

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA
MESTRADO PROFISSIONAL

GUILHERME COLETI TAVARES

**VORTEX VIRAL: uma análise sobre as consequências do uso excessivo do
TikTok pela geração z**

BAURU

2025

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA
MESTRADO PROFISSIONAL

**VORTEX VIRAL: uma análise sobre as consequências do uso excessivo do
TikTok pela geração z**

**Dissertação de mestrado apresentada
ao Programa de Pós-graduação em
Mídia e Tecnologia, da Faculdade de
Artes, Arquitetura, Comunicação e
Design da Universidade Estadual
Paulista Júlio de Mesquita Filho, para
obtenção do título de Mestre em Mídia e
Tecnologia, sob a orientação do Prof^a.
Dra. Jaqueline Costa Castilho Moreira.**

BAURU

2025

Tavares, Guilherme Coleti.

Vortex viral: uma análise sobre as consequências do uso excessivo do TikTok pela geração z / Guilherme Coleti Tavares. - Bauru, 2025

184(rever) f. : il.

Dissertação (Mestrado Profissional)-Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientadora: Jaqueline Costa Castilho Moreira

1. TikTok. 2. Geração Z. 3. Rede social. 4. Viral. 5. Vídeos curtos. 6. Mídia. 7. Tecnologia. 8. Mockup. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

ATA DE DEFESA



UNIVERSIDADE
ESTADUAL PAULISTA

Câmpus de Bauru



ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE GUILHERME COLETI TAVARES, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN.

Aos 27 dias do mês de março do ano de 2025, às 14h, no(a) Sala virtual do Google Meet - meet.google.com/kck-zgbx-why, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de GUILHERME COLETI TAVARES, intitulada **VORTEX VIRAL: UMA ANÁLISE SOBRE AS CONSEQUÊNCIAS DO USO EXCESSIVO DO TIKTOK PELA GERAÇÃO Z**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professora Doutora JAQUELINE COSTA CASTILHO MOREIRA (Orientador(a) - Participação Virtual) do(a) Departamento de Educação Física / Faculdade de Ciências e Tecnologia / Unesp Presidente Prudente, Professora Doutora REGILENE APARECIDA SARZI RIBEIRO (Participação Virtual) do(a) Departamento de Artes e Representação Gráfica / Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Unesp Bauru, Professora Doutora MARIA DEL ROSARIO ZAVALA (Participação Virtual) do(a) Jornalismo / Universidad Nacional de Cuyo. Após a exposição pelo mestrando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final: **APROVADO**. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Assinado digitalmente por:
JAQUELINE COSTA CASTILHO MOREIRA
CPF: 083.225.848-22
Certificado emitido por 3.º TABELIÃO DE
NOTAS DE PROTESTO DE TÍTULOS DE
PRESIDENTE PRUDENTE - PRESIDENTE
PRUDENTE/SP
Data: 27/03/2025 16:10:53 -03:00



Professora Doutora JAQUELINE COSTA CASTILHO MOREIRA

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha mais profunda gratidão aos meus pais e à minha irmã, que têm sido meus maiores incentivadores ao longo da vida. Sua dedicação, amor incondicional e incansável apoio foram fundamentais para que eu pudesse alcançar este momento, sem vocês, nenhum dos meus sonhos teria se tornado realidade.

Também desejo prestar um tributo especial ao Profº Dr. Osvando José de Moraes. A sua confiança em meu trabalho e a generosidade em compartilhar seu vasto conhecimento foram cruciais para o desenvolvimento desta pesquisa. Mesmo após sua partida, sinto que este trabalho é uma maneira de honrar e perpetuar o seu legado. Sua sabedoria e dedicação à ciência jamais serão esquecidas.

Aos meus queridos amigos, Alex e Ana Paula, meu sincero agradecimento por serem minha base de apoio durante esta jornada. Sua amizade, compreensão e suporte foram essenciais nos momentos mais desafiadores. Vocês foram os pilares que me mantiveram firme e resiliente.

Minha gratidão também à Profª Dra. Jaqueline Costa Castilho Moreira, pelo acolhimento e por acreditar nesta pesquisa. Sem sua compreensão, ajuda e incentivo, este trabalho não teria sido possível.

Por fim, agradeço a mim mesmo, por ter perseverado diante dos desafios. Reconheço que, apesar das adversidades, consegui seguir em frente graças às pessoas especiais que cruzaram meu caminho. Mesmo que, em certas circunstâncias, a esperança pareça uma emoção perigosa para alguém como eu, ainda assim a mantenho viva.

Esta é a minha contribuição para o mundo, um tributo àqueles que vieram antes de mim e pavimentaram o caminho para que eu pudesse trilhar. Com gratidão e reverência, ofereço este trabalho como um testemunho da dedicação e do amor que me rodearam.

EPÍGRAFE

*"[...] Entre a ideia e a realidade,
entre o movimento e a ação,
cai a sombra [...]"*

(Thomas Stearns Eliot)

RESUMO

O mundo contemporâneo está vivenciando uma era cada vez mais tecnológica, programada e com inúmeras transformações, como revela o crescimento de consumo do mercado de entretenimento ocasionado pelas redes sociais. O que se iniciou como um experimentar, coletivamente, formas de interação diferentes das mídias clássicas, popularizou-se em vários nichos de usuários, especialmente quanto ao público nascido ao final da década de 1990, conhecidos como "Geração Z". O "boom" das redes sociais, como espaços de comunicação e interacionais, permitiu a abertura e atualizações de multiplataformas digitais, dentre elas o *TikTok*, objeto desse estudo, caracteriza-se como uma plataforma de mídia social, informal, de fácil uso e acesso, com algoritmos que permitem aos usuários criar, compartilhar e encontrar vídeos curtos e envolventes. Sendo o aplicativo mais baixado no mundo em 2022, com um total de 3,5 bilhões de downloads, o processo de interação gerado por essa rede social, carece de aprofundamento, interpretação e reflexões acadêmicas pertinentes a seu respeito. Assim, este estudo de natureza bibliográfica objetiva analisar as consequências do uso excessivo do *TikTok* e desenvolver um novo modelo tecnológico (*mockup* visual) que conscientize os usuários da Geração Z sobre questões como usabilidade, criação e compartilhamento de conteúdo de maneira criativa e colaborativa. O procedimento metodológico envolve três etapas: - pesquisa bibliográfica com o levantamento e a análise dos principais conceitos, teorias e discussões sobre as redes sociais, o comportamento on-line da Geração Z e os impactos psicossociais do uso de plataformas como o *TikTok*; - revisão sistemática quanto aos impactos do *TikTok* sobre aspectos como saúde, bem-estar e as relações sociais do público mencionado e - o desenvolvimento do *TikTouch*, aplicado à um *mockup* visual (representação visual detalhada de um *design*). A pesquisa apresenta como resultados dados da literatura relacionados como o uso prolongado do *TikTok* e sua relação a problemas como ansiedade, distração e pressão social, apontando para a premência de novas políticas de bem-estar digital que considerem de fato o SER-humano.

Palavras-chave: TikTok; Geração Z; Rede social; Viral; Vídeos curtos; Mídia; Tecnologia; Mockup.

ABSTRACT

The contemporary world is experiencing an increasingly technological and programmed era, marked by numerous transformations, as shown by the growing consumption of the entertainment market driven by social media. What started as an experiment in collectively exploring new forms of interaction beyond traditional media has become widely popular across various user niches, especially among those born in the late 1990s, known as "Generation Z."

The boom of social media, serving as spaces for communication and interaction, has enabled the emergence and evolution of multiple digital platforms. Among them, TikTok—the focus of this study—stands out as an informal, user-friendly social media platform with easy access and algorithms that allow users to create, share, and discover short and engaging videos. As the most downloaded app worldwide in 2022, with a total of 3.5 billion downloads, the interactive process fostered by this social network requires further academic analysis, interpretation, and reflection.

Thus, this bibliographic study aims to analyze the consequences of excessive TikTok use and develop a new technological model (a visual mockup) to raise awareness among Generation Z users about issues such as usability, content creation, and sharing in a creative and collaborative manner.

The methodological procedure consists of three stages. The first stage involves a bibliographic review, gathering and analyzing key concepts, theories, and discussions on social media, Generation Z's online behavior, and the psychosocial impacts of using platforms like TikTok. The second stage is a systematic review of TikTok's impact on aspects such as health, well-being, and social relationships of the mentioned audience. Finally, the third stage consists of the development of TikTouch, applied to a visual mockup, which serves as a detailed visual representation of a design.

The research presents findings from the literature that associate prolonged TikTok use with issues such as anxiety, distraction, and social pressure. These results highlight the urgent need for new digital well-being policies that genuinely consider the human being.

Key-words: TikTok; Generation Z; Social media; Viral; Short videos; Media; Technology; Mockup.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
1.1 Problema de pesquisa	4
1.2 Objetivos	4
1.2.1 Objetivo geral	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Justificativa	4
1.4 Metodologia	5
1.4.1 Etapa 1 - Pesquisa bibliográfica	7
1.4.2 Etapa 2 - Revisão sistemática	7
1.5 Fundamentação teórica	11
1.5.1 A transição da mídia tradicional para o digital	16
1.5.2 Anos 2000: Explorando as conexões e comunidades virtuais	27
2 DA MUDIATIZAÇÃO A VIRALIZAÇÃO	39
2.1 A ascensão das redes sociais	39
2.2 O fenômeno da viralização nas mídias digitais	50
2.3 Vitrine midiática: a ultra exposição performática do SER nas redes sociais....	59
2.4 A relação da Geração Z com as redes sociais	65
3 TIKTOK E GERAÇÃO Z	70
3.1 O fenômeno do <i>TikTok</i> na era digital	70
3.2 O algoritmo do <i>TikTok</i> : a ambiguidade dos efeitos da semiótica imersiva.....	75
3.3 Conexões: A dinâmica das interações da Geração Z no <i>TikTok</i>	80
3.4 O ritmo das <i>trends</i> e a transformação dos padrões interpretativos	83
4 OS IMPACTOS DO USO EXCESSIVO DO TIKTOK	97
4.1 Mapeando evidências: uma revisão sistemática sobre o uso do <i>TikTok</i> na Geração Z.....	97
4.2 Desafios e reflexões sobre o impacto do <i>TikTok</i> na Geração Z	106
4.3 Como o uso excessivo do <i>TikTok</i> influencia as condições humanas da Geração Z.....	112
4.4 A vida pós-tiktorização: analisando o pré e pós uso da plataforma e suas consequências para a Geração Z.....	119
5 PROPOSTA DO TIKTOUCH	129
5.1 Proposta do mockup	129
5.2 Proposta de solução	130
5.3 Comunicação Visual do <i>Mockup</i>	130
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	144

REFERÊNCIAS.....148
APÊNDICES160

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Artigos selecionados para o estudo sobre os impactos do uso excessivo do <i>TikTok</i> para o desenvolvimento da revisão sistemática.....	99
Tabela 2 - Principais resultados da revisão sistemática relacionados ao objetivo da pesquisa.....	125
Tabela 3 - Categorias de publicações recuperadas: Periódicos da Capes.....	162
Tabela 4 - Categorias de publicações recuperadas: PubMed.....	165
Tabela 5 - Categorias de publicações recuperadas: ScieELO.....	166
Tabela 6 - Categorias de publicações recuperadas: Scopus.....	168
Tabela 7 - Qualificação do local de publicação dos artigos: PubMed.....	169
Tabela 8 - Qualificação do local de publicação dos artigos: Periódicos da Capes.....	171
Tabela 9 - Qualificação do local de publicação dos artigos: SciELO.....	172
Tabela 10 - Qualificação do local de publicação dos artigos: Scopus.....	173

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Revisão guarda-chuva.....	6
Figura 2 - Fluxograma de desenvolvimento da revisão sistemática.....	11
Figura 3 - Ferramenta de bate-papo “ICQ”	26
Figura 4 - Ferramenta de bate-papo mIRC.....	26
Figura 5 - Interface sala de bate-papo no <i>Habbo Hotel</i>	37
Figura 6 - Consumo de Rede Social no Mundo.....	46
Figura 7 - Tempo de Consumo de Internet no Brasil.....	47
Figura 8 - A busca pela verdade está na raiz do comportamento da Geração Z.....	68
Figura 9 - Painel de acesso no <i>TikTok</i>	71
Figura 10 - Sugestão de criadores populares para seguir no <i>TikTok</i>	75
Figura 11 - Propósito/ <i>slogan</i> do <i>TikTok</i>	77
Figura 12 - Filtros especiais do <i>TikTok</i>	79
Figura 13 – Central de tendências do <i>TikTok</i>	88
Figura 14 - Conteúdos de criadores, <i>hashtags</i> e músicas em alta no <i>TikTok</i>	88
Figura 15 – Lista de <i>hashtags</i> em alta no <i>TikTok</i>	89
Figura 16 – Lista de músicas em alta no <i>TikTok</i>	90
Figura 17 - Lista de criadores mais populares no <i>TikTok</i>	90
Figura 18 - Seleção de países na Central de Tendências do <i>TikTok</i>	91
Figura 19 - Tela inicial - Cadastro de usuário.....	133
Figura 20 - Tela para criar o perfil do usuário.....	134
Figura 21 - Tela de Política de Privacidade.....	135
Figura 22 - Tela de menu.....	136
Figura 23 – Tela de acesso para as comunidades.....	137
Figura 24 – Aba de configurações.....	138
Figura 25 – Aba de conteúdos.....	140
Figura 26 - Tela de aviso sobre consumo excedido de conteúdos.....	141
Figura 27 - Tela de aviso sobre o tempo restante de consumo de conteúdos.....	142
Figura 28 – Perfil do usuário.....	143

INTRODUÇÃO

O *TikTok* é uma rede social de compartilhamento de vídeos curtos, lançada em 2016 pela empresa chinesa *ByteDance*. Com uma interface dinâmica e recursos interativos, a plataforma permite a criação e edição de vídeos de até 60 segundos, que frequentemente incluem música, efeitos especiais e filtros. O *TikTok* tem ganhado popularidade mundialmente, especialmente entre a Geração Z, que representa a maior parte de seus usuários ativos (TikTok, 2023). Essa popularidade tem levantado questões sobre seu impacto na saúde mental e no comportamento social dos jovens usuários. Por conta desse contexto, é comum observar essa geração transitando de uma atividade para outra de forma fluida, seja assistindo à televisão, utilizando o telefone, navegando no computador, e participando de outras atividades de forma simultânea (Borges; Silva, 2013).

De acordo com Santos e Oliveira (2022), o ambiente digital das redes sociais, como o *TikTok*, pode desencadear questões como ansiedade, depressão e baixa autoestima devido à constante comparação com outros usuários e ao desejo de validação. A comparação constante com outras pessoas, o medo de ficar de fora de tendências e a busca incessante por validação podem desencadear esses problemas e impulsionar a comparação com os outros indivíduos e aumentar a busca por aprovação, o que pode causar ansiedade e insegurança. A distração e procrastinação relacionadas ao desempenho acadêmico e profissional, também podem dificultar fatores relacionados a concentração para a realização de tarefas importantes.

Com padrões irrealistas e pressão social, o conteúdo do objeto desse estudo, destaca padrões de beleza, estilos de vida e habilidades que podem ser inatingíveis ou irreais, consequentemente criando pressões sociais e expectativas irreais, levando a sentimentos de inadequação e insatisfação entre os usuários. Isolamento social e falta de interação face a face. Para Alter (2018), plataformas digitais como o *TikTok* são projetadas para maximizar o engajamento, o que pode levar a comportamentos viciantes e dependência. Além disso, Zuboff (2019) argumenta que o *design* envolvente das plataformas digitais pode interferir significativamente nas responsabilidades diárias dos usuários e na qualidade de vida, ao mesmo tempo em que os expõe a conteúdos impróprios e informações não verificadas.

Sua natureza viral e que contém algoritmos sofisticados, facilitam a descoberta de novos conteúdos, tornando-o um dos aplicativos mais baixados no mundo (TikTok,

2023). O crescimento das redes sociais resulta de um movimento interacional da Geração Z, como um método para experimentar coletivamente novas formas de mediação, diferentes das mídias clássicas. O mundo contemporâneo está vivenciando uma era tecnológica, programada e com inúmeras transformações. Além disso, o *boom* das redes sociais permitiu a abertura e atualizações de multiplataformas digitais como mais um espaço de comunicação que alcança uma potencialidade superior, em níveis de alcance, impressão e engajamento, como o *TikTok*.

Sua característica distintiva é a ênfase na criação de *short videos*, geralmente com duração de 15 a 60 segundos, definidos por músicas de fundo, efeitos especiais e desafios. A função principal do *TikTok* é proporcionar uma plataforma para a expressão criativa e compartilhamento de conteúdo de maneira rápida e fácil. Os usuários podem criar uma ampla variedade de vídeos, incluindo danças, dublagens, comédias, tutoriais, e outros tipos de entretenimento. O aplicativo também utiliza um algoritmo que recomenda conteúdos personalizados com base nas preferências do usuário, promovendo assim a descoberta de novos criadores e tendências. Sendo mais uma maneira de alavancar novos estímulos comportamentais, cognitivos e mediações que tem como consequência atingir e transformar as interações sociais do *on-line* ao físico.

Para compreender a transformação da civilização atual, “[...] é preciso passar por um retorno reflexivo sobre a primeira grande transformação na ecologia das mídias: a passagem das culturas orais às culturas da escrita” (Lévy, 1999, p. 41). Conforme Jenkins (2009, p. 29), ao discutir a evolução da mídia e da comunicação, ele argumenta que “[...] a cultura de convergência não substitui a cultura da escrita, mas sim, a integra e a expande, permitindo novas formas de participação e interação.”

O *TikTok* está relacionado à interpretação de conteúdos visuais e culturais de forma mais efêmera e dinâmica. A funcionalidade dessa rede social, ao demandar uma interpretação célere de uma diversidade de conteúdo, pode comprometer a profundidade da compreensão, favorecendo uma assimilação desatenta de valores e ideias. Assim, para Twenge (2017) evidencia que a crescente imersão em mídias digitais está associada a uma redução na capacidade de reflexão profunda entre os jovens, indicando que o uso exacerbado dessas plataformas pode prejudicar a interpretação de conteúdos complexos. Nesse contexto, Turkle (2011) adverte que a interação incessante e superficial fomentada pelas tecnologias digitais resulta em uma

"conectividade sem conexão", onde a profundidade do entendimento e a comunicação genuína são sacrificadas em favor de uma comunicação veloz e efêmera.

