem em uma tentativa de mapear os participantes e entender se há uma diversidade social, cultural e econômica entre eles.

Perfil dos participantes

Os adolescentes que participaram da pesquisa preliminar possuíam o perfil sociocultural apontado no quadro 2:

Quadro 2 – Perfil dos adolescentes do estudo piloto

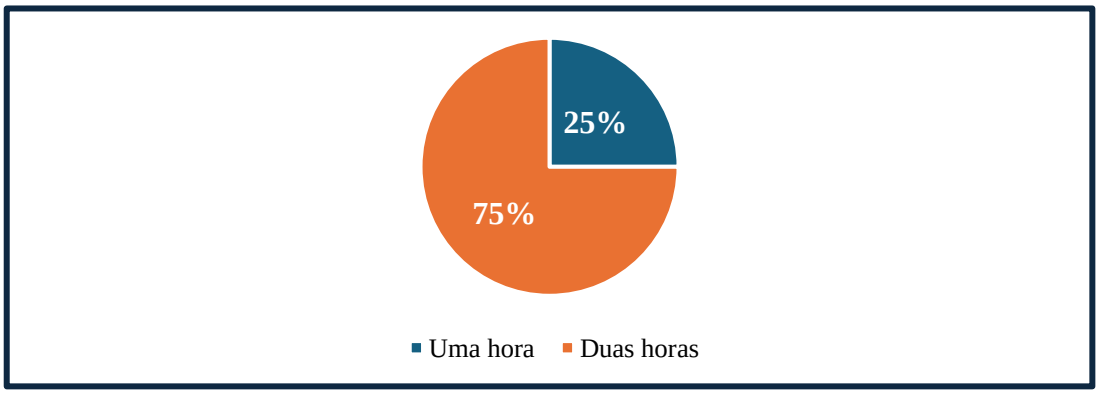
Idade	• 2 adolescentes com 14 anos; • 1 adolescente com 15 anos; • 1 adolescente com 18 anos.
Gênero	• 3 adolescentes do gênero masculino; • 1 adolescente do gênero feminino.
Raça	• 2 adolescentes autodeclarados pardos; • 1 adolescente autodeclarado preto; • 1 adolescente autodeclarado branco.
Escolaridade	• 2 adolescentes cursavam o ensino fundamental II;

	• 1 adolescente cursava o ensino médio; • 1 adolescente havia concluído o ensino médio.

Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Ao analisar os dados obtidos por ambos os instrumentos aplicados, podemos observar a influência desta rede nos adolescentes. Neste sentido, identificamos, com o questionário sociocultural, que a maior parte dos adolescentes entrevistados passam aproximadamente 2 horas no *TikTok* (gráfico 1) e acessam, essa rede digital, todos os dias. Isso corrobora com os dados já discutidos, durante este texto, sobre a presença do *TikTok* no cotidiano, não só do adolescente, mas também do utilizadores das redes digitais.

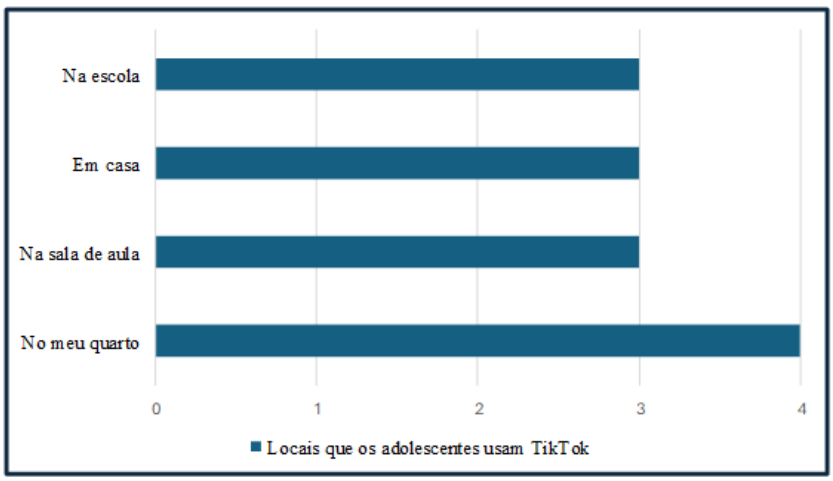
Gráfico 1 - Tempo aproximado de uso no *TikTok*



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Verificamos também que todos os participantes já compraram algo após usar o *TikTok* e a maioria já iniciou algum comportamento depois de utilizá-lo. Além disso, sobre o uso, observamos que em sua maior parte ocorre em casa (gráfico 2), especificamente no quarto. Eles também possuem o hábito de compartilhar conteúdos que encontram nessa rede com os amigos, além de acompanhar o perfil de alguém regularmente.