Conforme Gadamer (2015), a hermenêutica está presente em todas as interações que envolvem a linguagem, tanto escrita quanto falada, pois não só interpreta o sentido das expressões, mas também revela as razões e motivações subjacentes. Assim, entendemos que o processo de interação gerado por essa rede social carece de interpretação, aprofundamento e continuidade, surgindo a partir de um conjunto de ações necessárias para esse entendimento que parte da linguagem, “[...] assim, denominamos compreender o processo em que, a partir de sinais dados pelos sentidos, nós reconhecemos uma realidade psíquica da qual eles são expressão.” (Dilthey, 1990, p. 46).

De acordo com Thompson (1998), o desenvolvimento dos meios de comunicação desempenha um papel primordial para a construção e realização da sociedade moderna, que também se caracteriza como um meio de troca e produção, como um sistema de funções sociais hierarquizadas em razão de sua importância no conjunto do mecanismo social.

A internet democratizou a expressão, oferecendo a oportunidade a todos que desejam se manifestar, independentemente de sua geração. Afirmar que a internet proporcionou acesso apenas às "pessoas sem capital cultural" (Bourdieu, 2007, p. 52) é ignorar as comunidades que existiam anteriormente às "tribos digitais", como aquelas presentes em praias, praças e círculos de amigos. A amplitude da liberdade de expressão na internet transcende significativamente os limites da comunicação de massa, ampliando as possibilidades de mediação.

É importante considerar que a Geração Z, composta por indivíduos nascidos entre os anos 1997 e 2012, é caracterizada por uma familiaridade profunda com tecnologias digitais e redes sociais desde a infância. Segundo Twenge (2017), essa geração é a mais conectada e diversificada da história, moldando novas formas de comunicação e comportamento social e pode ser influenciada por uma série de fatores sociais, tecnológicos e culturais. Ela se caracteriza como uma geração nascida em meio à plenitude da era digital, que se sente completamente à vontade diante de diversos dispositivos eletrônicos e tecnológicos.

Dito isso, o objetivo geral deste trabalho é levantar as consequências do uso excessivo do *TikTok* e desenvolver uma nova proposta de rede social (mockup visual)

que conscientize os usuários da Geração Z sobre questões como usabilidade, criação e compartilhamento de conteúdo de maneira criativa e colaborativa.

1.1 Problema de pesquisa

Como a transição tecnológica da comunicação por mídias tradicionais para plataformas digitais catalisou o surgimento das redes sociais e o fenômeno da viralização de excessos de conteúdos em especial os disponibilizados pelo *TikTok*, impactando a saúde e o bem-estar da Geração Z.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Analisar as consequências do uso excessivo do *TikTok* e desenvolver uma nova proposta de rede social aplicado a um (mockup visual) que conscientize os usuários da Geração Z sobre questões como usabilidade, criação e compartilhamento de conteúdo de maneira criativa e colaborativa.

1.2.2 Objetivos específicos

(A) Investigar os conceitos das formas de linguagem e conteúdos produzidos no *Tik Tok*;

(B) Identificar os estímulos sequenciados pelo algoritmo do *TikTok* para a Geração Z;

(C) Levantar na literatura as consequências do uso excessivo do *TikTok* pela Geração Z e seus impactos na saúde e bem-estar da Geração Z.

1.3 Justificativa

A transição da comunicação por mídias tradicionais para plataformas digitais, notadamente com o surgimento das redes sociais e a viralização de conteúdos, como os disponibilizados pelo *TikTok*, representa uma mudança paradigmática na forma como os indivíduos, especialmente a Geração Z, interagem e consomem informações. Este estudo é relevante para a ciência porque investiga como essas novas dinâmicas impactam a saúde mental e o bem-estar dessa geração, proporcionando *insights* cruciais sobre os efeitos psicológicos e sociais das mídias digitais.

O fenômeno da viralização e a exposição constante a conteúdos podem influenciar a percepção de si mesmo e dos outros, exacerbando problemas como

ansiedade, depressão e baixa autoestima. Compreender esses impactos é fundamental para desenvolver estratégias eficazes para mitigar os efeitos negativos e promover o uso saudável das tecnologias digitais.

Além disso, o estudo se alinha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU (Organização das Nações Unidas), particularmente com o ODS 3 (Saúde e Bem-Estar), ao buscar compreender e abordar os efeitos das mídias digitais na saúde mental.

Em última análise, a pesquisa pretende ajudar a criar um ambiente digital mais saudável e sustentável, promovendo o bem-estar da Geração Z e fomentando práticas que favoreçam uma sociedade mais equilibrada e informada.

1.4 Metodologia

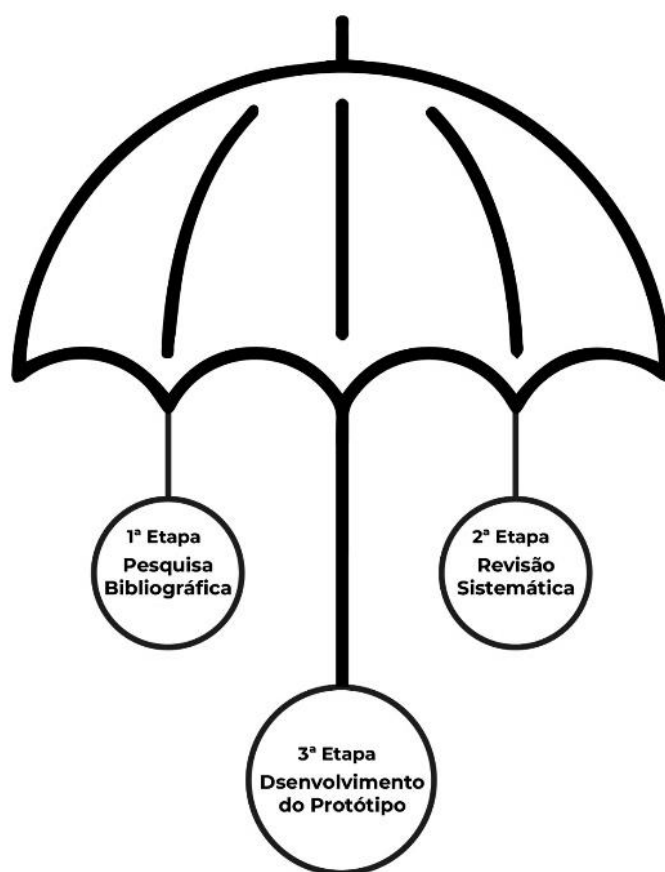
Este estudo é dividido em três etapas metodológicas, refletindo a necessidade de uma abordagem diversificada e criteriosa para abordar de forma eficaz o problema de pesquisa relacionado ao impacto do uso excessivo do *TikTok* pela Geração Z. A escolha por essa divisão metodológica se justifica pela importância de, em um primeiro momento, consolidar um referencial teórico robusto, e, em seguida, realizar uma análise crítica das evidências já publicadas sobre o tema. Assim, a combinação de diferentes procedimentos metodológicos é essencial para garantir a profundidade e a validade científica da pesquisa.

De acordo com Gil (2002), a utilização de métodos complementares em etapas permite suprir as limitações de uma única abordagem, oferecendo uma visão mais abrangente e detalhada do objeto de estudo. Nesse contexto, a pesquisa bibliográfica possibilita o levantamento e a análise dos principais conceitos, teorias e discussões sobre as redes sociais, o comportamento da Geração Z e os impactos psicossociais do uso de plataformas como o *TikTok*. Entre os autores-chave para a construção deste referencial, destacam-se Manuel Castells (2011), com suas contribuições sobre a sociedade em rede e o papel das mídias digitais na construção de novas formas de interação; Sherry Turkle (2011), que discute o impacto das tecnologias digitais nas relações interpessoais; e Zygmunt Bauman (2001), cuja análise da modernidade líquida oferece insights valiosos sobre o comportamento social em tempos de hiperconectividade.

Paralelamente, a revisão sistemática é fundamental para assegurar que as evidências empíricas mais recentes sejam rigorosamente avaliadas, fornecendo uma

base sólida para a análise dos impactos do *TikTok* sobre aspectos como saúde mental, desempenho acadêmico e relações sociais. Ao adotar uma abordagem sistemática, é possível garantir que as conclusões da pesquisa sejam ancoradas em dados concretos e confiáveis, minimizando vieses e oferecendo uma resposta sólida ao problema de pesquisa. Assim, a escolha por dividir o estudo em duas etapas, combinando uma análise teórica com uma revisão detalhada das evidências, permite uma compreensão mais ampla e rigorosa do tema, possibilitando o desenvolvimento de respostas mais fundamentadas às questões levantadas.

Figura 1: Revisão guarda-chuva



Fonte: O próprio autor (2025)

A revisão guarda-chuva, como um método de síntese, visa integrar múltiplos estudos de uma área específica, proporcionando uma visão global e holística. De acordo com Grant e Booth (2009), essa abordagem permite reunir uma ampla gama de evidências, oferecendo um panorama mais abrangente que facilita o desenvolvimento de novas perspectivas teóricas ou aplicações práticas. Esse tipo de

revisão é particularmente útil para estruturar pesquisas complexas, ao fornecer uma base sólida de conhecimento consolidado a partir de múltiplas fontes.

1.4.1 Etapa 1 - Pesquisa bibliográfica

A pesquisa bibliográfica disponibilizada sobre tema em estudo, incluindo "[...] publicações isoladas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, e até meios de comunicação oral, como rádio e gravações em fita magnética, bem como recursos audiovisuais, como filmes e televisão" (Marconi; Lakatos, 2010, p. 166).

Conforme elucidado por Boccato (2006, p. 266):

"A pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema (hipótese) por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica."

Para o desenvolvimento do estudo, essa etapa inicial consistiu no levantamento bibliográfico da literatura referente às temáticas: redes sociais; viralização; ultra exposição; *TikTok*; semiótica; interação e tendências; e na subsequente análise do material selecionado, visando abranger as discussões e reflexões pertinentes e congruentes com os objetivos do viés problemático de como a transição tecnológica da comunicação por mídias tradicionais para plataformas digitais catalisou o surgimento das redes sociais e o fenômeno da viralização de excessos de conteúdos em especial os disponibilizados pelo *TikTok*, impactando a saúde e o bem-estar da Geração Z.

Por meio dele foi possível delinear e delimitar o referencial teórico, a problemática, a questão de investigação, as perguntas norteadoras e os objetivos do estudo em questão. Dessa forma, abordando as temáticas que sustentam a discussão teórica da pesquisa, possibilitando a leitura, análise e compreensão aprimorada dos fenômenos investigados.

1.4.2 Etapa 2 - Revisão sistemática

A revisão sistemática é uma metodologia rigorosa e estruturada que visa identificar, avaliar e sintetizar evidências relevantes sobre uma determinada questão de pesquisa. Este método permite uma análise abrangente e imparcial de estudos

publicados, garantindo uma visão holística e atualizada do tema em questão. Segundo Sampaio e Mancini (2007, p. 23), a revisão sistemática "se caracteriza pela busca detalhada, criteriosa e exaustiva de estudos relevantes, seguindo um protocolo pré-estabelecido". Este processo é essencial para a construção de uma base teórica sólida e fundamentada, oferecendo suporte robusto para a condução de novas investigações e desenvolvimento de hipóteses.

A revisão sistemática é fundamental para garantir a objetividade e a replicabilidade dos resultados. Ao seguir um protocolo definido e transparente, este tipo de revisão minimiza o viés na seleção e análise dos estudos, proporcionando uma base sólida para conclusões confiáveis e generalizáveis.

Para a condução da revisão sistemática deste trabalho, será adotado o protocolo descrito por Gough, Oliver e Thomas (2017), que envolve as seguintes etapas: definição do escopo e dos critérios de inclusão e exclusão, pesquisa e seleção dos estudos, extração e análise dos dados, síntese e interpretação dos resultados, além da avaliação da qualidade dos estudos. Esse método permite uma abordagem rigorosa e estruturada, garantindo a consistência e a validade dos resultados obtidos.

Definição do Escopo e Critérios de Inclusão/Exclusão: Estabeleceu-se no escopo da pesquisa, a definição de critérios claros para inclusão, sendo eles artigos e estudos publicados entre o ano de 2019 a 2024, artigos em português, inglês e espanhol, relato de casos, ensaios clínicos, estudos clínicos e questionários pessoais aplicados de forma *off-line* e *on-line*; e exclusão dos estudos, como artigos de revisão sistemática, artigos sem associação entre os descritores desta pesquisa, artigos duplicados e fora da data segmentada pelo critério de avaliação; tendo como foco principal aspectos relacionados a saúde mental e bem-estar, comportamento digital e pressões sociais relacionadas ao uso do *TikTok*.

Pesquisa e Seleção de Estudos: Foram realizadas buscas avançadas no período de novembro de 2024 a janeiro de 2025 nas bases de dados acadêmicas: Para atingir os objetivos desta pesquisa e obter uma busca alinhada com o tema do estudo foi utilizada a plataforma de periódicos da Capes, um dos maiores acervos científicos virtuais do país, que reúne e disponibiliza conteúdos produzidos nacionalmente e outros assinados com editoras internacionais a instituições de ensino e pesquisa no Brasil. O *PubMed* (focado na pesquisa internacional) é um recurso gratuito focado na área da saúde, dando suporte à busca e recuperação de literatura biomédica e de ciências biológicas com o objetivo de melhorar a saúde, tanto global

quanto pessoalmente. Já a plataforma *SciELO* fornece acesso aberto que reúne periódicos científicos de alta qualidade, principalmente da América Latina, promovendo a visibilidade e disseminação de pesquisas locais, sendo uma ferramenta essencial para pesquisadores em busca de materiais confiáveis. O foi utilizado o *Scopus* por ser uma base de dados científica multidisciplinar que indexa artigos, conferências e patentes, oferecendo métricas de impacto e análise bibliométrica. Amplamente utilizada, ela auxilia na validação de fontes e identificação de tendências na pesquisa acadêmica global.

Nas buscas foram utilizadas as seguintes palavras-chave e expressões relacionadas ao tema, em português e em inglês com o uso do operador AND sendo elas: "Geração Z" e "TikTok", "Geração Z" e "Excess" e "TikTok", "Geração Z" e "TikTok" e "Viral", "Geração Z" e "Viral", "Gen Z" e "TikTok", "Gen Z" e "TikTok" e "Viral", "Gen Z" e "TikTok" e "Health", "TikTok" e "Saúde", "TikTok" e "Conteúdo", "TikTok" e "Algoritmo" e "Viral", "TikTok" e "Viral", "TikTok" e "Jovens" e "Saúde", "TikTok" e "Jovens" e "Educação", "TikTok" e "Viralização", "TikTok" e "Vício", "TikTok" e "Dependência", "TikTok" e "Efeitos", "TikTok" e "Impacto Acadêmico" e "Adolescentes", "Redes sociais" e "Vício Digital" e "TikTok", "Geração Z" e "redes sociais" e "Efeitos", "Plataformas digitais" e "Jovens", "TikTok" e "Brasil" e "Jovens", "TikTok" e "Brasil" e "GenZ", "TikTok" e "Viral" e "Jovens", "Mídia Digital" e "Jovens" e "Saúde", "TikTok" e "Comportamento Social" e "Brasil", "TikTok" e "Tendência", "TikTok" e "Comparação", "TikTok" e "Influenciadores" e "Saúde Mental", "Geração Z" e "Depressão" e "Tecnologia", "Geração Z" e "Ansiedade" e "Rede Social", "Jovens" e "Ansiedade" e "Rede Social", "Jovens" e "Vício" e "Rede Social", "Jovens" e "Saúde Mental" e "Rede Social", "Jovens" e "Psicológico" e "Rede Social", "Jovens" e "Dependência" e "Mídias", "Jovens" e "Transtorno" e "TikTok", "TikTok" e "Isolamento", "TikTok" e "Zoomers", "TikTok" e "Algoritmos" e "Adolescentes", "TikTok" e "Adolescentes" e "Vício", "TikTok" e "Exposição", "TikTok" e "Viralização", "Adolescentes" e "Digital" e "Saúde", "TikTok" and "Gen Z", "TikTok" and "Health", "TikTok", "TikTok" and "Anxiety", "TikTok" and "Depression" and "Use", "TikTok" and "Teens" and "Health", "TikTok" and "Gen Z" and "Health", "TikTok" and "Gen Z" and "Depression", "TikTok" and "Impact" and "Health" and "Teens", "TikTok" and "Teens" and "Health", "Jovens" and "Dependência" and "Mídias", "TikTok" and "Depressão", "TikTok" and "Saúde", "TikTok" and "Algoritmo", "TikTok" and "Saúde" and "Jovens", "TikTok" and "Ansiedade", "Isolamento" and "Adolescentes", "Geração Z" and "Redes

Sociais”, “Depressão” and “Rede Social”, “Ansiedade” and “Rede Social” and “Jovens”, “Rede Social” and “Saúde Mental”, “Jovens” and “Uso” and “Internet”, “Suicídio” and “Redes Sociais”, “Depressão” and “Jovem” and “On-line”, “Redes Sociais” and “Ansiedade”, “Redes Sociais” and “Internet” and “Saúde” and “Jovens”, “TikTok” and “Saúde”.

A seleção dos estudos foi baseada nos seguintes critérios: artigos e estudos que analisaram os descritores para atender os objetivos dessa pesquisa relacionados ao uso do *TikTok*, e também, sobre os impactos do uso de redes por jovens da GeraçãoZ e em indícios relacionados ao fator do uso excessivo de mídias sociais e *TikTok*, concentrados nos impactos na saúde e bem-estar desta geração, que qualificaram metodologicamente as pesquisas escolhidas como escopo dessa revisão sistemática.

Extração e Análise dos Dados: Os dados foram extraídos de forma sistemática, com atenção para aspectos como metodologia dos estudos, resultados encontrados e possíveis tendências. A análise desses aspectos permitiu identificar recorrências e padrões comuns, bem como divergências nas evidências existentes.

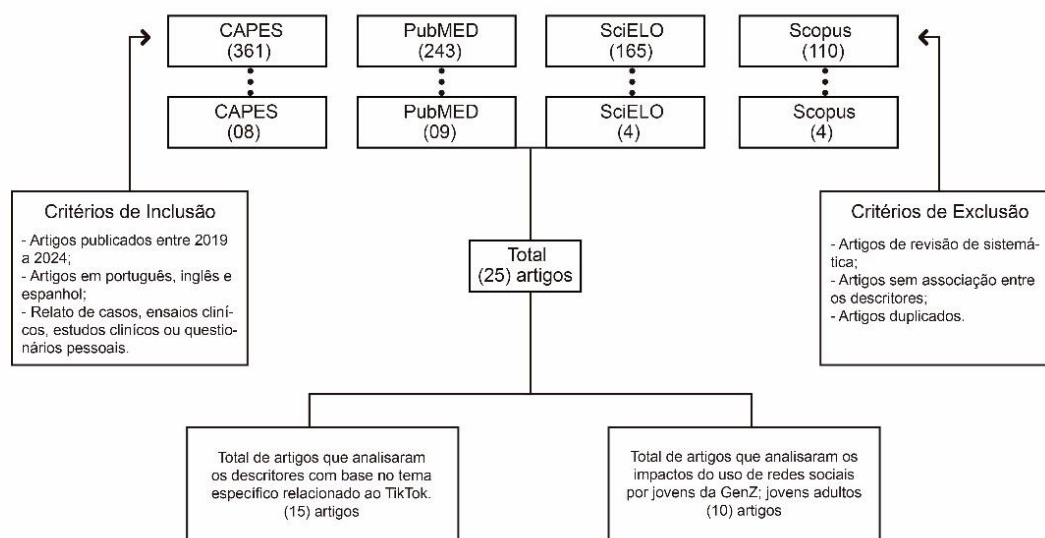
Síntese e Interpretação dos Resultados: Os resultados foram sintetizados objetivando fornecer uma visão consolidada sobre os efeitos do uso excessivo do *TikTok* na Geração Z. Essa síntese permite compreender a magnitude dos impactos e as implicações para a saúde mental (ansiedade, depressão e vício), bem-estar, autoestima, bem-estar social e procrastinação.

Avaliação da Qualidade dos Estudos: Foi realizada uma avaliação crítica da qualidade dos estudos incluídos base de dados e pesquisas pertinentes, como pesquisas nacionais e internacionais para obter um análises e discussões e reflexões a nível mundial sobre a relação dos impactos do uso demasiado do *TikTok* por jovens da GenZ, palavras-chaves e expressões alinhadas com os objetivos desse estudo que tem como proposito analisar as consequências do uso excessivo do *TikTok* pela GeraçãoZ, delimitação de tempo (2019 a 2024) focando em pesquisas atuais, assegurando que as conclusões fossem baseadas em evidências robustas e confiáveis.

O fluxograma ilustra de forma clara e estruturada o processo delineado para alcançar os objetivos da revisão. Inicialmente, foram identificados 30 artigos. Após a aplicação de critérios de exclusão, como eliminação de revisões sistemáticas, ausência de relação com os descritores, período fora do intervalo estabelecido e

duplicidades, cinco artigos foram descartados, refinando os resultados para maior relevância e adequação ao escopo da pesquisa.

Figura 2: Fluxograma de desenvolvimento da revisão sistemática



Fonte: O próprio autor (2025)

A revisão sistemática permitiu uma compreensão aprofundada e fundamentada sobre o impacto do *TikTok* na Geração Z, oferecendo insights valiosos para o desenvolvimento da pesquisa, além disso, a abordagem sistemática garantirá que o trabalho reflita as melhores práticas de pesquisa e contribua significativamente para o conhecimento sobre o tema. Os resultados e discussões desta revisão fundamentaram o capítulo três dessa pesquisa, no qual se encontra a análise dos impactos do uso excessivo do *TikTok* na Geração Z, abordando os desafios enfrentados e as influências nas condições humanas observadas após o uso da plataforma. A análise incluiu reflexões sobre os impactos desse uso excessivo na área da saúde mental (ansiedade, depressão e vício digital), bem-estar, autoestima e procrastinação.

1.5 Fundamentação teórica

O conceito de midiatização, conforme acentua Martino (2017) na apresentação da obra *Midiatização e textualidades*, está envolto em um jogo de polissemias e aplicações variadas. Entre seus usos acadêmicos, há casos em que o termo é

empregado para caracterizar um acontecimento que está em destaque na mídia; em outras situações ele é adotado com o intuito de se referir em como a mídia e os dispositivos tecnológicos estão presentes na sociedade; e, ainda, na ideia de uma sociedade em processo de midiatização (Martino, 2017). Etimologicamente a palavra vem “de media, do latim media, meios; no caso, redução da expressão inglesa *mass media*, meios de comunicação de massa, como jornais, revistas, televisão, rádio. Mediatização, ato ou efeito de mediatizar, ação de difundir por meio dos veículos de comunicação (Houaiss)” (Fausto Neto et al., 2014, p. 422).

Na elaboração do verbete “Mediatização”, no Dicionário da Comunicação (2014), Fausto Neto et al. (2014) se dedicam, a princípio, a replicar a formulação do Houaiss, tendo em vista que ela remete a presença dos meios tecnológicos apenas enquanto mediadores. Já no entendimento dos autores, estamos em outro estágio, “[...] uma nova ambiência como entorno comunicativo” (Fausto Neto et al., p. 422), isto é, o processo comunicacional passa a adentrar as lógicas da sociedade e de suas esferas. Já para Sodré (2013, p. 21), a midiatização é uma “tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação”.

No jogo de concepções e das aplicações diversificadas, para Sgorla (2010) existem simultaneamente na atualidade a “sociedade dos meios e a “social da midiatização” (Neto, 2008) – embora representem fenômenos diferentes. A “sociedade dos meios” é aquela em que as mídias estão em posição de destaque e de visibilidade em relação aos demais campos que compõem a vida social. A partir de suas lógicas e práticas, os meios de comunicação são vistos na qualidade de espaços midiáticos que matizam aquilo que os variados âmbitos sociais desejam evidenciar e, ao mesmo tempo, eles buscam, dentro desses domínios, serem reconhecidos/interagir pelos/com os outros setores (Sgorla, 2010). Com efeito, os meios, e aqui cabe enfatizar o jornalismo, são como “impulsos” que incentivam e tornam os campos sociais visíveis.

Para Fausto Neto (2008):

“[...] uma designação econômica para diferenciar a «sociedade dos meios» da «sociedade da midiatização» está no fato de que na primeira as mídias estariam a serviço de uma organização de um processo interacional e sobre o qual teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos. Na segunda, a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de

afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (Fausto Neto, 2008, p. 93).

Em reflexão posterior o mesmo autor faz um contraponto entre os dois eventos fica evidente que, ainda que esse modelo estratégico de “tornar visível” esteja em pauta, estamos em um período marcado por mudanças que ecoam em novas formas de visibilidade.

O que está em cena na “sociedade dos meios”, é o controle das informações pelos meios de comunicação – mesmo que os discursos oficiais sejam disponibilizados, diretamente ou indiretamente (Fausto Neto, 2012).

Por sua vez, Martino (2012, p. 22) pontua que a midiatização “[...] pode ser entendida como o conjunto das transformações ocorridas na sociedade contemporânea relacionadas ao desenvolvimento dos meios eletrônicos e virtuais de comunicação”. Enquanto (Braga, 2012) contesta que isso não significa que a midiatização está assentada nos aparatos e nas novas tecnologias, mas, sim, na maneira como a sociedade e, com efeito, os campos sociais se apropriam desses meios e da processualidade comunicacional para elaborar suas próprias ações e inter-relações. Em outras palavras, o fenômeno da midiatização envolve mais camadas do que se supõe, já que a sociedade passa a ser atravessada, em diferentes níveis, pelo comunicacional. Logo, escreve Gomes (2015, p. 53), a sociedade em midiatização “[...] é uma ambiência, um novo modo de ser no mundo”. O mundo moderno, caracterizado pela midiatização, não apenas utiliza os meios de comunicação, mas é profundamente moldada por eles. A midiatização cria uma nova “ambiência” ou ambiente social, onde a interação, a percepção da realidade e a forma como vivemos e nos relacionamos são profundamente influenciadas e transformadas pelas mídias.

De acordo com Fausto Neto et al. (2014, p. 423) a midiatização “[...] transcende assim o ‘campo mediático’ propriamente dito, embora dele retire os elementos que vão constituir forma e dinâmica de uma sociedade em transformação”. Em concordância com tal afirmativa, Braga (2015) reconhece a relevância desses componentes midiáticos em benefício das esferas sociais em suas estratégias de interação, porém acredita que a sociedade em midiatização é regida, também, por outros processos, para além das lógicas da mídia. A perspectiva do autor está apoiada na indagação se a influência das lógicas da mídia é capaz de elucidar tudo que rodeia a midiatização da sociedade (Braga, 2015).

Nesse contexto, e para responder ao que propõe no título (Lógicas da mídia, lógicas da midiatização?), o autor promove uma discussão relativa às lógicas de processos sociais e às lógicas da mídia. Em síntese, as lógicas são estruturas (de padrões, funcionamento e ação) que dizem respeito às dinâmicas dos processos sociais. Já no tocante às lógicas da mídia, sua base está ancorada em dois núcleos: 1) no campo dos media – em seu histórico, práticas, demandas econômicas, linguagens, campo profissional, etc.; e 2) na materialidade tecnológica (Braga, 2015). Conforme Braga (2015, p. 23), “[...] essas duas dinâmicas produtoras de lógicas de mídia, o campo dos media e as tecnologias, podem se reforçar ou se tencionar mutuamente, gerando resultados adaptativos de parte a parte”. Braga (2012) complementa essa perspectiva ao afirmar que a midiatização é um processo que reconfigura as relações sociais, não apenas adaptando as lógicas existentes, mas criando novas formas de interação social mediadas pela tecnologia e pelos media, evidenciando a complexidade e a interdependência dessas dinâmicas.

Dessa forma, a citação de Braga (2012) expande a compreensão de como a midiatização não só adapta, mas transforma profundamente as lógicas sociais e midiáticas, reforçando a ideia de que essas lógicas não são estáticas, mas estão em constante negociação e transformação dentro do ambiente midiatizado.

A transição da midiatização à viralização revela a complexidade da evolução dos processos midiáticos em especial das redes sociais, criando um novo parâmetro que evoluíram os processos midiáticos, moldando e influenciando significativamente as interações nas redes sociais contemporâneas. A midiatização, refere-se à influência persuasiva dos meios de comunicação nas várias esferas da vida social. Esta transformação inicia-se com a integração e a centralidade dos meios de comunicação nas práticas cotidianas, influenciando comportamentos, normas e até mesmo a estruturação das identidades sociais (Hjarvard, 2014).

Com o advento das redes sociais, a midiatização adquire novas dimensões, tornando-se um processo mais dinâmico e interativo. Conforme discutido por Castells (2016) a ascensão das redes digitais facilitou a emergência de novas formas de comunicação em rede, na qual a informação é disseminada rapidamente e de maneira descentralizada, logo, este fenômeno propiciou o surgimento da viralização, caracterizada pela rápida e massiva propagação de conteúdos, transformando eventos ordinários em *trends* globais.

Segundo Jenkins, Ford e Green (2013), a viralização, consequência direta da

midiatização, é impulsionada tanto por algoritmos sofisticados quanto pela participação ativa dos usuários, que atuam como co-produtores e disseminadores de conteúdo. A cultura participativa nas redes sociais, assim, potencializa a disseminação de conteúdos virais, destacando como os indivíduos transformam o consumo passivo de mídia em práticas ativas de compartilhamento e reinterpretação. Os ativos da viralização incluem a democratização da produção de conteúdo e a ampliação do alcance das vozes marginalizadas, permitindo uma maior diversidade de perspectivas e narrativas. Além disso, a viralização facilita a mobilização social e política, exemplificada por movimentos sociais, como a Primavera Árabe, um fenômeno que ocasionou uma série de protestos e revoltas populares que ocorreram entre 2010 e 2011 no Oriente Médio e no Norte da África, impulsionados por demandas por democracia e justiça social. Segundo Bayat (2017), esses eventos tiveram grande impacto político, especialmente na Tunísia, Egito, Líbia e Síria. Os manifestantes da Primavera Árabe se organizaram nas redes sociais através de plataformas como *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*, utilizando-as para coordenar protestos, divulgar informações em tempo real e mobilizar apoio internacional. Essas ferramentas permitiram a rápida disseminação de mensagens e a organização de manifestações em massa, superando a censura governamental e conectando ativistas em diferentes regiões.

Entretanto, a viralização também apresenta desafios significativos, como a propagação rápida e muitas vezes indiscriminada de informações não validadas, que pode levar à disseminação de *fake news*, criando desinformação e polarização social. Para Pariser (2012, p. 89) os algoritmos são “[...] mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir”. O autor alerta sobre os perigos das “bolhas de filtro” caracterizadas como isolamento informacional personalizado *on-line*, nas quais os algoritmos de personalização limitam a exposição dos indivíduos a perspectivas divergentes, reforçando preconceitos e divisões.

Ademais, a busca incessante por viralidade pode influenciar negativamente a evolução do SER¹, promovendo uma cultura de superficialidade e validação constante

¹ O conceito de "SER" em maiúsculas, especialmente no contexto da filosofia de Martin Heidegger, refere-se à essência fundamental da existência. Heidegger, em sua obra *Ser e Tempo*, busca investigar o significado do "Ser" como a condição primordial para a compreensão de qualquer ente ou fenômeno no mundo. O "Ser" é visto como o fundamento sobre o qual toda experiência e compreensão se

através de *likes* e compartilhamentos.

Para Han (2017, p. 47), a “[...] mídia digital não oferece apenas uma janela para o assistir passivo, mas sim também portas através das quais passamos informações produzidas por nós mesmos”, ou seja, ele argumenta que a superficialidade das interações digitais, está associada à efemeridade e a velocidade das redes sociais, por comprometerem a profundidade de discussão e de reflexão sobre o assunto divulgado assim como na autenticidade dos conteúdos compartilhados não é checado. Além disso, a sociedade contemporânea, caracterizada pela informação e pela opinião, sustenta-se na comunicação desintermediada, todos os indivíduos produzem e disseminam informação.

A desintermediação da comunicação torna os jornalistas, outrora representantes elitistas e “formadores de opinião” ou sacerdotes da opinião, aparentemente superficiais e anacrônicos, sendo assim, a mídia digital dissolve qualquer classe sacerdotal e a desmediatização generalizada encerra a era da representação, que atualmente todos almejam estar diretamente presentes e expressar suas opiniões sem intermediários, em razão disso, a representação cede espaço à presença ou à copresença.

Em suma, a transição da midiatização à viralização encapsula um conjunto complexo de dinâmicas que transformaram profundamente a forma como interagimos e nos relacionamos na era digital. Embora a viralização tenha democratizado a produção e a disseminação de conteúdo, promovendo uma maior inclusão e participação; ela também apresenta desafios que necessitam ser enfrentados para assegurar uma evolução saudável e equilibrada do SER na sociedade contemporânea.

1.5.1 A transição da mídia tradicional para o digital

As modalidades comunicativas dos ancestrais fundamentam-se na oralidade das gerações subsequentes, em símbolos e mensagens inscritas, que serviam para atestar a existência humana e perpetuar seu saber.

A mídia tradicional emergiu com a invenção da imprensa de tipos móveis por Johannes Gutenberg em meados do século XV, aproximadamente em 1440. Este marco histórico inaugurou a difusão massiva de informações por meio de livros e,

constroem, destacando-se da existência comum por sua profundidade e centralidade na filosofia existencial.

subsequentemente, periódicos. Conforme relata Straubhaar (2004), Johannes Gutenberg foi um dos pioneiros na Europa Ocidental a desenvolver um maquinário capaz de imprimir grande quantidade de material informativo, por volta de 1450. A alfabetização e a leitura, anteriormente restritas a determinados membros das classes dominantes e ao clero, tornaram-se progressivamente mais acessíveis à emergente classe dominante e mercantilista, assinalando uma nova era na civilização ocidental, além disso, a invenção da imprensa tipográfica por Gutemberg, em 1453, se tornou um fator determinante nas transformações psico-sociais que geraram o mundo moderno atual.

Com o advento da tecnologia da impressão, McLuhan (1972) expõe que a ocorrência de uma remodelação da sociedade humana pela profunda mudança que esta tecnologia trouxe à forma de comunicação e armazenamento do conhecimento, tornando assim possível a difusão de ideias em larga escala e principalmente o desenvolvimento do pensamento científico e racional, mas também, ela centralizou o conhecimento e o poder, concentrando a autoridade nas mãos daqueles que controlavam a produção e a distribuição do texto impresso, como a grande mídia.

A gênese da mídia tradicional remonta à invenção da imprensa por Johannes Gutenberg no século XV, um marco que revolucionou a disseminação do conhecimento. De acordo com Eisenstein (1979) a imprensa de tipos móveis possibilitou a produção em massa de livros, democratizando o acesso à informação e fomentando o Renascimento e a Reforma Protestante. Posteriormente, a ascensão dos jornais no século XVII, conforme relatado por Habermas (2014), institucionalizou a comunicação pública e estabeleceu as bases para a opinião pública moderna. No século XX, o advento do rádio e da televisão, discutido por McLuhan (1996), ampliou a influência da mídia tradicional, permitindo a transmissão instantânea de informações a grandes audiências. Esses desenvolvimentos consolidaram a mídia tradicional como um pilar fundamental na estruturação da sociedade contemporânea.

Para maior compreensão dessa transição da mídia à digitalização serão abarcados de forma sintetizada os principais movimentos e teorias da comunicação e a evolução de seus meios, a fim de elucidar a abordagem deste trabalho, relatar analogias, mecanismos, procedimentos e métodos desenvolvidos por cada um deles.

A teoria hipodérmica ou mais conhecida também como teoria da agulha hipodérmica, ressalta os fundamentos de estímulo e resposta, isto é, um raciocínio desenvolvido baseado em um estímulo, como por exemplo, uma mensagem

radiofônica, na qual entraria no indivíduo sem restrições ou quaisquer resistências, tal como uma agulha perfuma a pele humana, isto é, a mensagem transmitida desperta um impulso de ação.

A teoria hipodérmica, que vê a mídia como um estímulo direto e passivo que gera uma resposta automática, assemelha-se ao behaviorismo por tratar os indivíduos como receptores que respondem previsivelmente a estímulos. As teorias aspirantes também observam como estímulos moldam comportamentos, refletindo a premissa da teoria hipodérmica; com relação aos algoritmos, estes funcionam de maneira similar ao aplicar estímulos personalizados para influenciar e direcionar o comportamento dos usuários, maximizando o engajamento de forma direta e influente.