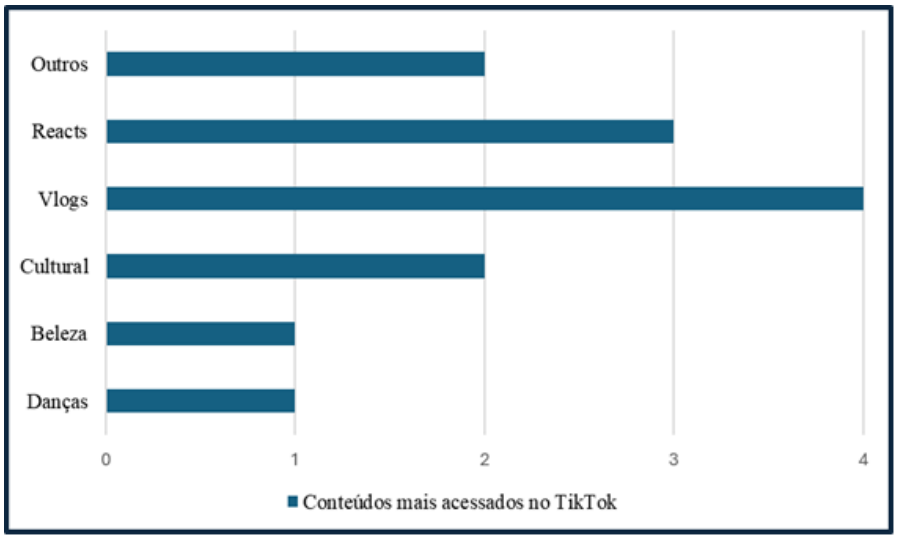
Gráfico 2 - Locais que os adolescentes usam *TikTok*



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Ademais, o conteúdo mais acessado entre esses adolescentes – gráfico 3 – é o vídeo em formato de *vlog*, seguido por *reacts*, cultural, beleza, dança e vídeos sobre esportes e filmes (especificados na categoria outros).

Gráfico 3 - Conteúdos mais acessados no *TikTok* pelos participantes



Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

O que os adolescentes falam sobre a influência do *TikTok*? (primeiros resultados)

Logo depois da aplicação do questionário, o adolescente era submetido a uma entrevista semiestruturada. Composta por 4 perguntas, a entrevista tinha como objetivo compreender a percepção que os adolescentes possuíam sobre as repercussões do uso desta rede digital.

Neste sentido, identificamos que as falas das entrevistas corroboram com os dados obtidos no questionário sociocultural. Eles descrevem que observaram mudanças, como por exemplo em sua forma de falar, adotando gírias e expressões de outras regiões brasileiras. A exemplo, um dos adolescentes relata: “como eu vejo muito vídeo carioca, né?! Aí eu começo a falar ‘papo reto’, ‘ainda’. Então, mudanças no falar. Muda o modo de falar”. Ele também pontua que começou a realizar exercícios físicos em decorrência dos vídeos que consumia nesta plataforma.