O modelo de Lasswell (1987), ousou circunscrever o ato comunicativo em um processo de apenas cinco perguntas: "Quem, diz o quê, em que canal, para quem, com que efeito?". Após enumerar esse processo sugerido em questões, o mesmo também associa cada pergunta a uma área específica de estudo: Assim, cada pergunta corresponde a uma área específica de estudo: "quem" está relacionado à "análise do controle", que examina quem controla a mensagem; "diz o quê" corresponde à "análise do conteúdo", focada no conteúdo da mensagem; "em que canal" se refere à "análise das mídias", que estuda os meios de comunicação utilizados; "para quem" está vinculado à "análise da audiência", que analisa o público receptor; e "com que efeito" relaciona-se à "análise dos efeitos", que investiga os impactos da mensagem sobre o público. Com essa linha de raciocínio, o conceito de "massa" é essencial para a compreensão da teoria hipodérmica, pois para os proponentes dessa corrente, compreendiam que o indivíduo era um receptor totalmente passivo e poderia ser manipulado pelos meios de mediação da época que consistiam principalmente nos rádios, jornais e principalmente a televisão, portanto, a massa consistia em um conjunto de indivíduos isolados de suas referências sociais, agindo em prol de sua própria satisfação.

A teoria hipodérmica sugere que os meios de comunicação têm um efeito direto e passivo sobre o público, que absorve mensagens sem resistência. O modelo de Lasswell (1987), por sua vez, analisa o processo comunicativo ao descrever quem diz o quê, por qual canal, para quem e com que efeito. Ambos se relacionam ao destacar o impacto significativo e direto da comunicação de massa sobre os receptores.

A Teoria da Persuasão explora como mensagens e argumentos são utilizados para influenciar as atitudes e comportamentos das pessoas. De acordo com

Chiavenato (2014), a persuasão envolve a utilização de estratégias comunicativas que visam modificar crenças e ações, analisando fatores como a credibilidade do emissor, a clareza da mensagem e a carga emocional. A teoria examina como essas variáveis contribuem para a eficácia da persuasão e a mudança de opinião.

A Teoria Empírica de Campo ou Teoria dos Efeitos Limitados de Lazarsfeld e Merton (1948) argumenta que a mídia tem um impacto limitado nas relações comunitárias e não causa efeitos diretos sobre o comportamento humano, diferentemente do que sugere o behaviorismo. Para esses teóricos, a mídia é apenas um dos muitos fatores de persuasão, com influência indireta que depende do contexto social do receptor. A mídia atua como um instrumento adicional de persuasão, sujeita a outros processos sociais como religião, família e partidos políticos.

Na teoria funcionalista, Wright (1974) alega que a existência de um meio deve ser submetida a alguma necessidade, existência ou influenciada por demandas sociais, ou seja, expõem a função e as atividades desenvolvidas pela mídia em relação à sociedade. Nesta perspectiva o foco deixa de ser o comportamento do indivíduo e passa a ser a sua ação social, isto é, a forma na qual ele se relaciona e interage, o que está relacionado aos valores sociais. Seu intuito é focalizado em informar, educar, desenvolver e criar ícones e principalmente vender, uma ideia ou produto. Mesmo que as necessidades sejam diferenciadas das funções, é perceptível conceber a satisfação das necessidades sentidas e vivenciadas pelos indivíduos.

A teoria crítica da Escola de Frankfurt (1930), fundamentada nos preceitos marxistas, examina a produção midiática dentro do contexto capitalista. De acordo com essa abordagem, a análise das obras culturais, como filmes e músicas, busca revelar como a indústria cultural molda e influencia essas informações, evidenciando a natureza industrial e o impacto do capitalismo na produção cultural (Horkheimer; Adorno, 2002).

A mídia era utilizada não apenas como um meio de difusão de informações, mas também para monopolizar o entretenimento, a arte e a cultura em moldes capitalistas, visando gerar lucro. Isto é, para os teóricos críticos o principal objetivo das mídias é padronizar a arte em um produto industrial, distribuído em larga escala, resultando na perda da essência e identidade autêntica da verdadeira obra, onde o consumidor se imagina soberano em suas escolhas, mas na realidade, ele é um objeto dessa indústria. Este fenômeno pode ser observado no cotidiano contemporâneo, pois ainda existem grandes empresas de diferentes setores que utilizam essa perspectiva

para criar novas fórmulas e estratégias de vendas. Neste cenário, é possível analisar o poder midiático dos meios de comunicação em inserir e despertar uma necessidade de consumo no espectador ou receptor, dando margem ao consumo de algum produto ou ideia sem embasamento, crítica ou discernimento.

A dimensão crítica da cultura, que deveria garantir a emancipação, cede lugar à desinformação, em que predomina a racionalidade instrumental voltada para a adaptação e o conformismo à situação vigente. Essa condição social de conversão da cultura em pseudocultura chega a travar a realização da autêntica experiência formativa, a ponto de Adorno dizer que: “a única possibilidade que resta à cultura é autorreflexão crítica sobre a semiformação, em que necessariamente de converteu” (Adorno, 1996, p. 410).

A teoria culturológica, conforme analisada por Morin (2012), busca entender a natureza da cultura na sociedade contemporânea, enfatizando que a cultura de massa não é autônoma, mas depende de outras áreas culturais, como a nacionalista, religiosa, política e humanística - porque se adapta e interage com os valores e identidades dessas esferas, refletindo e reforçando as tradições e ideologias presentes na sociedade. Ao contrário de outras teorias, essa abordagem propõe uma visão onde a cultura de massa é interligada com os meios de produção e não imposta, mas oferecida à sociedade como uma nova forma de cultura. Ademais, uma cultura disponibiliza meios de apoio imaginários à vida prática, como difundido por Morin (1969, p. 32) “[...] ela alimenta o ser semi-real, semi imaginário, que cada um secreta no interior de si (sua alma), o ser semi-real, semi-imaginário que cada um secreta no exterior de si e no qual se envolve (sua personalidade).”

A teoria do agendamento, conforme analisa Wolf (2003), mostra que a mídia tem a capacidade de influenciar diretamente os indivíduos, direcionando a atenção para certos temas e, assim, induzindo a reflexão sobre eles. Autores como Shaw e McCombs (1977) comentam que os meios de comunicação contribuíram para a inserção das agendas que preocupam a sociedade e políticos; pois, ela possui o poder de criar e modelar as representações da realidade. Nesse sentido, a mídia emerge como uma mediadora entre o receptor de realidade da qual este se encontra distante. Diante desse viés o poder da mídia não está somente conectado em dizer ao público o que pensar, mas como pensar.

A teoria *gatekeeper*, originalmente desenvolvida por Lewin (1947) e posteriormente aprofundada por White (1950), explica como jornalistas e editores

atuam como "porteiros", selecionando quais informações serão divulgadas ao público. No contexto brasileiro, Marques de Melo (2003) reforça que esses profissionais filtram e moldam as notícias de acordo com critérios subjetivos e editoriais, influenciando diretamente o conteúdo que chega à sociedade. Baseando-se na ideia de processamento da notícia jornalística Pena (2005, p. 133) afirma "[...] diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão". Portanto, a disseminação e veiculação das notícias eram realizadas a partir de um filtro, do qual os profissionais da área analisavam grupos sociais conforme o conteúdo da informação; a partir desta perspectiva foi evidenciado esse parâmetro para identificar, analisar e compreender o impacto e direcionamento divulgado por meio das mídias.

A teoria do *newsmaking* destaca que os valores da notícia definem quais eventos são suficientemente relevantes para se tornarem notícias, respondendo à pergunta sobre o que é digno de cobertura jornalística (Wolf, 2005, p. 202). Essa está intimamente relacionada à programação de conteúdos nas redes sociais e aos algoritmos, pois ambos utilizam valores da notícia para determinar quais informações são priorizadas e destacadas. Nas redes sociais, algoritmos aplicam esses critérios para personalizar e otimizar o *feed* de notícias com base no engajamento e nas preferências dos usuários (Silva, 2021, p. 45).

De fato, há uma conexão entre as teorias do *newsmaking* e do *gatekeeper*, - ambas estão caracterizadas por uma dependência mútua e complementar; - oferecem uma compreensão ampla e integrada do processo de seleção, produção e apresentação das notícias; - elucidam tanto as decisões individuais dos jornalistas quanto os procedimentos institucionais que configuram o produto.

Conforme explicado anteriormente, essa síntese sobre as teorias de comunicação foi necessária para a compreensão não apenas da evolução de métodos e meios de mediações, mas também de como os procedimentos de análise da evolução do comportamento humano ocorreu em relação a sua forma de interagir, consumir, se relacionar na modernidade. A transição da mídia tradicional para a digital assinalou uma transformação significativa na maneira como a informação é produzida e consumida. Enquanto a mídia tradicional caracteriza-se por jornais impressos, rádio e televisão, meios conhecidos como tradicionais e opera sob um modelo centralizado e linear de disseminação de informações, no qual controlam o fluxo de informações.

A internet originou-se na década de 1960, pelos tecnológicos da Agência de

Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, como um meio de impedir a destruição das comunicações norte-americanas pelos soviéticos, na hipótese de uma guerra nuclear. De acordo com (Castells, 2011) foi uma tática eletrônica para dispersar as forças de guerrilha que se encontravam em um vasto território, tendo como resultado uma arquitetura em rede, que conforme a necessidade de seus criadores, não poderia ser controlada de nenhum centro, pois era composta por milhares de redes de computadores independentes e com diversas maneiras de conexão, driblando as barreiras eletrônicas.

Como analisado por Castells "[...] na verdade, o dilema do determinismo tecnológico é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada em suas ferramentas tecnológicas." (2011, p. 11). A tecnologia, segundo o autor, não deve ser vista como algo separado da sociedade, mas como parte integrante dela, uma vez que seus avanços derivam das necessidades, valores e contextos sociais.

Na teoria ator-rede, discutida por Latour ele ressalta que "[...] as tecnologias e os artefatos técnicos não são entidades passivas, mas agentes sociais ativos que participam da configuração das relações sociais" (2012, p. 84). Isso significa que os objetos técnicos têm um papel decisivo na estruturação das interações e transformações sociais. Ao invés de serem meros instrumentos, as tecnologias influenciam diretamente a maneira como a sociedade se organiza e se desenvolve, contribuindo para mudanças sociais e culturais. Nesse sentido, a tecnologia é tanto um produto social quanto um agente de transformação. Embora a sociedade não determine diretamente o desenvolvimento tecnológico, pode retardá-lo ou limitá-lo por meio da intervenção estatal. Da mesma forma, a sociedade pode impulsionar uma modernização tecnológica rápida, impactando a economia, o setor militar e o bem-estar social. A capacidade de dominar tecnologias, especialmente aquelas cruciais em certos períodos históricos, influencia diretamente a sociedade. Embora a tecnologia não defina o curso histórico, ela desempenha um papel importante em processos decisivos, como os conflitos, e o modo como é utilizada molda comportamentos e estruturas sociais no futuro.

Segundo Castells, "[...] a internet e os avanços nas telecomunicações provocaram uma revolução tecnológica, como a criação dos microcomputadores e da computação em rede" (2003, p. 33). Isso se deu pela interconexão de dispositivos de processamento de dados, permitindo que o poder computacional fosse distribuído em

uma rede de servidores web. Esses servidores utilizam os mesmos protocolos da internet, e os usuários passaram a acessar a rede por meio de dispositivos portáteis, sem a necessidade de sistemas operacionais próprios. Com isso, aplicativos e dados são armazenados nos servidores, enquanto a inteligência computacional é mantida na própria rede, permitindo uma comunicação eficiente entre diferentes dispositivos conectados.

Como discutido por (Castells, 2011) os novos softwares, permitiram que a rede se tornasse o que conhecemos atualmente como Internet, tornando-se aplicável a todos os tipos de atividade, em diferentes contextos e locais que permitissem serem conectados eletronicamente. Além disso, outro acontecimento que impulsionou a transição da midiatização para a digitalização foi a ascensão da telefonia móvel, comandada por grandes empresas tecnológicas, como a Nokia e Ericsson, com o desenvolvimento de dispositivos capazes de compartilhar e receber dados (*kilobits*) em larga escala por segundo, gerando um aumento na capacidade de transmissão com esse avanço tecnológico na área comunicacional em banda larga, possibilitando a usabilidade da Internet para transmitir vozes, dados, imagens, sons, através desses pacotes, revolucionando assim a indústria das telecomunicações.

Conforme a análise de Cerf (2001, p. 45), "[...] hoje em dia é preciso passar por uma computação de circuitos para obter uma troca de pacotes. No futuro, passaremos por uma troca de pacotes para obter uma comunicação de circuitos". Sua visão indica que as redes de comunicação se tornariam responsáveis pelo aumento exponencial do tráfego de dados. Esse processo, antecipado pelo autor, já se concretiza no cenário contemporâneo, em que a migração da mídia para o digital intensificou essa demanda. As telecomunicações, por sua vez, assumiram um papel indispensável no cotidiano, sendo cruciais para a navegação, mediação e socialização.

A digitalização da mídia, impulsionada pelas plataformas digitais, resultou em um modelo descentralizado e interativo. De acordo com Jenkins, "[...] a produção de conteúdo foi democratizada, permitindo que qualquer indivíduo com acesso à internet se tornasse criador e distribuidor de informações" (2008, p. 29). Essa mudança também facilitou a personalização do consumo, oferecendo acesso imediato a uma grande variedade de conteúdos, atendendo a uma alta demanda.

Com o avanço da modernidade, a mediatização passou por transformações, dando origem a uma nova era digital e tecnológica. O receptor, antes considerado passivo, tornou-se um agente crítico e produtor de informações. Para Castells, "[...] as

novas tecnologias disruptivas trouxeram uma transformação nos aparatos tecnológicos, que se tornaram mais potentes e amplamente comercializáveis" (2003, p. 45); reforçando o papel central da tecnologia no cotidiano social.

Com essa transição, houve a necessidade de criar uma nova infraestrutura ainda mais objetiva, rápida e com uma fácil usabilidade para o usuário; pois a conexão digital se tornou um elemento fundamental, visto que a forma como os indivíduos se conectam e interagem entre si é um reflexo do impacto da tecnologia no mundo, mas principalmente, a repercussão do mundo e da sociedade na tecnologia e em sua crescente metamorfose.

É relevante destacar que o desenvolvimento tecnológico está intrinsecamente ligado às necessidades da sociedade e aos valores culturais. Como abordado por McLuhan, "[...] os meios de comunicação são extensões das capacidades humanas", refletindo como a tecnologia responde às demandas físicas, sociais e intelectuais da humanidade ao longo da história (1964, p. 52).

De acordo com Castells (2011, p. 21) "A sociedade em rede é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de informação e comunicação, e elas estão organizadas em torno de uma nova economia e cultura: a economia informacional, global; e a cultura da real virtualidade". O autor enfatiza que a rede é uma nova forma de organização social; os meios de informação e comunicação desempenham um papel central, o mesmo, ainda destaca a importância das tecnologias digitais na configuração de uma economia global e de uma cultura que mescla o real e virtual.

Em consideração a isso, a digitalização facilita a comunicação global e a formação de redes sociais complexas, pelas quais as diferentes culturas estabelecidas e existentes no mundo são um dos principais fatores que estão conectados ativamente com as mudanças e transformações, das evoluções tecnológicas até as comunicacionais, como uma proeminente e difusora que estabelece o passado, presente e futuro destas transformações tecnológicas e midiáticas, impactando diretamente toda a tecnologia e informação do seu determinado tempo histórico.

A globalização desempenhou um papel central no avanço tecnológico, acelerando a disseminação de tecnologias digitais globalmente. Como destacado por Castells [...] "a rápida adoção de inovações desenvolvidas em um país por outros foi facilitada pela globalização" (2003, p. 45). O desenvolvimento de microprocessadores,

o aumento da capacidade de armazenamento e a evolução das telecomunicações, como a internet e as redes móveis, foram essenciais para criar dispositivos mais potentes e conectados. A capacitação em tecnologias digitais e a formação de profissionais em áreas como programação e cibersegurança tornaram-se prioridades para fomentar um ecossistema digital sólido.

Com o advento da era digital, iniciada pela popularização da internet na década de 1980 e acelerada pelo desenvolvimento da computação móvel e sem fio, as práticas sociais passaram por profundas transformações. Diante do apontamento realizado por Castells, "[...]a disseminação dos telefones celulares e das redes sem fio marcou o início de uma nova era digital, transformando a forma como consumimos e compartilhamos informações" (2003, p. 54). A digitalização atual, impulsionada por diversas ferramentas tecnológicas, introduziu um processo radical de transformação social, onde essas tecnologias não apenas modificam a humanidade, mas também influenciam e controlam a ação humana, alterando opiniões, ideologias e perspectivas.

Com o avanço dessas ferramentas, os meios de comunicação foram renovados e transformados, proporcionando uma nova experiência social; como analisado por McLuhan, "[...] a internet e os dispositivos móveis romperam barreiras na comunicação, criando um universo global mais conectado" (1964, p. 70). Antigamente, a comunicação e interação com familiares ou amigos demandavam processos longos e complexos, mas a internet e os dispositivos móveis simplificaram essas interações, tornando o mundo mais prático, relacionável e conectado.

Uma das principais ferramentas desenvolvidas no período pré anos 2000 foram as salas de bate-papos, conhecidas também como *chats*, forma inovadora para a época por permitir que os usuários em rede pudessem interagir, compartilhar histórias e informações; conectarem-se independente de sua localidade, espaço ou tempo, facilitando a comunicação entre esses usuários reciprocamente desde que registrados e interconectados.

O ICQ, lançado em 1996 por uma equipe israelense, foi pioneiro ao introduzir a comunicação instantânea para usuários de computadores pessoais. Com uma interface simples e recursos inovadores, permitiu que as pessoas se conectassem em tempo real, independentemente da localização. Diferente das salas de bate-papo da época, o ICQ oferecia uma lista de contatos onde os usuários podiam adicionar amigos e conhecidos que utilizavam a ferramenta, promovendo maior interação e

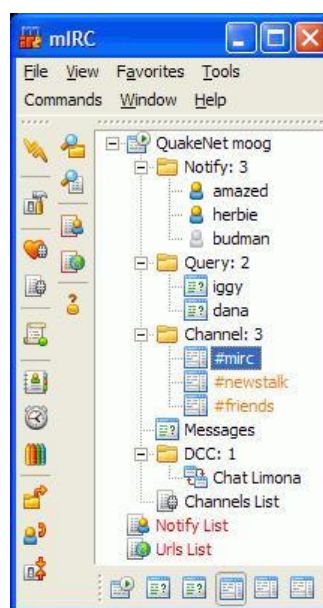
conectividade entre os usuários (Silva, 2015).

Figura 3: Ferramenta de bate-papo “ICQ”.



Fonte: Estadão (2024)²

Figura 4: Ferramenta de bate-papo mIRC.



Fonte: mIRC (2024)³

O mIRC, lançado em 1995 por Khaled Mardam-Bey, foi um dos primeiros aplicativos de *chat* baseados em IRC (*Internet Relay Chat*) e desempenhou um papel fundamental no desenvolvimento das tecnologias de comunicação *on-line*. De acordo com informações do Estadão (2024), "o mIRC foi pioneiro ao oferecer uma interface gráfica amigável e funcionalidades que facilitaram a interação em tempo real". Sua

² Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/link/cultura-digital/quais-redes-sociais-mensageiros-nao-existem-mais-nprei/>>. Acesso em: 05 mar. 2024.

³ Disponível em: <<https://www.mirc.com/about.html>>. Acesso em: 05 mar. 2024.

influência pode ser vista na evolução de plataformas de mensagens e redes sociais, ajudando a estabelecer os fundamentos para a comunicação instantânea e interativa que caracterizam a tecnologia moderna.

Ele pode ser utilizado para comunicar; compartilhar; jogar ou trabalhar com outras pessoas conectadas a esta rede ao redor do mundo, seja individual ou em conferências de grupos. Possui uma interface limpa e prática, altamente configurável com adição de recursos como: listas de amigos, transferências de arquivos, conexões multi-servidor, sons personalizáveis, mensagens faladas, notificações na bandeja, registro de mensagens entre outros recursos (Borba, 2001).

Adiante dessa fase socialmente interativa e conectada, iniciou-se a uma série de evoluções midiáticas, sociais e tecnológicas, possibilitando uma nova era ainda mais digital e ainda mais interativa, com a inserção de novas redes, plataformas e principalmente das comunidades criadas nesses meios, estabelecendo uma inteligência coletiva (Lévy, 2010), que proporcionou uma nova experiência para os usuários e de fato transformou a cultura social e o mundo moderno que conhecemos hoje.

1.5.2 Anos 2000: Explorando as conexões e comunidades virtuais

O início do século XXI foi marcado por significativas mudanças para a tecnologia e a mídia, que consequentemente refletiram e impactaram de forma direta e indireta a sociedade em suas diversas áreas, sejam elas políticas, culturais ou econômicas. Estas mudanças foram influenciadas pela continua inovação tecnológica, a globalização dos mercados e a demanda crescente por informação imediata e personalizável.

A digitalização acelerada e a expansão da internet criaram uma era de interconectividade sem precedentes, permitindo a democratização do acesso à informação e facilitando a interação global. Castells argumenta que "[...] as redes sociais e comunidades digitais remodelaram as dinâmicas de interação, possibilitando a disseminação instantânea de conteúdos e o surgimento de novas vozes no cenário global" (2003, p. 70). O avanço dos dispositivos móveis também transformou o consumo de mídia, tornando-o onipresente e contínuo, e dando origem ao fenômeno conhecido como ciberespaço.

A *Web 1.0* foi inicialmente concebida como uma rede de documentos interligados, acessíveis por meio de *Uniform Resource Locator* (URL), baseados em

HyperText Markup Language (HTML) e transmitidos via *Hypertext Transfer Protocol* (HTTP). Essa fase da internet era predominantemente estática, com páginas web que serviam principalmente para a disseminação de informações de maneira unidirecional. Os *sites* eram criados por desenvolvedores e instituições, oferecendo conteúdo para ser consumido passivamente pelos usuários. Berners-Lee e Fischetti (1999) destacam que, na *Web 1.0*, a interatividade e a colaboração eram limitadas, focando-se na criação de uma infraestrutura básica para a troca de informações globais, sem muitas funcionalidades dinâmicas ou interativas que caracterizariam a *Web 2.0* posteriormente (Berners-Lee; Fischetti, 1999).

A expansão do ciberespaço resulta de um movimento global de jovens ávidos por experimentar, coletivamente, formas de comunicação distintas das oferecidas pelas mídias tradicionais. Subsequentemente, o autor (Lévy, 2010) observa que a inauguração de um novo espaço comunicacional, incumbindo-nos a tarefa de explorar as potencialidades mais benéficas deste espaço nos âmbitos econômico, político, cultural e humano.

Conforme Lévy salienta “[...] ciberespaço (que também chamarei de rede) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores” (2010, p. 57). Além desse espaço ser uma infraestrutura material da comunicação digital, ele também pode ser considerado como um universo oceânico repleto de informações, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo, através de seus processos de navegação, interação e compartilhamento de dados.

Para Lemos (2002) a cibercultura liberta-se das restrições e desenvolve-se de maneira onipresente, de modo que não é mais o usuário que se desloca até a rede, mas a rede que passa a envolver os usuários e os objetos em uma conexão generalizada.

A cibercultura pode ser definida como um conjunto de técnicas, práticas, atitudes e valores que emergem com o crescimento do ciberespaço. Conforme Lévy (2010), a cibercultura se baseia em três princípios fundamentais: a interatividade, que possibilita a comunicação bidirecional; a hipertensão, que permite a navegação não linear através de hipertextos; e a multimodalidade, que integra diferentes formas de mídia e expressão. Além disso, o movimento cibercultural é fortemente impulsionado pela juventude, refletindo um desenvolvimento social e cultural contínuo.

Na primeira parte o autor explora os impactos sociais e culturais que as novas

tecnologias como a digitalização da informação, hipertextos e hipermídias, simulações de computadores e realidades virtuais despertam no meio social, neste contexto ele ainda ressalta que essa primeira etapa não determina o futuro humano. A segunda parte trata sobre as implicações culturais referente ao desenvolvimento do ciberespaço, retratando o viés da cibercultura como uma nova forma de universalidade que determina e cria movimentos sociais, gêneros artísticos, áreas filosóficas, políticas, entre outras. Por fim, a terceira parte, busca compreender e ressaltar o impacto negativo da cibercultura, através de conflitos de interesses, críticas, lutas de poder que progridem em torno do ciberespaço, questões de exclusões e manutenção da diversidade cultural em relação ao imperialismo econômico, político e até mesmo midiático (Lévy, 2010).

Os três princípios que orientaram o crescimento inicial do ciberespaço podem ser considerados em sua etapa de transformação e continuidade, sendo eles: a interconexão, a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva. A interconexão da vida é a conexão ou contato universal, ou seja, os dispositivos tecnológicos estão fixados a um endereço na *internet*, capaz de receber e transmitir informações e dados e responder a eles, seja por textos, imagens, sons, ou outros estímulos. O segundo princípio denominado como comunidades virtuais estabelecem uma coletividade virtual criada por meio de afinidades de interesses, conhecimento, compartilhamento de informação, independentemente do espaço geográfico, esse princípio se apoia a interconexão. O terceiro princípio o autor considera que inteligência coletiva, tem como ideal se constituir como uma comunidade virtual, onde usuários são mais rápidos e capazes de aprender ou imaginar do que um grupo coletivo gerenciado, de fato, este pilar dentro do ciberespaço é orientado pela sua finalidade cooperar e combinar seus conhecimentos e habilidades para solucionar problemas, fazer escolhas ou desenvolver inovações de forma mais eficiente do que qualquer pessoa sozinha (Lévy, 2010).

A cultura de convergência desempenha um papel central na conexão virtual e na formação de comunidades digitais. Como relatado por Jenkins "[...] a evolução tecnológica e cultural, impulsionada pelo ciberespaço, tornou os limites entre diferentes mídias menos relevantes, com os consumidores se tornando ativos na criação e disseminação de conteúdo" (2008, p. 28). Isso reflete como os usuários participam ativamente na produção e compartilhamento de informações, moldando a cibercultura e as interações digitais.

De acordo com Jenkins "[...] a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros" (2009, p. 33). Cada usuário constrói sua própria mitologia pessoal, a partir de partes ou fragmentos de informações retirados do ciclo midiático e ressignificados em novos recursos conforme compreendemos a nossa vida social. A convergência também pode ser considerada como um processo tecnológico que unifica diversas funções dentro dos mesmos dispositivos; entretanto, representa uma transformação cultural, de acordo que os consumidores são convencidos e incentivados a buscar novos meios de buscar informações e realizar conexões em meio a infinidade de conteúdos midiáticos diferentes.

Ela impacta o modo de consumo das mídias, ela acontece em diferentes âmbitos, dispositivos, "cérebro do consumidor" (Jenkins, 2009), ou seja, ela envolve uma transformação na maneira de produção quanto no consumo dos meios de mediação. O processo de convergência ocorre também quando os usuários assumem o controle das mídias, as comunidades formam-se em torno de interesses intelectuais mútuos, fortalecendo este determinado aglomerado de pessoas conectadas virtualmente (Jenkins, 2009).

Afinal, as comunidades virtuais e a cultura de convergência estão intimamente interligadas e se influenciam mutuamente de várias maneiras, como a participação de engajamento, distribuição de conteúdo, colaboração e criação coletiva, transmídia e expansão de narrativas e a democratização da criação e distribuição de conteúdo.

Embora as comunidades virtuais reflitam redes de apoio, elas se originaram no alvorecer da década de 1970. A primeira comunidade virtual, presumivelmente, emergiu a partir do *software Talkomatic*, concebido por Doug Brown na Universidade de Illinois, nos Estados Unidos, no outono de 1973 (Mattijssen, 2007). O *Talkomatic* era um programa que possibilitava a comunicação simultânea de múltiplos usuários, configurando-se como um grupo de conversação. Este *software* operava sobre uma plataforma conhecida como Lógica Programada para Operação de Ensino Automatizada, ou *Programmed Logic for Automated Teaching Operation* (PLATO). Tal sistema, inaugurado em 1960, foi desenvolvido com o intuito de disponibilizar conteúdos digitalizados em diversos campos do saber, de álgebra a zoologia, atendendo estudantes de escolas e universidades americanas e tinha como principal ferramenta a disponibilidade de interação direta entre os usuários do sistema mesmo sistema (Mattijssen, 2007).

Como discutido por Preece (2000), as comunidades virtuais se estabelecem por meio da interação humana ocorrida por intermédio da *internet*, de acordo com a autora esse tipo de comunidade constituído no âmbito virtual consiste em quatro fatores: sendo elas pessoas; o propósito compartilhado; as políticas e o sistema computacional. Primeiramente, pessoas são o elemento central, pois são os participantes que interagem e contribuem para a dinâmica da comunidade. Em segundo lugar, o propósito compartilhado refere-se aos interesses ou objetivos comuns que unem os membros. O terceiro fator, políticas, envolve as regras e normas que regulam o comportamento e as interações dentro da comunidade. Por fim, o sistema computacional abrange as ferramentas e plataformas tecnológicas que facilitam a comunicação e a gestão da comunidade virtual. Esses fatores combinados criam uma estrutura que permite a formação de comunidades funcionais e coesas no ambiente digital.

As comunidades virtuais, permanecem sendo indispensáveis pela evolução dos meios e principalmente para a interação humana e fortalecimento da inteligência coletiva; pois sem as comunidades virtuais não seria possível obter uma inteligência coletiva tão hiperconectada, ativa e interativa, como tratado na obra de Rheingold (1993). Para o teórico "[...] as mentes coletivas populares e seu impacto no mundo material podem tornar-se uma das questões tecnológicas mais surpreendentes da próxima década" (Rheingold, 1993, p. 5), ressaltando que as comunidades da internet não são apenas locais onde as pessoas se encontram, mas pode ser compreendida como mais um meio e plataforma para atingir diversos fins. Vale ressaltar, que as comunidades virtuais também elaboram um papel importante e válido para a sociedade em suas mais diversas áreas, como política, econômica, social, cultural e educacional.

O autor ainda avalia que uma das principais características de uma comunidade virtual é que ela emerge da rede de relacionamentos que as pessoas constroem através de sistemas de comunicação eletrônica, como quadros de avisos, *e-mails*, salas de bate-papo e sistemas de conferência (Rheingold, 1993). Diante disso, elas se originaram das salas de bate-papo, conhecidos também como chats, *videogames* coletivos e virtual, fóruns de discussão e pela crescente transformação midiática, tecnológica e interacional dos meios de comunicação.

Em primeiro lugar, uma comunidade virtual deve começar pequena e crescer gradualmente, assim como um organismo vivo, incorporando descobertas e

ajustando-se ao longo do tempo (Costa, 2005). Os moderadores desempenham um papel crucial na gestão e supervisão das atividades *on-line*, garantindo que o ambiente seja seguro, respeitoso e conforme as diretrizes da comunidade. Eles precisam estar atentos às necessidades e feedback dos membros, mantendo uma comunicação eficaz com eles. Além disso, a participação de um indivíduo na comunidade depende de diversos fatores além da disponibilidade de tempo e conexão, sendo essencial que cada membro compreenda claramente o benefício e o objetivo de sua participação.

As comunidades virtuais atuam como uma vasta enciclopédia e um mar de informações, ajudando seus membros a gerenciar a sobrecarga informativa. De acordo com Lévy (2010), essas comunidades funcionam como filtros humanos e inteligentes, facilitando a localização e o compartilhamento de informações relevantes. Esse processo inovador permite que um grupo grande e diversificado de indivíduos amplie seu conhecimento, direcionando os usuários para comunidades que correspondem aos seus interesses e objetivos, formando assim uma rede de nichos especializados.

À medida que as publicações e ofertas de produtos e serviços proliferaram no ciberespaço, as comunidades virtuais aprimoraram suas técnicas de assistência e orientação aos usuários, conquistando sua confiança e atraindo sua participação. Na atualidade, além da comunicação direta entre os membros, tendo como fonte as dicas e sugestões, é possível contar com diversas citações em grupos de discussão ou salas de bate-papo, com avaliações de produtos e serviços pelos usuários, com a opinião de especialistas convidados, com serviços de personalização e, cada vez mais, com a atuação dos *knowbots*.

Com a evolução das comunidades virtuais está intrinsecamente ligada ao empenho dos indivíduos na década de 1990. Eles estabeleceram laços sociais, comerciais e amorosos por meio de seus *desktops*, aprendendo a conversar em salas de bate-papo, discutindo variados temas em fóruns, resolvendo problemas via *e-mail*, e participando de listas de discussão e grupos de notícias. Em suma, a *internet* possibilitou novas formas de comunicação, dispensando a presença física ou a localização geográfica dos interlocutores, muitas vezes sem considerar gênero ou status social (Costa, 2005).

As comunidades virtuais criam e definem seus próprios universos através de atividades diárias, como a publicação de textos, a recomendação de *links* e a

formulação de perguntas. Segundo Castells (2003), essas práticas contínuas e interativas contribuem para a construção de um universo próprio de significados e conceitos, habitado por entidades virtuais. O principal objetivo dessas comunidades é proporcionar aos membros uma sensação de pertencimento a um ambiente compartilhado e construído coletivamente.

Além disso, as comunidades virtuais se tornaram espaços importantes para a luta por direitos e justiça social; por oferecerem um meio de organização e mobilização para causas políticas e sociais, permitindo que vozes marginalizadas sejam ouvidas. Movimentos sociais, como o ativismo digital e outras, emergiram dessas comunidades, utilizando a conectividade da internet para coordenar protestos, campanhas de conscientização e ações coletivas. Para Rheingold (1993) as comunidades virtuais promovem a diversidade de opiniões e a democratização da informação, a acessibilidade dessas plataformas permite que um amplo espectro de perspectivas seja compartilhado e debatido, enriquecendo o discurso público e promovendo um entendimento mais profundo de questões complexas. Em síntese, a Internet proporcionou-lhes a invenção de formas de comunicação.

A evolução das comunidades virtuais tem sido marcada por avanços tecnológicos e pela expansão de sua base de usuários, oferecendo experiências cada vez mais imersivas. De acordo com Castells (2003), inicialmente restritas a grupos específicos, essas comunidades se tornaram mais diversas graças ao desenvolvimento da *internet* e das redes sociais. Tecnologias emergentes como realidade virtual (VR) e aumentada (AR) estão transformando as interações *on-line*, proporcionando ambientes tridimensionais que permitem conexões mais autênticas. Além disso, melhorias em inteligência artificial e aprendizado de máquina estão tornando o conteúdo mais personalizado e relevante. Essas inovações, combinadas com uma infraestrutura digital robusta, estão ampliando a profundidade e o alcance das comunidades virtuais, promovendo uma interconectividade sem precedentes e fortalecendo os laços entre os usuários.

Conforme analisado por McLuhan (1964) O conceito de "aldeia global" estava conectado com a fase dos avanços tecnológicos, especialmente nas comunicações, iam encolher o mundo, tornando-o uma aldeia global, onde a distância física se tornaria irrelevante e as informações poderiam ser compartilhadas instantaneamente entre indivíduos em qualquer lugar do globo. Este fenômeno seria possibilitado pelo que ele denominou "meios de comunicação eletrônicos". A concepção de McLuhan

(1964) sobre a aldeia global, prefigura as modernas comunidades virtuais, que são formas de socialização e interação *on-line* através de plataformas digitais. As comunidades virtuais, que se manifestam em redes sociais, fóruns e outros ambientes digitais, exemplificam a visão de McLuhan (1964) ao permitir a formação de laços sociais e culturais independentes da localização geográfica, logo, essas comunidades transcendem fronteiras físicas, facilitando a troca de ideias e culturas de maneira quase instantânea, reforçando a ideia de um mundo conectado.

As interações nas comunidades virtuais exemplificam como a comunicação e os relacionamentos humanos estão sendo transformados na era digital, onde a tecnologia comprime o tempo e o espaço. Segundo Castells (2003, p. 77), essas dinâmicas "geram novas formas de solidariedade e identidade coletiva, desafiando estruturas sociais tradicionais e criando novas perspectivas da realidade física por meio do mundo virtual interacional". Esse fenômeno é apoiado por jogos e redes sociais, que ampliam a maneira como os indivíduos se conectam e interagem.

O *Orkut* constitui um dos mais recentes fenômenos de agremiação em escala global. Este software norte-americano, concebido por *Orkut Buyukkokten* e lançado pelo Google em janeiro de 2004. Descrito por Recuero (2006) como um conjunto de perfis de indivíduos e suas comunidades virtuais, desenvolvido com base na ideia de "software social", o sistema visa proporcionar conexões interpessoais, incentivando a formação de grupos e comunidades, assemelhando-se a uma organização social. Para integrar o *Orkut*, é necessário ser convidado por um membro efetivo. O primeiro usuário foi o próprio criador, que convidou seus conhecidos, os quais, por sua vez, convidaram seus conhecidos, e assim sucessivamente, abrangendo praticamente todos os países com acesso à internet.