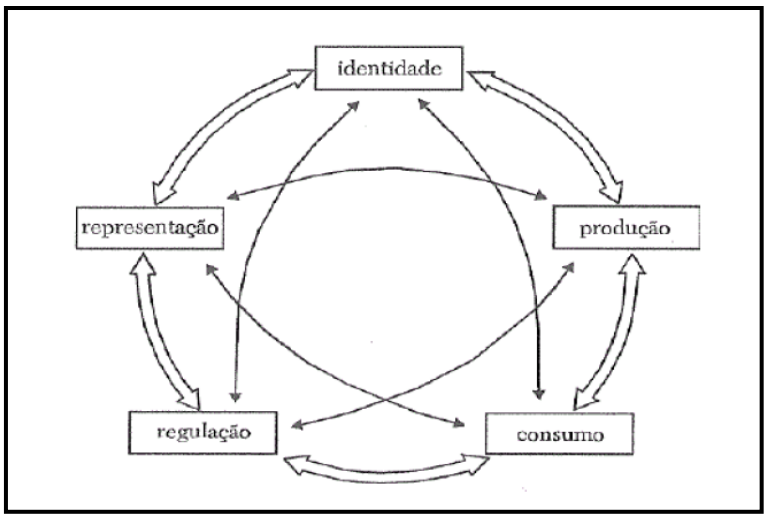
Os adolescentes também indicam que os vídeos que aparecem e consomem na plataforma estão vinculados a suas experiências de vida e seus gostos. Uma das participantes fala que “eu comecei o ano de vestibular e comecei a acompanhar muita gente que passava por isso. Então, na maioria da minha conta, são pessoas que estudam pra vestibular ou já passaram”. Isso demonstra que o algoritmo de recomendação presente no *TikTok* se adequa ao seu utilizador como apontado pela literatura (Zhao, 2021).

Podemos observar isto também com os outros adolescentes. Um participante comenta que possui hábito de assistir a filmes e séries de tv e que no seu perfil do *TikTok* parecem vídeos sobre tal assunto. Relata que a escolha para os assistir já se deu em decorrência dos conteúdos acessados nesta rede digital.

De uma forma preliminar, portanto, conseguimos, em um primeiro momento, observar que a rede *TikTok* possibilita a produção de sentidos que influenciam os hábitos, gostos, modos de falar, atividades e outras coisas, que modificam a identidade do sujeito. Notamos a partir da percepção dos participantes que o *TikTok* estava presente e repercutia no cotidiano deles.

Diante deste cenário, analisamos as entrevistas dos adolescentes a partir do circuito da cultura (figura 8) proposto por Paul du Gay *et al*. (1997). Os autores escrevem, no livro "Doing Culture Studies: The Story of The Sony Walkman", que os meios de comunicação em massa, os sistemas e fluxos globais de informação e as formas visuais de comunicação impactam na organização da vida dos sujeitos, a forma como a compreendem e como se relacionam. Logo, entendemos que o *TikTok* se caracteriza como um desses meios e, através dos dados coletados, conseguimos verificar, em consonância com o que os autores discutem: a existência de repercussões na forma como se organiza a identidade do adolescente a partir do uso desta rede social digital.

Figura 8 – Circuito da cultura



Fonte: Du Gay *et al*. (1997)

Neste sentido, ao analisar as entrevistas, observamos que a *representação*, que o *TikTok* possui, produz entre os adolescentes sentidos que moldam a identidade e a forma de consumos deles. A representação é o processo a qual os significados do artefato são construídos, constituindo, inclusive sua própria cultura (Du Gay *et al*., 1997).

E a representação do *TikTok* entre os adolescentes está relacionado ao entendê-lo como uma fonte de entretenimento, além de uma rede "viral", a qual seu funcionamento se dá a partir dos gostos do utilizador. Como apontado na fala deste adolescente: "O *TikTok* tem mais vídeo, ai eu consigo me entreter mais, por isso uso mais o *TikTok*".

O que leva aos participantes a utilizarem esta rede para o lazer. Ademais, eles pontuam que por possuir vídeos curtos de assuntos de seus interesses, passam uma boa parte do tempo usando esta rede e indicam, assim, um vício nela. O autor Zhao (2021) discorre em seu artigo sobre essa característica do algoritmo do *TikTok*, isto é, por apresentar ao seu utilizador conteúdo voltado ao seu interesse, a intenção de continuidade é mantida e, assim, o sujeito fica diversas horas usando a rede.

Assim, as construções de sentidos e as representações relacionadas ao artefato cultural – *TikTok* – traz impactos nas práticas culturais, produzindo novos processos de *identificação* (Anjos, 2021). Essas representações, portanto, circulam entre eles, geram identificações e influenciam a forma de consumo dos adolescentes. Como afirma Anjos (2021), a articulação entre consumo e identidade ocorre, pois, ao utilizar determinado produto é possível ao sujeito afirmar ou estabelecer diferenças entres grupos sociais.