O *software* permite que os usuários criem perfis detalhados, incluindo fotografias, descrições, atributos físicos e características de personalidade. Além disso, possibilita a formação de redes de amigos e a participação em comunidades com diversos propósitos. Esses perfis são acessíveis a todos os membros da rede, permitindo visualizar conexões diretas e indiretas, e convidar outros a integrar suas redes pessoais. As interações ocorrem por meio de fóruns, mensagens privadas e públicas.

No *Orkut*, as comunidades eram espaços virtuais onde usuários com interesses comuns podiam se reunir e compartilhar informações. Segundo Castells (2003), o *Orkut* facilitava a criação de grupos sobre uma ampla gama de temas, desde hobbies

a questões profissionais, permitindo a troca de ideias e experiências e expandindo as interações sociais além das limitações geográficas. As funcionalidades de fóruns e mensagens promoviam uma comunicação dinâmica e colaborativa, fortalecendo laços sociais e criando um senso de pertencimento e identidade coletiva.

Essas comunidades também atuavam como conectores, ligando diversos grupos e participantes com interesses semelhantes. Isso resultava em uma rede mais rica em nichos específicos, criando uma bolha de hiperconectividade e segmentação de interesses. Como resultado, a rede oferecia novas formas de mediação e fortalecia a identidade virtual dos usuários (Castells, 2003).

Os jogos *on-line* também estão conectados com o viés das comunidades virtuais, como mais uma ferramenta de amplificação desses grupos e como espaços sociais onde as comunidades virtuais se formam e evoluem, analisando a dinâmica social e as interações dentro desses ambientes virtuais, explorando a complexa interação entre o jogar e a formação de comunidades virtuais. Para Williams (2010) argumenta que os jogadores não são apenas consumidores passivos de jogos, mas sim participantes ativos. Eles moldam as comunidades em que estão inseridos e, ao mesmo tempo, são moldados por elas. As comunidades virtuais em jogos *on-line* surgem a partir de interesses comuns e objetivos compartilhados, promovendo laços sociais profundos e duradouros. Essas comunidades funcionam como microcosmos da sociedade real, com suas próprias normas, hierarquias e culturas, e, a comunicação estabelecida dentro desses jogos, seja por meio de *chat*, voz ou outros sistemas de interação, facilitam a formação de redes sociais complexas e coesas.

O impacto dos jogos *on-line* na identidade dos jogadores, indica que a participação em comunidades virtuais pode influenciar a percepção do jogador e a dos outros. O autor ainda argumenta que os jogos *on-line* oferecem um espaço seguro para a expressão de identidades múltiplas e experimentação social, permitindo aos jogadores explorarem diferentes aspectos de sua personalidade em um ambiente de apoio comunitário (Williams, 2010).

O *Habbo Hotel*⁴ constitui uma rede social *on-line* é um jogo virtual que emula um hotel, no qual os usuários, representados por avatares personalizados, interagem em ambientes por eles próprios criados. Lançado em 2000 pela *Sulake Corporation*, o *Habbo Hotel* (2024) facilita a formação de comunidades virtuais, permitindo que os

⁴ Disponível em: <<https://www.habbo.com.br/playing-habbo/what-is-habbo>> Acesso em: 12 abr. 2024.

jogadores se congreguem em salas de bate-papo, participem de atividades coletivas e produzam conteúdos personalizados.

Essas interações fomentam a criação de vínculos sociais e a sensação de pertencimento a um grupo, aspectos fundamentais para a proliferação de comunidades virtuais. O *Habbo Hotel* (2024) desempenha um papel preponderante na construção de identidades virtuais, proporcionando um espaço onde os usuários podem explorar diferentes facetas de suas personalidades e desenvolver uma identidade digital singular.

Além do *Habbo Hotel* (2024) ser uma comunidade virtual de *pixels* onde você pode criar seu próprio avatar, fazer amigos, conversar, construir quartos e desenvolver seus próprios jogos para jogá-los; ele se constitui um jogo comunitário no qual só é possível praticá-lo por meio de outros usuários conectados a este mesmo jogo. Essa regra enfatiza a colaboração entre os jogadores, que podem formar comunidades, realizar eventos e compartilhar conteúdos gerados por eles mesmos.

No início do século XXI, observou-se uma transformação significativa na comunicação humana, refletida na transição das comunidades virtuais dos desktops para um ambiente mais dinâmico e acessível. Com a evolução das tecnologias, as comunidades começaram a emergir do ciberespaço e a se desenvolver sem fios, destacando o surgimento das redes sem fio (Rheingold, 2000). Essa mudança representa uma nova era na forma como as pessoas interagem e se conectam digitalmente.

Esses novos grupos sociais se caracterizam pela capacidade de se manterem conectados de forma contínua, independentemente de sua localização física, utilizando dispositivos portáteis como celulares, tablets e transmissores de rádio de curto alcance. A mobilidade proporcionada por esses aparelhos permite a criação de redes de comunicação instantânea, que tornam possível o compartilhamento de informações em tempo real. Além disso, a conectividade não se limita a espaços fixos, sendo acessível em ambientes variados como transporte público, áreas urbanas e rurais, ou até mesmo em deslocamentos. Essa facilidade de comunicação promove uma integração social mais dinâmica e fluida, transformando a forma como as pessoas interagem e colaboram (Costa, 2005).

O conceito de “comunidades virtuais” vem sendo explorados pelos autores deste capítulo (Castells, 2003); (Costa, 2005); (McLuhan, 1964); (Rheingold, 2000); (Preece, 2020); oferecendo perspectivas distintas sobre sua formação e impacto nas

redes sociais modernas.

Figura 5: Interface sala de bate-papo no Habbo Hotel.



Fonte: Habbo (2019)⁵

A análise de McLuhan (1964) previu a aldeia global, como um local onde os avanços tecnológicos encurtaram distâncias físicas e facilitariam a comunicação global. Para (Lévy, 1994) enfatiza que o avanço das comunidades virtuais a cibercultura tornaram-se um espaço emergente de inteligência coletiva, na qual sua existência se torna crucial para o compartilhamento de conhecimento ou informação e a colaboração digital. Segundo Rheingold (1993), teórico que introduziu o conceito de comunidades virtuais, analisa como elas se formam e interagem nas plataformas digitais, destacando que esses grupos fortalecem laços sociais e constroem identidades digitais por meio da interatividade e da participação ativa. As comunidades virtuais são fundamentais para o surgimento e desenvolvimento das redes sociais contemporâneas, desempenhando um papel central na maneira como indivíduos se conectam e interagem em um mundo cada vez mais digitalizado e moderno.

Diante do que foi recuperado na literatura é possível identificar que a evolução das comunidades virtuais tem desempenhado um papel fundamental na transformação do ambiente tecnológico e digital. Inicialmente, essas comunidades surgiram como espaços para compartilhamento de interesses comuns e suporte mútuo, mas com o avanço das tecnologias emergentes, como realidade virtual (VR) e

⁵ Disponível em: <https://www.habbo.com.br/community/article/28913/habbo-2020>>. Acesso em: 12 abr. 2024

aumentada (AR), elas passaram a oferecer experiências imersivas e interativas que redefinem a forma como os indivíduos se conectam e interagem. Os impactos dessas mudanças são amplos, afetando desde as dinâmicas sociais e culturais até os modelos econômicos e de negócios. A influência das comunidades virtuais se reflete em sua capacidade de moldar a opinião pública, impulsionar movimentos sociais e fomentar novas formas de participação cívica. Assim, a contínua evolução das tecnologias digitais e suas aplicações nas comunidades virtuais continuará a influenciar profundamente as relações humanas e a estrutura da sociedade digital.

2 DA MUDIATIZAÇÃO A VIRALIZAÇÃO

2.1 A ascensão das redes sociais

O surgimento das redes sociais está intrinsecamente conectado com o desenvolvimento das comunidades virtuais, que foram pioneiras na formação de redes de comunicação globais, nos primórdios da *internet*, essas comunidades facilitaram a troca de informações e a colaboração entre indivíduos de diferentes partes do mundo, estabelecendo as bases para as plataformas sociais contemporâneas. Rheingold, (1993) salienta que:

"as comunidades virtuais são agregações sociais que emergem da rede quando pessoas suficientes realizam discussões públicas durante um período de tempo, com sentimentos humanos suficientes, para formar teias de relações pessoais no ciberespaço" (Rheingold, 1993, p. 5)

Assim, essas primeiras interações comunitárias virtuais prepararam o terreno para a criação e popularização das redes sociais modernas, transformando radicalmente a forma como as pessoas se conectam e se comunicam umas com as outras na modernidade.

As redes sociais também obtiveram um surgimento gradual, enraizado na evolução da *internet* e das tecnologias de comunicação. Na década de 1990, plataformas como o *Six Degrees* (1997) deram os primeiros passos ao permitir a criação de perfis e a conexão entre amigos. No início dos anos 2000, surgiram redes mais sofisticadas como o *Friendster* (2002), *MySpace* (2003) e *LinkedIn* (2003), seguidas pelo lançamento do *Facebook* em (2004), *Twitter* (2006), *Instagram* (2010), *Snapchat* (2011) e *TikTok* (2016), revolucionando a forma como as pessoas interagem *on-line*. A institucionalização das redes sociais se deu através da sua rápida adoção por milhões de usuários e empresas (Castells, 2009), tornando-se parte essencial da vida cotidiana, onde essas plataformas transformaram a comunicação, facilitando o compartilhamento instantâneo de informações, fotos e vídeos, e permitiram a criação de comunidades virtuais baseadas em interesses comuns.

Cada plataforma possui sua proposta, como o *Facebook* (2004) que tem como principal objetivo é possibilitar a conexão entre diferentes pessoas, dando às pessoas o poder de construir comunidades e aproximar o mundo. O *Instagram* (2010) permite a interconexão entre indivíduos distintos, capacitando-os a formar comunidades e a estreitar o vínculo global. Esta rede social visa fomentar e estabelecer relações por

meio de suas ferramentas dedicadas à criação, compartilhamento e edição de fotografias, proporcionando uma nova via para a construção de comunidades e para a aproximação do mundo real ao virtual. O *LinkedIn* (2003), por sua vez, é uma plataforma concebida para o ambiente profissional, destinada a conectar profissionais de todas as partes do mundo, promovendo sua produtividade e sucesso. O *Twitter* (2006), atualmente conhecido como *X*, é o espaço ideal para se informar sobre os eventos em curso e sobre os assuntos que estão sendo discutidos no momento. Já o *TikTok* (2016) tem como finalidade a divulgação de vídeos breves gravados em dispositivos móveis, estimulando a criatividade e proporcionando alegria aos seus usuários.

É fundamental distinguir as redes sociais dos sites que suportam interações *on-line*, como fóruns e blogs. As redes sociais são definidas como conjuntos de indivíduos que utilizam mecanismos específicos para comunicação e interação, independentemente de estarem no mundo digital. Para os autores Wellman e Haythornthwaite (2002), as redes sociais permitem a formação de laços e relações variadas entre seus usuários, facilitando a comunicação e a interação em diferentes contextos, tanto virtuais quanto físicos. Por exemplo, enquanto um fórum de discussão pode ser um espaço para debates especializados, uma rede social como o *Facebook* promove conexões entre amigos, familiares e colegas em um ambiente digital (Wellman; Haythornthwaite, 2002). Portanto, a flexibilidade das redes sociais na construção de relações é uma característica essencial que as distingue de outras plataformas digitais.

Por outro viés, a mediação virtual que ocorre dentro das matrizes das mídias digitais pode ser compreendida como promotora do surgimento desses espaços de lazer, troca de experiências e defesa de causas ou ideias, tornando-se um ambiente onde ações sociais são negociadas, permitindo a expressão dos atores da sociedade. De acordo com Boyd (2007) os "espaços públicos mediados" possuem características singulares, tais como: a persistência; a capacidade de busca; a replicabilidade e a audiência invisível.

A persistência garante que as informações compartilhadas permaneçam disponíveis por um longo período, permitindo que possam ser acessadas e revisitadas no futuro. A capacidade de busca facilita a localização e o acesso ao conteúdo através de ferramentas digitais, ampliando o alcance das informações. A replicabilidade permite que o conteúdo seja facilmente copiado e compartilhado em diferentes

plataformas, o que pode aumentar seu impacto e visibilidade. Por fim, a audiência invisível caracteriza-se pela dificuldade dos usuários em perceber quem está observando ou interagindo com suas postagens, uma vez que, ao contrário dos espaços físicos, a audiência em ambientes digitais não é imediatamente visível (Boyd, 2007).

As mídias sociais também devem ser consideradas como um polo de construção e manutenção de valores sociais, pois elas também são frutíferas na construção e manutenção dos valores sociais (Recuero, 2006); elas podem promover a disseminação de ideologias, comportamentos e normas culturais, desempenhando um papel fundamental na formação da opinião pública e no fortalecimento das redes de apoio comunitário, contribuindo para o desenvolvimento de uma consciência coletiva e para a mobilização social em diversas causas.

Essas plataformas também oferecem espaço para uma diversidade de vozes e narrativas, fomentando a fragmentação cultural, pois são usuários de diferentes origens e perspectivas podem compartilhar e contestar informações, promovendo uma pluralidade de discursos (Harvey, 1989).

As mídias sociais exemplificam a maleabilidade pós-moderna, com algoritmos que personalizam o conteúdo para cada usuário e corporações que se adaptam rapidamente às novas tendências. Cathy O'Neil (2016) observa que essa adaptabilidade é crucial para a relevância no ambiente digital. A cultura das redes sociais, marcada por uma estética pós-moderna de bricolagem e paródia, envolve a criação e disseminação contínua de *memes* e vídeos virais. Esses conteúdos combinam referências culturais, refletindo a interação entre alta cultura e cultura popular.

As redes sociais transformaram radicalmente a forma como os indivíduos interagem, tanto no ambiente *on-line* quanto no *off-line*. Segundo Boyd e Ellison (2007), as redes sociais são estruturas compostas por indivíduos ou organizações conectadas por um ou mais tipos de interdependência, como amizade, parentesco, interesses comuns, trocas financeiras, relações comerciais, atividades esportivas, crenças religiosas, entre outros - elas podem ser compreendidas como comunidades virtuais evoluídas. Essas plataformas possibilitaram uma nova experiência para os usuários em rede, devido a evolução da tecnologia e a transformação dos meios, os aparatos e dispositivos tecnológicos também se transformaram, proporcionando uma experiência ainda mais imersiva, conectada e disruptiva para seu público virtual,

gerando um impacto no comportamento, na mediação, consumo, entre outras áreas sociais.

A diferença entre redes sociais, redes espontâneas e naturais reside na intencionalidade dos relacionamentos e nos objetivos comuns estabelecidos entre os elementos (conteúdos, filtro-bolhas e redes de interesse) que nelas interagem, todavia, a despeito dessas características especiais, a forma de operar das redes sociais reflete princípios análogos aos que regem os sistemas vivos. Assim, um passo decisivo para compreender as dinâmicas inerentes ao trabalho em rede é entender como a vida natural se sustenta e se autoproduz, pois o conceito de rede foi concebido a partir do estudo dos sistemas vivos. O conceito de redes sociais tem sido empregado nas ciências sociais e humanas com modos e sentidos variados; para Castells (2009), o conceito de redes sociais é utilizado nas ciências sociais e humanas de maneira diversa, frequentemente referindo-se à sociedade como construída por redes de relações interpessoais e intergrupais.

A ascensão das redes sociais também trouxe impactos profundos, como a ampliação do alcance da informação, a democratização da produção de conteúdo e a alteração das dinâmicas de interação social, muitas vezes substituindo interações presenciais por digitais. Conforme Lyotard (1979, p. 3) afirma que: "a informática e a comunicação estarão no cerne da nossa sociedade", esse argumento se concretiza na era atual das redes sociais.

Entretanto, surgiram desafios significativos, incluindo preocupações com a privacidade e o impacto psicológico do uso excessivo das redes sociais. Atualmente, as redes sociais são onipresentes, influenciando áreas como política, *marketing*, cultura e relações pessoais. As redes sociais têm a capacidade de transformar a forma como interagimos e nos relacionamos, ao mesmo tempo que apresentam desafios complexos para a sociedade moderna (Boyd, 2014). Isso reflete tanto suas capacidades transformadoras quanto os desafios que enfrentam.

A noção de rede, pode ser exemplificada por conexões em uma rede social *on-line*, onde usuários (nós) estão ligados por amizades (arestas); ou por uma rede de transporte público, onde estações (nós) são conectadas por rotas de ônibus ou metrô (arestas) - é usada para analisar redes e conexões, mapeando e classificando seus elos quanto ao número, intensidade e qualidade. Segundo Martino (2014), a complexidade da linguagem nas redes sociais vai além da comunicação verbal, incorporando elementos visuais, sonoros e gestuais. Esse dinamismo reflete e molda

práticas culturais contemporâneas, com a instantaneidade e efemeridade das mensagens. Além disso, a participação ativa dos usuários, que produzem e não apenas recebem conteúdo, redefine as relações de poder e influência na comunicação, criando novos espaços de expressão e troca simbólica.

Assim como a linguagem difundida através das redes sociais é muito importante para o seu uso e conexão, as diferentes interfaces sugeridas pelas diferentes mídias também são fatores que influenciam na sua usabilidade e funcionalidade, enquanto interação entre usuário e máquina, onde a interface tem origem na era da informática e dos sistemas, na qual o humano necessitava de um meio para interagir com a máquina.

Uma rede social é composta por dois elementos principais: os atores (pessoas, instituições ou grupos) e suas conexões (interações ou laços sociais). As redes sociais permitem analisar como esses atores estão conectados e como as interações ocorrem entre eles. Como ressaltado por Wellman e Haythornthwaite (2002), a abordagem de rede enfoca a estrutura social, destacando que não se pode separar os atores das suas conexões. Em contraste, comunidades virtuais são grupos *on-line* com interesses comuns, onde a interação é mais centrada em temas específicos e pode ser menos formal do que nas redes sociais, que abrangem uma gama mais ampla de conexões e interações.

A linguagem e a interface das redes apresentam papéis significantes em sua utilização, os atores constituem o principal componente da rede social, figurados como nós (ou nodos), ou seja, referem-se aos indivíduos participantes na rede em análise. Como componentes integrantes do sistema, os atores operam influenciando as estruturas sociais por meio da interação e da formação de vínculos sociais (Recuero, 2009). Ao lidar com redes sociais na *Internet*, os agentes são configurados de maneira peculiar, devido ao distanciamento entre os participantes na interação social, uma característica marcante da comunicação mediada por computador, os agentes não são prontamente identificáveis. Portanto, nesse contexto, utiliza-se representações dos atores sociais ou construções identitárias do ciberespaço.

Döring (2002) examinou o fenômeno da elaboração da identidade na *Internet* por meio das páginas pessoais, um tema ligeiramente distinto do presente estudo. Contudo, seus achados sugerem que os *websites* pessoais representavam apropriações individuais do ciberespaço, funcionando como meios duradouros para a construção de identidade, inseridos no contexto da pós-modernidade. Para o teórico:

O comum aos conceitos de “identidade cultural”, “identidade narrativa”, “self múltiplo”, “self dinâmico” e “self dialógico” é o foco da construtividade, mudança e diversidade. Precisamente os aspectos que são encontrados nas páginas pessoais. A página pessoal está sempre “em construção”, pode ser regularmente atualizada para refletir as últimas configurações do self. (Döring, 2002, p. 42).

Assim, no ambiente digital, as identidades são fluidas e adaptáveis, permitindo que os indivíduos apresentem diferentes aspectos de si mesmos conforme suas experiências e interações evoluem.

Existe um contínuo processo em que os atores no ciberespaço constroem e expressam sua identidade. Essas apropriações servem como uma manifestação do “eu” no ciberespaço, um domínio simultaneamente privado e público. É essa personalização da expressão, da qual cada indivíduo “fala” através deste espaço, que facilita a manifestação das redes sociais na Internet. O ciberespaço não só facilita a criação de identidades diversificadas, mas também favorece a construção de uma “inteligência coletiva” por meio da interação digital. Segundo Lévy (1999) argumenta que este ambiente digital não apenas possibilita a expressão individual, mas também estimula a formação de comunidades virtuais que superam barreiras físicas e temporais, enriquecendo as interações e promovendo uma autenticidade única no mundo digital.

Os atores, que figuram como “nós”, estabelecem as conexões que compõem uma rede social, as quais podem ser interpretadas de várias maneiras; de modo geral, essas conexões são delineadas pelos laços sociais, resultantes da interação entre os atores e certo modo, são as conexões que constituem o cerne dos estudos sobre redes sociais, pois suas variações são responsáveis por moldar as estruturas desses agrupamentos. As interações nas redes sociais, alimentam a possibilidade de manter o contínuo rastro social dos usuários, isto é, as ferramentas disponibilizadas por essas plataformas como curtidas, comentários, compartilhamento, permanecerão ali.

A interação conforme apontada pelos autores Parsons e Shill (1975) envolve o alter ego como elemento essencial, onde a ação de um indivíduo depende da resposta do outro, guiada pelas expectativas mútuas: “[...] a interação social pressupõe uma reciprocidade de satisfação entre os participantes, abrangendo suas intenções e comportamentos individuais” (1975, p. 89). Assim, as interações não são simplesmente um dado na vida dos atores sociais; elas moldam suas percepções do mundo e são influenciadas por suas motivações e experiências.

A interação social no contexto do ciberespaço pode ocorrer de maneira

síncrona ou assíncrona, conforme discutido por (Reid, 1991). Esta distinção decorre da diferença temporal induzida pela mediação tecnológica, que influencia a expectativa de resposta a uma mensagem. Na comunicação síncrona, há uma simulação de interação em tempo real, onde os participantes esperam uma resposta imediata ou quase imediata, ambos presentes (virtual, mediados por computador) no mesmo instante temporal.

Em contraste, na comunicação assíncrona, os participantes não precisam estar presentes ao mesmo tempo. As mensagens podem ser enviadas e respondidas em momentos diferentes, proporcionando maior flexibilidade temporal. Plataformas como *e-mail*, fóruns e algumas redes sociais utilizam esse tipo de interação. Segundo Reid (1991), "a comunicação assíncrona permite que os indivíduos participem de interações sociais sem a restrição do tempo real". Essa modalidade afeta a expectativa de resposta e pode influenciar a dinâmica da interação. A interação no ciberespaço pode ser vista como um meio de conectar pares de atores e de explicitar o tipo de relação que esses atores mantêm, estando diretamente associada aos laços sociais.

O objetivo inicial das redes sociais era conectar usuários em grande escala, independentemente de localização e tempo, promovendo o intercâmbio de ideias, culturas e informações. No entanto, conforme apontado por Pariser (2011), além dos benefícios como a interação sem fronteiras, essas plataformas também trouxeram efeitos negativos, como a disseminação de ódio, desinformação e a criação de conteúdos prejudiciais à cognição humana. Os algoritmos, projetados para segmentar e personalizar o conteúdo, têm potencial de amplificar preconceitos e polarizações, gerando impactos significativos tanto no ambiente virtual quanto no físico, com consequências preocupantes para futuras gerações e o desenvolvimento das novas tecnologias midiáticas.

De acordo com Turkle (2011, p.263): "[...] a tecnologia reformula nossas relações conosco mesmos e com os outros; ela afeta como entendemos nossas identidades e nosso lugar no mundo", isto é, gerando um impacto expressivo na evolução do SER enquanto usuário e vice-versa - assim, o "SER enquanto usuário" evolui com a tecnologia, ao mesmo tempo que o uso da tecnologia também é moldado pela evolução de quem somos. Para Lévy (1999, p. 17): "[...] a virtualização da sociedade não é um fenômeno recente, mas ela se acelera e se aprofunda com o desenvolvimento das tecnologias digitais, alterando nossa percepção do espaço e do

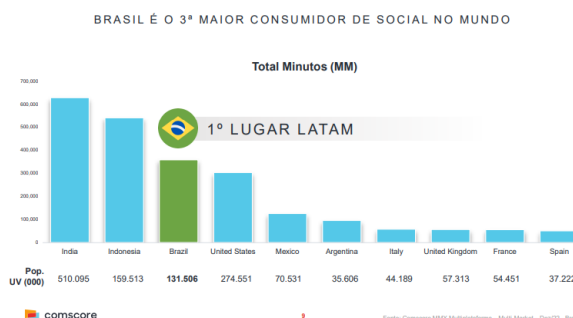
tempo", influenciando tanto o estado físico, quanto o virtual da vida humana.

O uso das redes sociais afeta a percepção de espaço e tempo, transformando a experiência humana em um ambiente virtual. Castells (2013) aponta que o mundo digital altera a vivência do tempo real, criando uma "atemporalidade" que enfraquece a conexão com o espaço físico. As redes sociais, assim, não apenas conectam, mas também mudam a relação do indivíduo com o mundo físico, tornando menos claras as fronteiras entre o real e o virtual. Turkle (2011) ressalta que a imersão prolongada nas tecnologias digitais nos afasta das experiências físicas e aumenta a dependência do ambiente virtual, dificultando a percepção do tempo no mundo real.

Segundo um relatório, realizado pela *Hootsuite* e *We Are Social* (2022), a população brasileira passou em média mais de 10h por dia na *internet*, sendo 3 horas e 41 minutos nas redes sociais. Além disso, levantamento da Comscore mostra que o Brasil é o 3º país do mundo e o 1º da América Latina que mais consome redes sociais no mundo, sendo 131.506 milhões de contas ativas. Destas, 127,4 milhões são usuários únicos nas redes sociais (96,9%).

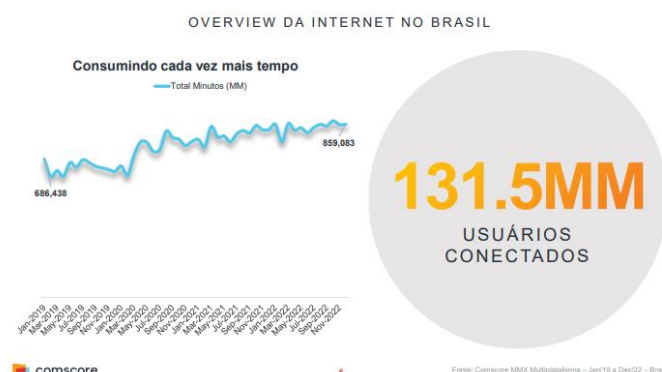
O uso excessivo das redes sociais pode gerar uma série de problemas psicológicos, incluindo comparação social, *cyberbullying*, exposição a conteúdos negativos, isolamento e a falta de interações significativas no mundo físico. Conforme avaliado por Haidt e Twenge (2019), a constante comparação social promovida pelas redes sociais leva muitos indivíduos a sentirem-se inadequados, o que pode diminuir sua autoestima e aumentar a ansiedade. Essa comparação é intensificada pelas plataformas, onde as pessoas exibem apenas os aspectos mais positivos de suas vidas, criando uma percepção distorcida de sucesso e felicidade.

Figura 6: Consumo de Rede Social no Mundo.



Fonte: Comscore (2023)⁷

⁷ Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2023/03/Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

Figura 7: Tempo de Consumo de Internet no Brasil.

Fonte: Comscore (2023)⁸

A imersão prolongada em ambientes virtuais pode precipitar distúrbios como ansiedade, depressão e dependência digital. Turkle (2011) argumenta que essa imersão pode levar à alienação e à deterioração das relações no mundo físico, resultando em efeitos negativos sobre a saúde mental. Além disso, a exposição contínua a estímulos; como por exemplo: o som e áudio alto ou baixo; o excesso de estímulos visuais em uma imagem, vídeo ou animação; o excesso de informações compartilhadas e a capacidade de absorver-las pode causar cansaço; problemas psicológicos nas redes sociais, como a comparação social, pode desestabilizar emocionalmente os usuários, contribuindo para distúrbios do sono, autoestima reduzida e outros problemas emocionais.

Em detrimento do uso excessivo dessas plataformas tem sido associado a uma série de impactos negativos sobre o bem-estar psicológico e emocional dos usuários (Lembke, 2022). A facilidade de acesso constante a estímulos gratificantes, como curtidas e comentários, estimula a liberação descontrolada de dopamina, neurotransmissor central na regulação do prazer e recompensa. No entanto, essa gratificação instantânea e frequente pode levar à dependência e à diminuição da satisfação com experiências cotidianas mais sutis e complexas. Além disso, a comparação constante com os perfis idealizados que permeiam as redes sociais pode contribuir para o desenvolvimento de sentimentos de inadequação e ansiedade (Twenge; Campbell, 2019).

Estudos indicam que o uso prolongado das redes sociais está correlacionado com níveis elevados de solidão e depressão, especialmente entre os jovens adultos

⁸ Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2023/03/Tendencias-de-Social-Media-2023-1.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

que cresceram imersos nesse ambiente digital (Kross et al., 2013). A incessante busca por validação através das interações virtuais pode distorcer a percepção da própria identidade e afetar negativamente as relações interpessoais no mundo *off-line*. Ademais, a constante exposição a conteúdos polarizados e muitas vezes repleto de desinformação pode contribuir para a fragmentação social e política, exacerbando divisões já existentes na sociedade (Akers, 2020).

As redes sociais não apenas facilitam a conexão social, mas também moldam profundamente as interações sociais e o desenvolvimento da identidade dos jovens da Geração Z, dando margem a uma constante exposição de *feedback* instantâneo e a pressão por validação social, criando um ambiente de ansiedade e autoimagem distorcida entre os adolescentes. A disponibilidade 24 horas por dia dessas plataformas perpetua um ciclo de interação virtual que pode substituir, em parte, as interações face a face, essenciais para o desenvolvimento de habilidades sociais mais profundas e empáticas (Boyd, 2014).

A busca incessante por validação nos ambientes virtuais leva os jovens a uma constante necessidade de aprovação, muitas vezes em detrimento de sua privacidade e bem-estar emocional. Esse comportamento está diretamente relacionado aos algoritmos das plataformas digitais, que segmentam os usuários com base em seu uso e acesso às redes sociais. Conforme afirma Pariser (2011), os algoritmos não apenas sugerem conteúdos e conexões, mas moldam a experiência virtual de maneira a criar bolhas personalizadas, limitando a visão do usuário. Além disso, essas plataformas utilizam dados pessoais como uma ferramenta para o desenvolvimento de grandes bancos de dados, transformando o indivíduo em um objeto de manobra digital. Esse processo de segmentação intensifica a alienação digital, fazendo com que os usuários, ao buscarem aprovação e engajamento, se tornem uma fonte de dados para as grandes corporações de mídia.

Segundo Pariser (2012), os algoritmos utilizados pelas plataformas de redes sociais desempenham um papel crucial na personalização e na apresentação de conteúdos aos usuários, moldando suas experiências de consumo de informações. Esses algoritmos não apenas determinam quais *posts* são exibidos, mas também influenciam a forma como as pessoas interagem e se engajam com o conteúdo. Conforme Tufekci (2014), a personalização algorítmica pode criar bolhas de filtro, onde os usuários são expostos majoritariamente a conteúdos que reforçam suas próprias visões e crenças. Isso pode restringir a diversidade de perspectivas e

informações disponíveis. Os impactos são amplos, afetando desde a polarização de opiniões até o comportamento de consumo e as dinâmicas de interação nas plataformas sociais. Portanto, compreender o funcionamento dos algoritmos e seu impacto no ambiente informacional das redes sociais é crucial para uma análise crítica dos fenômenos atuais da mídia digital.

Os filtros das comunidades virtuais diferem dos das redes sociais: nas comunidades virtuais, os filtros geralmente se baseiam em interesses ou temas comuns, o que pode promover uma maior coesão entre os membros, mas também pode limitar a diversidade de opiniões. Já nas redes sociais, os algoritmos são projetados para maximizar o engajamento, frequentemente criando bolhas de filtro que reforçam as crenças existentes e ampliam a polarização (Pariser, 2011).

No cenário em constante evolução das redes sociais, percebe-se uma trajetória rumo a plataformas mais integradas e interativas. Autores como Boyd e Ellison (2007) destacam que as redes sociais têm se transformado em espaços digitais onde as conexões humanas são ampliadas e redesenhadas pela tecnologia. Com o avanço da inteligência artificial e da realidade aumentada, é plausível antever que as futuras interações virtuais serão ainda mais imersivas e personalizadas (Jones, 2020). A integração dessas tecnologias permitirá experiências sociais que transcendem as limitações físicas, possibilitando encontros virtuais em ambientes simulados que parecem tão reais quanto os encontros presenciais (Turkle, 2011). Desse modo, a privacidade e a ética digital emergem como preocupações centrais nesse cenário. O mesmo autor Tufekci (2017) alerta para os desafios relacionados ao uso de dados pessoais e algoritmos de recomendação, que moldam as interações nas redes sociais de maneira muitas vezes invisível aos usuários. Futuramente, espera-se que regulamentações mais rigorosas e avanços em tecnologias de criptografia ajudem a mitigar esses riscos (Acquisti et al., 2023).

As mídias sociais estão se tornando plataformas cada vez mais multimodais, onde texto, imagem, vídeo e realidade virtual se entrelaçam para criar narrativas complexas e envolventes (Manovich, 2013). Essa multimodalidade promete redefinir não apenas como nos comunicamos, mas também como consumimos informações e experiências sociais *on-line*. Seguindo essa linha, Shirky (2008) argumenta que as redes sociais não são apenas ferramentas de interação, mas sim novos espaços públicos digitais onde a colaboração e a criação coletiva podem florescer.

O futuro das redes sociais se desenha como um ecossistema digital dinâmico

e diversificado, na qual a tecnologia continuará a moldar as interações sociais de maneiras profundas e às vezes imprevisíveis. À medida que avançamos para uma era de realidade aumentada e inteligência artificial, as redes sociais não irão apenas conectar indivíduos, mas também serão espaços de experimentação cultural e transformação social (Castells, 2015).

2.2 O fenômeno da viralização nas mídias digitais

O termo "viral", encontra sua inspiração na biologia e na epidemiologia, sendo utilizado no marketing para designar um tipo de conteúdo onde um "infectado" que se dá pelo próprio usuário contamina outro, fazendo com que o "vírus" compreendido como conteúdo, se espalhe rapidamente. A modificação desses "vírus" é outro aspecto semelhante ao mundo biológico, pois, à medida que se disseminam, correm o risco de sofrer mutações e se adaptar ao novo ambiente, dando início a ampla remixagem e compartilhamento. As remixagens, nada mais são do que adaptações e criações de conteúdos inspirados por outros, e não são exclusivas da cibercultura. É possível analisar que a história da arte está repleta de exemplos dessa natureza, entretanto, a natureza dos arquivos digitais e seu caráter transcodificador (Manovich, 2001) facilitam a apropriação e a cocriação de conteúdo. Em muitos casos, observamos a criatividade de uma inteligência coletiva (Levy, 2003) que não precisa mais dos meios tradicionais para que seu produto seja visto por muitas pessoas.

Antes da disseminação ampla da *internet*, compartilhar e recomendar conteúdos era uma prática comum nas comunidades físicas. A comunicação verbal-presencial, conhecida como "boca a boca", desempenhava um papel crucial na propagação de informações e estratégias publicitárias, sendo considerada uma forma de gerar engajamento (Gladwell, 2000). Essa dinâmica de "boca a boca" permitia que as notícias se espalhassem, mas estava restrita pelos limites espaço-temporais dos envolvidos, ocorrendo predominantemente entre pessoas que se conheciam pessoalmente.

O fenômeno da viralização de conteúdos nas redes sociais é amplamente estudado devido à sua capacidade de espalhar rapidamente informações a um grande número de pessoas em pouco tempo. Conteúdos como vídeos, imagens, *memes* e sons podem se tornar virais, destacando-se na cultura digital moderna (Burgess; Green, 2009). Entre os principais pontos positivos da viralização estão a rápida disseminação de informações, o aumento da visibilidade para causas e campanhas,

e a capacidade de engajar e conectar grandes audiências de forma eficaz.

Atualmente, os conteúdos virais nas redes sociais atuam como uma poderosa ferramenta de comunicação e engajamento social, entre seus benefícios, destaca-se a capacidade de alcançar rapidamente muitas pessoas, facilitando a disseminação de informações relevantes e urgentes. A viralidade permite que mensagens importantes sejam compartilhadas em massa, potencializando a conscientização sobre questões sociais, ambientais e de saúde pública (Kaplan & Haenlein, 2011). Em virtude disso, as postagens virais podem estimular a participação cívica e a mobilização social, como por exemplo, campanhas como o "Desafio do Balde de Gelo" (Gupta & Brooks, 2013), que obtiveram um grande impacto ao sensibilizar e angariar fundos para a pesquisa sobre esclerose lateral amiotrófica (ELA); esse tipo de engajamento é utilizado para promover mudanças positivas na sociedade, envolvendo indivíduos em causas importantes e incentivando ações coletivas.