É certo, portanto, que a representação que o *TikTok* possui na sociedade traz repercussões. Associado a um público jovem, como um espaço de criatividade e compartilhamento de informações, vemos os adolescentes se voltarem a essa rede. Como vimos de forma preliminar com os dados obtidos, os participantes começaram a utilizar a rede por influência dos amigos e permaneceram ao sentir-se pertencentes a grupos com os mesmos interesses. A exemplo, a fala de um adolescente indica esta realidade, "eu baixei porque tava na moda, muita pessoa usando, falava que era legal. Porque podia distrair a gente. Mostrava muitos vídeos".

E esses vídeos que assistem impactam no *consumo* deles. Destacamos essa parte da entrevista a qual o participante fala:

> O *TikTok* é uma rede muita ampla, ou seja, várias pessoas que tipo tem forma de vida diferente mostram esse estilo de vida e, tipo, às vezes algumas pessoas acabam se identificando ou então começam a seguir um estilo parecido. [...] Eu acho que na roupa influencia muito também. Quando eu vejo uma roupa e eu gosto dela, tipo, eu vou atrás dela pra procurar. Eu tento achar ela pra mim. Acho que é mesma coisa com nosso vocabulário, porque quando tem algum meme, alguma coisa engraçada, a gente começa a falar bastante dele. A gente acaba incluindo no nosso vocabulário.

Cabe salientar que esse consumo, pontuado em outras passagens (quadro 3), articula com o processo de identidade. Assim, observamos, durante as entrevistas, que o consumo de vídeos pelos adolescentes no *TikTok*, modifica suas práticas e hábitos, gerando identificações com estilos específicos de vida.

Quadro 3 – Passagens das entrevistas com os adolescentes

“Vestimentas também, por causa do estilo. Eu mudei um pouco. Eu usava muita roupa florida, minha mãe comprava. Eu comecei a assistir *TikTok*, aí eu queria comprar minha roupa, com menos estampa. Comecei a comprar roupa rasgada... aí foi isso que mudou”.
“Até mesmo na roupa, tipo esse relógio, esse relógio eu só comprei ele porque eu vi [no *TikTok*] e gostei dele”.
“O meu corte de cabelo que eu comecei também a usar ele, por causa que eu vi no *TikTok*”.
“Ele influencia também eu assistir bastante série, eu olho uns cortes de série ou filmes bacana assim, uma cena massa, eu vou e já vou assistir ela. Eu acho meio persuasivo... no sentido de fazer querer eu assistir, olho a cena, acho massa e já vou assistir”.

Fonte: elaborado pelas próprias autoras (2025)

Corroborando com o que Du Gay *et al*. (1997) afirma sobre o circuito, os processos articulam entre si e observamos que a identidade é alterada a partir de repercussões do consumo e de todos os outros processos. Durante as entrevistas, todavia, o processo do consumo fica bastante evidente. Analisamos que ao consumir os vídeos desta rede, os adolescentes modificam sua identidade, hábitos e práticas, uma vez que “o *consumo* modifica os significados dos produtos a partir das apropriações feitas durante o uso, como também pelas posições que determinado artefato ocupa na vida sociocultural” (Anjos, 2021, p. 51).

Ademais, na pesquisa com os adolescentes deste estudo piloto, nenhum deles *produziam* conteúdo para seu perfil na rede. Em suas falas sobre o assunto, eles apontam que: “tenho vergonha demais, não gosto não”; “Não comento, só olho”. O que nos leva a representação que a maioria possui sobre o *TikTok*, uma fonte de entretenimento. E, finalmente, quanto a *regulação*, observamos que eles não mencionam sobre as normas que regem a rede e as repercussões delas no uso deles.

Pelo que já vimos, o *TikTok,* portanto, produz identidades sociais e a forma como ele é consumido e representado tem uma influência nessas identidades, uma vez que esses processos, como proposto pelo circuito da cultura (Figura 8), estão articulados entre si. E, finalmente, também identificamos que algoritmo de recomendação de vídeos personalizados - a qual implica no consumo e na regulação – tem relação como essa identidade que é moldada.

APÊNDICE B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA

Título do Estudo: METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

Prezado (a) participante,

Em consonância com as determinações da Resolução nº 466 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), de 12 de dezembro de 2012, que esclarece as normas éticas de pesquisa com seres humanos baseadas nos princípios de respeito à dignidade humana, venho através deste documento prestar os seguintes esclarecimentos acerca da pesquisa da qual Vª Srª está sendo convidado(a) a participar de forma livre e sem constrangimentos.

Sou Rafaela Pinho Melo de Carvalho. Estou realizando uma pesquisa em nível de pós-graduação no Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão sob supervisão da pesquisadora Prof.ª. Dra. Rosinete de Jesus Silva Ferreira. O estudo objetiva identificar as transformações identitárias causadas pelo uso do *TikTok* nos adolescentes em São Luís do Maranhão.

Por se tratar de uma pesquisa com análise qualitativa, sua colaboração envolve em responder um questionário e participar de uma entrevista semiestruturada, que terá a duração aproximada de 50 minutos, se assim você permitir.

A participação neste estudo é voluntária. Sempre que você desejar serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas do estudo. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que para isto sofra qualquer penalidade ou prejuízo.

Será garantido o sigilo quanto a sua identificação e das informações obtidas pela sua participação, exceto aos responsáveis pelo estudo, e a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto. Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será mantida no mais rigoroso sigilo. Serão omitidas todas as informações que permitam identificá-lo(a).

Os benefícios em participar da pesquisa em questão está relacionada a oferta de escuta, além de, indiretamente, você contribuirá para a compreensão do objeto estudado e para a produção de conhecimento científico. Tendo em vista que esta pesquisa envolve questões de ordem psíquica e emocional, é possível que você seja exposto a questões

sensíveis, levando a certo estresse. No entanto, será ofertado um espaço de acolhimento, tentando minimizar tais desconfortos.

Os gastos necessários para a sua participação na pesquisa serão assumidos pelos pesquisadores. Fica também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial. Assegura-se que esta pesquisa responde às exigências da Resolução 466/12 e que todos os cuidados éticos serão tomados com o intuito de evitar e/ou reduzir qualquer dano.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora Rafaela Pinho através do e-mail: rafaela.pmc@discente.ufma.br.

Li e entendi as informações precedentes. Tive a oportunidade de fazer perguntas e todas as minhas dúvidas foram respondidas a contento. Este TCLE está sendo assinado voluntariamente por mim, _____, indicando o meu consentimento para participar do estudo, até que eu decida o contrário.

Atenciosamente,

_____

Pesquisador(a) responsável
Rafaela Pinho Melo de Carvalho
CPF: 606.107.903-66
E- mail: rafaela.pmc@discente.ufma.br

_____

Participante da pesquisa

São Luís, ____ de _____ de 202_.

APÊNDICE C - Termo de Assentimento Livre e Esclarecido

TERMO DE ASSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA

Título do Estudo: METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

Prezado(a) participante,

Em consonância com as determinações da Resolução nº 466 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), de 12 de dezembro de 2012, que esclarece as normas éticas de pesquisa com seres humanos baseadas nos princípios de respeito à dignidade humana, venho através deste documento prestar os seguintes esclarecimentos acerca da pesquisa da qual V.ª Sr.ª está sendo convidado(a) a participar de forma livre e sem constrangimentos.

Sou Rafaela Pinho Melo de Carvalho. Estou realizando uma pesquisa em nível de pós-graduação no Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão sob supervisão da pesquisadora Prof.ª. Dra. Rosinete de Jesus Silva Ferreira. O estudo objetiva identificar as transformações identitárias causadas pelo uso do *TikTok* nos adolescentes em São Luís do Maranhão.

Por se tratar de uma pesquisa com análise qualitativa, sua colaboração envolve em responder um questionário e participar de uma entrevista semiestruturada, que terá a duração aproximada de 50 minutos, se assim você permitir.

A participação neste estudo é voluntária. Sempre que você desejar serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas do estudo. A qualquer momento, você poderá recusar a continuar participando do estudo e, também, poderá retirar seu consentimento, sem que para isto sofra qualquer penalidade ou prejuízo.

Será garantido o sigilo quanto a sua identificação e das informações obtidas pela sua participação, exceto aos responsáveis pelo estudo, e a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto. Na publicação dos resultados desta pesquisa, sua identidade será mantida no mais rigoroso sigilo. Serão omitidas todas as informações que permitam identificá-lo(a).

Os benefícios em participar da pesquisa em questão está relacionada a oferta de escuta, além de, indiretamente, você contribuirá para a compreensão do objeto estudado e para a produção de conhecimento científico. Tendo em vista que esta pesquisa envolve questões de ordem psíquica e emocional, é possível que você seja exposto a questões

sensíveis, levando a certo estresse. No entanto, será ofertado um espaço de acolhimento, tentando minimizar tais desconfortos.

Os gastos necessários para a sua participação na pesquisa serão assumidos pelos pesquisadores. Fica também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial. Assegura-se que esta pesquisa responde às exigências da Resolução 466/12 e que todos os cuidados éticos serão tomados com o intuito de evitar e/ou reduzir qualquer dano.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora Rafaela Pinho através do e-mail: rafaela.pmc@discente.ufma.br.

Li e entendi as informações precedentes. Tive a oportunidade de fazer perguntas e todas as minhas dúvidas foram respondidas a contento. Este TALE está sendo assinado voluntariamente por mim, _____, indicando o meu consentimento para participar do estudo, até que eu decida o contrário

Atenciosamente,

_____

Pesquisador(a) responsável
Rafaela Pinho Melo de Carvalho
CPF: 606.107.903-66
E- mail: rafaela.pmc@discente.ufma.br

_____

Participante da pesquisa

São Luís, ____ de _____ de 202_.

APÊNDICE D - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Responsável)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(RESPONSÁVEL)

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA

Título do Estudo: METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

Prezado(a) responsável,

Em consonância com as determinações da Resolução nº 466 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), de 12 de dezembro de 2012, que esclarece as normas éticas de pesquisa com seres humanos baseadas nos princípios de respeito à dignidade humana, venho através deste documento prestar os seguintes esclarecimentos acerca da pesquisa da qual _____ está sendo convidado(a) a participar de forma livre e sem constrangimentos.

Sou Rafaela Pinho Melo de Carvalho. Estou realizando uma pesquisa em nível de pós-graduação no Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal do Maranhão sob supervisão da pesquisadora Prof.ª. Dra. Rosinete de Jesus Silva Ferreira. O estudo objetiva identificar as transformações identitárias causadas pelo uso do *TikTok* nos adolescentes em São Luís do Maranhão.

Por se tratar de uma pesquisa com análise qualitativa, a colaboração dele(a) envolve em responder um questionário e participar de uma entrevista semiestruturada, que terá a duração aproximada de 50 minutos, se assim for permitido.

A participação neste estudo é voluntária. Sempre que você ou ele(a) desejarem serão fornecidos esclarecimentos sobre cada uma das etapas do estudo. A qualquer momento, você ou ele(a) poderão recusar a continuar participando do estudo e, também, poderão retirar seu consentimento, sem que para isto sofra qualquer penalidade ou prejuízo.

Será garantido o sigilo quanto a identificação dele(a) e das informações obtidas pela participação dele(a), exceto aos responsáveis pelo estudo, e a divulgação das mencionadas informações só será feita entre os profissionais estudiosos do assunto. Na publicação dos resultados desta pesquisa, a identidade dele(a) será mantida no mais rigoroso sigilo. Serão omitidas todas as informações que permitam identificá-lo(a).

Os benefícios em participar da pesquisa em questão está relacionada a oferta de escuta, além de, indiretamente, contribuir para a compreensão do objeto estudado e para a produção de conhecimento científico. Tendo em vista que esta pesquisa envolve questões

de ordem psíquica e emocional, é possível que ele(a) seja exposto a questões sensíveis, levando a certo estresse. No entanto, será ofertado um espaço de acolhimento, tentando minimizar tais desconfortos.

Os gastos necessários para a participação dele(a) na pesquisa serão assumidos pelos pesquisadores. Fica também garantida indenização em casos de danos, comprovadamente decorrentes da participação na pesquisa, conforme decisão judicial ou extrajudicial. Assegura-se que esta pesquisa responde às exigências da Resolução 466/12 e que todos os cuidados éticos serão tomados com o intuito de evitar e/ou reduzir qualquer dano.

Quaisquer dúvidas relativas à pesquisa poderão ser esclarecidas pela pesquisadora Rafaela Pinho através do e-mail: rafaela.pmc@discente.ufma.br.

Li e entendi as informações precedentes. Tive a oportunidade de fazer perguntas e todas as minhas dúvidas foram respondidas a contento. Este TCLE está sendo assinado voluntariamente por mim, _____, indicando o meu consentimento para _____ participar do estudo, até que eu ou ele(a) decida o contrário.

Atenciosamente,

_____

Pesquisador(a) responsável
Rafaela Pinho Melo de Carvalho
CPF: 606.107.903-66
E- mail: rafaela.pmc@discente.ufma.br

_____

Responsável pelo participante

São Luís, ____ de _____ de 202_.

APÊNDICE E – Questionário Sociocultural

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS (CCH)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA (PPGPSI) – MESTRADO

ROTEIRO DA ENTREVISTA

Título do Estudo: METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

QUESTIONÁRIO

Título do Estudo: METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

1) Idade: _____

2) Gênero: _____

3) Raça:

a) Branca(o)

b) Preta(o)

c) Parda(o)

d) Indígena(o)

e) Amarela(o)

4) Qual bairro você reside na ilha de São Luís do Maranhão: _____

5) Escolaridade:

a) Ensino Fundamental I ( ) Completo ( ) Incompleto

b) Ensino Fundamental II ( ) Completo ( ) Incompleto

c) Ensino Médio ( ) Completo ( ) Incompleto

d) Ensino Superior Incompleto

6) Você estuda em uma escola da:

a) Rede pública

b) Rede privada

7) Você utiliza a rede digital *TikTok*?

a) Sim

b) Não

8) Você possui uma conta na rede digital *TikTok*? Se sua resposta for NÃO, vá para a 12ª questão.

a) Sim

b) Não

9) Você já foi renumerado por utilizar a rede *TikTok*?

a) Sim

b) Não

10) Você produz conteúdo – vídeos – para sua conta?

a) Sim

b) Não

11) Em relação as configurações sobre privacidade da sua conta no *TikTok*, ela é:

a) Uma conta privada, isto é, somente usuários aprovados podem seguir você e assistir seus vídeos.

b) Uma conta pública, isto é, qualquer pessoa pode seguir você e ver suas publicações.

12) Quanto tempo aproximadamente por dia você passa utilizando o *TikTok*?

a) Meia hora

b) Uma hora

c) Duas horas

d) Três horas

e) Quatro horas ou mais

13) Qual a frequência que você usa a rede *TikTok*?

a) Uma vez na semana

b) Duas a três vezes na semana

c) Quatro a cinco vezes na semana

d) Todos os dias na semana

14) Quais locais você usa a rede *TikTok*? (pode marcar mais de uma opção)

a) No meu quarto

b) Na sala de aula

c) Em casa

d) Na escola

e) Outro: _____

15) Qual local você passa mais tempo usando *TikTok*?

_____

16) Quais conteúdos você mais consome na rede? (pode marcar mais de uma opção)

a) Danças

b) Beleza

c) Cultural

d) Vlogs

e) Reacts

f) Outro:_____

17) Você já comprou ou adquiriu alguma coisa depois de assistir vídeos do *TikTok*?

a) Sim

b) Não

18) Você já adotou algum comportamento depois de assistir vídeos do *TikTok*?

a) Sim

b) Não

19) Você compartilha conteúdo do *TikTok* com amigos?

a) Sim

b) Não

20) Você acompanha regularmente a conta de alguém no *TikTok*?

a) Sim

b) Não

APÊNDICE F – Roteiro de Entrevista

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS (CCH)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA (PPGPSI) – MESTRADO

ROTEIRO DA ENTREVISTA

Título do Estudo: METAMORFOSE NO DIGITAL: a relação entre *TikTok* e adolescência

1) Quando você começou a usar a rede *TikTok*?
2) Você já adotou algum comportamento após usar a rede digital *TikTok*? Quais?
3) Você já mudou algum comportamento após assistir os vídeos do *TikTok*? Quais?
4) Quais sentimentos que você percebe ao utilizar o *TikTok*?
5) Você acha que a rede social digital *TikTok* lhe influencia?
6) Como você acha que a rede *TikTok* lhe influencia?
7) Os seus pais ou responsáveis sabem que você utiliza o *TikTok*?
8) O seus pais ou responsáveis sabem quais conteúdos você acessa no *TikTok*?

ANEXO A – Parecer Consubstanciado do CEP

adolescentes em São Luís do Maranhão.

Objetivo Secundário: • Descrever o funcionamento do TikTok; • Caracterizar o uso da rede pelos adolescentes; • Compreender a percepção do adolescente com o uso da rede digital.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:
No protocolo de pesquisa encontra-se a seguinte avaliação de riscos: "Os riscos da pesquisa constitui-se na exposição dos participantes a questões sensíveis o que poderá levar a um certo estresse. Todavia, na tentativa de minimizar tais situações desconfortáveis, será ofertado um espaço de acolhimento para aqueles que porventura necessitarem."

Quanto aos benefícios são elencados: "Os benefícios da pesquisa sucedem da oportunidade de ofertar uma escuta para os adolescentes e uma possível reflexão sobre como o próprio processo de constituição da sua identidade está ocorrendo, além de contribuir para coleta de dados de forma científica para a academia."

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:
A pesquisa tem motivação científica e social importante. Objetivos e metodologia estão bem descritos e consistentes entre si. A pesquisa mostra ter efetivo potencial para produzir conhecimentos importantes para a área, bem como ajudar adolescentes participantes a refletir sobre o impacto das redes sociais sobre sua formação e desenvolvimento pessoal.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:
** Folha de rosto: Encontra-se devidamente preenchida e assinada pela pesquisadora proponente e pela Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Psicologia/UFMA.

** Projeto: Texto integral apresentado contendo itens exigidos pela Norma Operacional CNS 001/2013. Observa-se que cronograma prevê aprovação do protocolo de pesquisa pelo CEP/UFMA em dezembro de 2023 e realização de pesquisa de campo a partir de janeiro de 2014.

** TALE/TCLE: Apresentam-se documentos com informações necessárias, tais como identificação da pesquisa/pesquisadores, liberdade de participação, procedimento de coleta de dados, possíveis riscos e benefícios, garantias de confidencialidade e privacidade, informações sobre questões de

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO - UFMA

Continuação do Parecer: 6.505.991

custos.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

O protocolo de pesquisa apresentado atende requisitos da Resolução CNS 466/12 e da Norma Operacional CNS 001/2013. Não são identificadas pendências.

Considerações Finais a critério do CEP:

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2213664.pdf	29/09/2023 16:01:31		Aceito
Outros	Justificativa_para_dispensa_da_declaracao_de_liberacao_do_local_para_coleta_de_dados_assinado.pdf	29/09/2023 16:00:27	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
Orçamento	orcamento.pdf	29/09/2023 14:21:11	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_2213664.pdf	15/09/2023 20:00:49		Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto_assinado.pdf	15/09/2023 19:45:54	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
Folha de Rosto	folhaDeRosto_assinado.pdf	15/09/2023 19:45:54	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Recusado
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_DE_CONSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO_RESPONSAVEL.pdf	13/09/2023 18:16:43	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_DE_CONSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO_RESPONSAVEL.pdf	13/09/2023 18:16:43	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Recusado
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_DE_CONSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO.pdf	13/09/2023 18:13:22	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de	TERMO_DE_CONSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO.pdf	13/09/2023 18:13:22	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Recusado

Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho Cidade Universitária Dom Delgado
Bairro: Bacanga CEP: 65.080-805
UF: MA Município: SAO LUIS
Telefone: (98)3272-8708 E-mail: cepufma@ufma.br

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO - UFMA

Continuação do Parecer: 6.505.991

Ausência	TERMO_DE_CONSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO.pdf	13/09/2023 18:13:22	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Recusado
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_DE_ASSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO.pdf	13/09/2023 18:12:52	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_DE_ASSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO.pdf	13/09/2023 18:12:52	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Recusado
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO_DE_PESQUISA.pdf	13/09/2023 18:12:06	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO_DE_PESQUISA.pdf	13/09/2023 18:12:06	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Recusado
Cronograma	CRONOGRAMA.pdf	13/09/2023 18:11:46	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA.pdf	13/09/2023 18:11:46	RAFAELA PINHO MELO DE CARVALHO	Recusado

Situação do Parecer:
Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:
Não

SAO LUIS, 17 de Dezembro de 2023

Assinado por:
Emanuel Péricles Salvador
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho Cidade Universitária Dom Delgado
Bairro: Bacanga **CEP:** 65.080-805
UF: MA **Município:** SAO LUIS
Telefone: (98)3272-8708 **E-mail:** cepufma@ufma.br