Outra vantagem dos conteúdos virais é o fortalecimento das redes de apoio e solidariedade, quando histórias emocionantes ou de superação se tornam virais, elas podem inspirar e oferecer suporte emocional a outras pessoas em situações semelhantes. Estudos mostram que a exposição a narrativas positivas pode melhorar o bem-estar psicológico e aumentar o senso de comunidade (Smith; Anderson, 2018). Além disso, conteúdos virais podem ter um impacto significativo na educação e na conscientização, como informações educativas e campanhas de saúde pública, quando disseminadas de forma viral, alcançam uma audiência ampla e diversificada, muitas vezes superando as barreiras tradicionais de acesso à informação (Rosen, 2012). Isso é particularmente relevante em tempos de crise, como durante a pandemia de *COVID-19*, onde a distribuição rápida de informações precisas e de recomendações de saúde é crucial.

De acordo com a classificação dos conteúdos virais "sorologia dos conteúdos na web" (Carvalho; Lucena, 2016), elenca três tipos diferentes de virais, sendo eles, os virais espontâneos que se classifica como conteúdos simples e espontâneos não pensados para que tomem a proporção que tomam, normalmente, são produtos audiovisuais capturados sem muitas técnicas e possuem elementos de produção amadora, para esta categoria são elencados três tipos de tendências como conteúdos clássicos, comerciais e espalhados. Já os virais de estratégias comerciais, (conhecidos como conteúdo de *marketing* viral) são publicações criadas para que sejam disseminados na rede, por isso, são pensadas de forma para que quem veja,

sinta uma certa necessidade de falar sobre ele para outras pessoas, ou que seu jargão fique “unificado” na mente do espectador. Por outro lado, os virais pessoais são conteúdos criados pelos próprios usuários da rede, com o intuito de fazer sucesso na internet, isto é, são indivíduos que buscam a popularização do seu perfil através da utilização e criação de virais, utilizando sua imagem pessoal, rotina, entre outros aspectos da sua vida privada, a fim de se tornarem uma figura reconhecida, seja em seu nicho ou na comunidade como um todo.

A viralização é impulsionada por seis princípios: moeda social, acionadores, emoção, público, valor prático e histórias, sendo estes, os principais elementos que ajudam a entender por que certos conteúdos se tornam mais populares enquanto outros permanecem com um baixo engajamento. Para compreender melhor os elementos citados e avaliá-los de acordo com os conteúdos virais atuantes nas redes sociais, é necessário analisar cada fator desse processo, como a moeda social, que se refere ao desejo das pessoas de compartilhar coisas que as façam parecer bem-informadas, interessantes e inteligentes. Os acionadores são estímulos que mantêm o conteúdo no topo da mente das pessoas, como músicas associadas a momentos específicos. A emoção desempenha um papel crucial, pois conteúdos que evocam emoções fortes, sejam elas positivas ou negativas, têm maior probabilidade de serem compartilhados, alcançados e engajados pelas contas dos inúmeros usuários conectados nas plataformas digitais (Berger, 2013).

Em consonância com Watts (2007, p.72) para o qual a estrutura das redes sociais influencia a disseminação de informações, o autor argumenta que “indivíduos bem conectados (*hubs*) podem acelerar significativamente a propagação de conteúdo”. Estes indivíduos possuem muitas conexões com outros membros da rede, o que os coloca em uma posição estratégica para disseminar informações de forma acelerada e em larga escala, com indivíduos da própria rede e principalmente com outros que estão conectados nos mesmos filtros bolhas. Portanto, quando um *hub* compartilha um conteúdo, esse conteúdo pode alcançar muitas pessoas rapidamente, mais do que se fosse compartilhado por um indivíduo com menos conexões, pois eles funcionam como pontos centrais na rede, onde muitas linhas de comunicação convergem.

Gladwell (2000) introduz o conceito de “pontos de inflexão”, pequenos fatores que podem desencadear grandes mudanças. Ele identifica os “*Mavens*” (especialistas), “*Connectors*” (pessoas bem conectadas) e “*Salesmen*” (persuasores)

como figuras chave na disseminação de ideias e conteúdos. Os especialistas (*mavens*), são usuários com um profundo conhecimento sobre certos tópicos e que gostam de compartilhar conhecimento e ideias com os outros seres conectados, sendo fontes confiáveis de informações com um papel importante na indução da disseminação de novas ideias porque as pessoas confiam em seu julgamento e seguem suas recomendações. Os indivíduos bem conectados (*connectors*) possuem uma vasta rede de conexão com outros conectados e também são capazes de se conectarem com diferentes grupos de pessoas, devido a suas extensas conexões, eles são eficazes em espalhar informações rapidamente através de suas redes, conhecidos como "hubs" da rede social que facilitam a rápida disseminação de conteúdo. Os persuasores (*salesmen*) podem ser compreendidos como indivíduos com habilidades excepcionais de persuasão, isto é, eles são capazes de convencer os outros a adotar novas ideias ou comportamento, tendo como sua principal habilidade de influenciar e motivar as pessoas faz deles peças-chave na propagação de uma mensagem.

A atuação dos três grupos identificados por Gladwell (2000) nas redes sociais atuais é notável. Primeiramente, os especialistas, ou profissionais de áreas específicas, utilizam as plataformas digitais para compartilhar opiniões, informações e descobertas sobre seus campos de atuação. Esses perfis, pertencentes a profissionais diversos, servem como uma ferramenta para se conectar com seu público e clientes, além de alcançar novos potenciais seguidores. A presença desses especialistas fortalece a divulgação de conteúdos, acelerando seu alcance e impacto.

Além disso, os usuários bem conectados desempenham um papel crucial na ampliação do alcance dos conteúdos compartilhados. Com uma rede de amigos e seguidores, esses usuários são essenciais para a disseminação em grande escala. Quando um conector compartilha uma informação, ela se propaga não apenas dentro de seu espaço virtual, mas também para outros usuários em comum. Isso amplia significativamente o alcance dos conteúdos, facilitando sua viralização.

Finalmente, os persuasores, mais conhecidos como influenciadores digitais, são os principais responsáveis pela disseminação e viralização de conteúdos. Ativos principalmente em plataformas como Instagram e *TikTok*, esses influenciadores criam, produzem e promovem conteúdos que têm um impacto significativo na popularização e visibilidade. Segundo Zeng e Kaye (2022, p. 80), "a descoberta de conteúdo no *TikTok* gira em torno de seu sistema de recomendação de algoritmo que impulsiona

vídeos populares, o que, por sua vez, molda as práticas dos usuários em relação à visibilidade". Esses influenciadores têm o poder de influenciar comportamentos de consumo e ações tanto no mundo real quanto no virtual.

Os conteúdos virais criados e disseminados nas mídias digitais são o novo incentivo dos usuários em rede para se manterem conectados nestes espaços, pois é por meio dessas incitações que os indivíduos possuem acesso a informações de forma mais rápida, dicas sobre temas relacionados com a central de buscas do nativo digital, opiniões sobre determinado assunto e produtos, entretanto o conteúdo oferecido em muitos casos pode ser superficial ocasionando um impacto significativo para as pessoas conectadas que absorvem e consomem conteúdos virais, influenciando definitivamente em outras áreas de sua vivência e principalmente a sua relação com o tempo na qual consome as redes sociais.

As exposições dos virais das redes digitais para os seres conectados é um fenômeno central na cultura digital contemporânea, que afeta tanto os indivíduos quanto a sociedade como um todo. De acordo com Berger (2013, p.5): "[...] conteúdos virais são aqueles que se espalham rapidamente de pessoa para pessoa, gerando um efeito cascata que pode alcançar milhões de indivíduos". Para os usuários conectados, a exposição constante a conteúdos virais pode ter impactos profundos. Como observa (Lima, 2017, p.43), "a saturação de conteúdos virais pode levar a um fenômeno de sobrecarga informativa, onde os indivíduos são bombardeados por uma quantidade excessiva de informações, muitas vezes conflitantes ou irrelevantes". Nesse sentido, a sobrecarga pode resultar em estresse, ansiedade e dificuldades para distinguir informações verdadeiras de falsas.

Do mesmo modo, os impactos dos conteúdos virais vão além do nível individual. Segundo Berger (2013, p.45), "conteúdos que evocam emoções fortes, sejam elas positivas ou negativas, têm maior probabilidade de serem compartilhados", esse fato ressalta que temas polarizadores ou sensacionalistas frequentemente ganham mais visibilidade, influenciando o discurso público e moldando opiniões de maneira significativa.

Com os avanços e transformações da era digital, todos os usuários de redes sociais são, de certa forma, produtores de conteúdo. No entanto, os perfis conhecidos como persuasores, frequentemente referidos como influenciadores digitais, desempenham um papel relevante na criação de conteúdo original que é amplamente replicado. Como destaca Gladwell (2000, p.35), "os *salesmen* são indivíduos com

habilidades excepcionais de persuasão, capazes de convencer os outros a adotar novas ideias ou comportamentos". Estes influenciadores são capazes de criar narrativas envolventes que capturam a atenção de uma vasta audiência que são expostas aos conteúdos virais e são replicadoras.

Conteúdos que evocam emoções, são dinâmicos e promovem interações têm maior probabilidade de serem compartilhados. Influenciadores digitais utilizam esses princípios para criar material que ressoe emocionalmente com seus seguidores, aumentando o potencial de viralização e a conexão com o público. Segundo Silva (2020), esses influenciadores não apenas criam, mas também amplificam conteúdos em suas plataformas, moldando opiniões e influenciando comportamentos e interações.

As redes sociais que conectam as pessoas por meio da troca de *bytes* significativos é um dos principais motivos que as levam a compartilhar mídia; dessa maneira, as pessoas compartilham os conteúdos na qual elas se sentem representadas fisicamente, emocionalmente ou socialmente, gerando também outras maneiras de identificação. Diante disso, ao compartilhar algo, o usuário está expondo através da mídia compartilhada uma imagem de sua crença, desejo, gostos e até mesmo anseios, para que outras pessoas curtam e até mesmo se identifique com os mesmos valores por meio desse processo viral, afinal, compartilhar é um ato comunicativo que detém uma intenção de pertencimento de comunidade ou grupo.

As ferramentas oferecidas pelas mídias sociais são projetadas para facilitar a produção de conteúdo envolvente e atrativo, o que aumenta a visibilidade e o alcance das postagens. Essas plataformas disponibilizam recursos de edição, como efeitos especiais, filtros e transições dinâmicas, que ajudam a capturar a atenção dos espectadores e incentivam a interação e o compartilhamento. Segundo Kaye et al. (2020), a simplicidade e a interatividade dessas ferramentas democratizam a criação de conteúdo, permitindo que qualquer pessoa produza material de alta qualidade sem precisar de habilidades técnicas avançadas.

Esse algoritmo considera fatores como engajamento, visualizações e interações para promover conteúdos que têm maior probabilidade de atrair a atenção de outros usuários, assim as ferramentas de criação e os algoritmos de amplificação, combinados com a natureza colaborativa e interativa das redes sociais, criam um ambiente propício para a viralização, no qual os usuários não apenas consomem conteúdo, mas também contribuem ativamente para a sua disseminação, seja através

de compartilhamentos, comentários ou a criação de novos conteúdos inspirados em tendências virais. Conforme apontado por Burgess e Green (2018), essa dinâmica participativa é essencial para a cultura de convergência nas mídias sociais, onde os limites entre produtores e consumidores de conteúdo são constantemente desafiados e redefinidos.

Aliadas aos algoritmos de recomendação, as ferramentas de criação e edição oferecidas pelas redes sociais, desempenham um papel central na amplificação e disseminação de conteúdos virais. Essas plataformas não apenas facilitam a produção de conteúdos atrativos e envolventes, mas também garantem que esses conteúdos alcancem um público amplo e diversificado, potencializando a capacidade de qualquer usuário de se tornar um criador de tendências.

Conforme argumenta Zuboff (2018), os algoritmos possuem um papel crucial na criação, amplificação e consumo de conteúdos virais nas redes sociais, tais algoritmos são projetados para maximizar o engajamento dos usuários, utilizando dados comportamentais para prever e influenciar as ações dos indivíduos, contudo, as plataformas digitais extraem dados pessoais para fins comerciais, transformando a privacidade em um bem transacionável e moldando a experiência do usuário para manter sua atenção e maximizar o tempo gasto na plataforma.

A segmentação dos conteúdos virais também ocorre através de algoritmos que analisam e categorizam vastas quantidades de dados, estes algoritmos identificam padrões de comportamento e interesses dos usuários, personalizando o *feed* de notícias para cada indivíduo. Os sistemas algorítmicos utilizam técnicas avançadas de aprendizado de máquina para prever quais conteúdos são mais prováveis de atrair a atenção do usuário, portanto, esse processo, conhecido como filtragem colaborativa, permite que as plataformas recomendem conteúdos com base nas preferências de outros usuários com perfis semelhantes (Christian; Griffiths, 2016).

Como aponta Pariser (2012), a criação e replicação de conteúdos virais nas redes sociais têm consequências profundas para a prospecção dos filtros-bolhas, algoritmos personalizados criam bolhas informacionais, onde os usuários são expostos apenas a conteúdos que reforçam suas visões e interesses preexistentes, limitando a diversidade de perspectivas. Com isso, esse isolamento pode levar à segregação social, onde comunidades se tornam cada vez mais homogêneas e polarizadas, reduzindo o espaço para o diálogo e a compreensão mútua.

O ambiente *on-line* favorece a viralização de *memes*, notícias sensacionalistas

e desafios, que podem capturar a atenção momentânea, mas contribuem pouco para o conhecimento significativo e a reflexão crítica; o tempo que passamos nas redes sociais pode variar entre buscar conhecimento significativo e simplesmente buscar entretenimento leve, como rir e relaxar. Esse equilíbrio entre utilidade e prazer contribui para o uso prolongado dessas plataformas. Segundo Dias (2018), o uso excessivo das redes sociais muitas vezes é ancorado na combinação desses dois fatores: a busca por informações relevantes e a necessidade de distração, o que pode tornar a experiência mais agradável e difícil de interromper.

A sobrecarga de conteúdos também é uma consequência direta da cultura de viralização, visto que, os usuários são bombardeados com um fluxo incessante de informações, vídeos, e *posts*, dificultando a filtragem do que é realmente relevante e útil. Essa avalanche de informações fragmentadas pode prejudicar nossa capacidade de concentração e pensamento profundo (Carr, 2010).

Conforme discutido por Pariser (2012, p.15): "[...] ao priorizar conteúdos que reforçam as opiniões existentes dos usuários, as plataformas aumentam a polarização e a fragmentação da sociedade". Ao priorizar conteúdos que reforçam as opiniões existentes dos usuários, as plataformas aumentam a polarização e a fragmentação da sociedade. Isso ocorre porque os algoritmos são otimizados para maximizar o engajamento, frequentemente promovendo conteúdos sensacionalistas ou polarizadores que são mais propensos a se tornarem virais.

Os impactos e consequências dessa dinâmica são profundos. A amplificação de conteúdos virais por meio de algoritmos pode levar à disseminação rápida de desinformação e *fake news*, como diversos estudos têm observado. Esse problema é agravado pela natureza das plataformas sociais; que incentivam o compartilhamento rápido e sem verificação, resultando na propagação massiva de informações não verificadas. Além de que, a personalização algorítmica pode criar uma visão distorcida da realidade, expondo os usuários a informações que reforçam suas crenças e preconceitos, o que reduz a diversidade de perspectivas e compromete o debate público saudável (Silva, 2021).

Os algoritmos influenciam significativamente a produção de conteúdos; criadores e influenciadores frequentemente ajustam suas produções para atender às preferências ditadas por esses algoritmos, muitas vezes priorizando a quantidade em detrimento da qualidade, com o objetivo de garantir maior visibilidade e engajamento. Essa escolha algorítmica pode resultar na replicação de conteúdos, onde a

originalidade e a profundidade são sacrificadas em favor da viralidade. Assim, à medida que o engajamento e o alcance aumentam, a essência do conteúdo original tende a se perder (Mendes, 2020).

Sob o ponto de vista de Adorno (1944) argumentava que, a indústria cultural transforma arte e cultura em mercadorias padronizadas, consumíveis e previsíveis, que reforçam a conformidade social em vez de estimular o pensamento crítico e a individualidade. Nesse sentido podemos intervir que os conteúdos virais também transformam a cultura digital das redes sociais, e se tornam mercadorias de consumo estabelecidas por padrões algorítmicos de acordo com a segmentação de cada nicho que consome as diversas postagens com estímulos virais, diante disso, com os algoritmos determinando quais conteúdos recebem mais visibilidade, os criadores de conteúdo tendem a seguir fórmulas de sucesso pré-estabelecidas. Essa situação reflete a teoria de Adorno (1944) sobre a perda do senso crítico na cultura de massa, onde a padronização e a repetição incessante promovidas pelos algoritmos não só limitam a diversidade cultural, mas também contribuem para a passividade do público, que consome conteúdos superficiais e previsíveis sem questionar suas implicações ou buscar profundidade (Adorno; Horkheimer, 1944). A lógica algorítmica, reforça uma cultura de massa que privilegia o entretenimento efêmero e descompromissado, alinhada com os interesses comerciais das plataformas digitais, em detrimento de uma cultura que promove reflexão crítica e autenticidade.

As marcas e empresas têm cada vez mais utilizado conteúdos virais nas redes sociais para anunciar e vender produtos, explorando a capacidade dessas plataformas de amplificar mensagens e alcançar vastas audiências rapidamente. Este fato, contudo, traz consigo perigos e impactos significativos para o consumo sustentável e para a transformação e evolução comportamental e cognitiva humana.

A partir da perspectiva de Marx (1867), delimitada em sua obra "O Capital", a mercantilização da cultura e do comportamento humano pode ser vista como uma extensão da lógica do capital, onde tudo, incluindo a criatividade e a interação social, é transformado em mercadoria, o autor argumenta que "a produção capitalista só desenvolve a técnica e a combinação do processo de produção social ao minar as fontes originárias de toda riqueza: a terra e o trabalhador" (Marx, 1867). Nesse contexto, as redes sociais transformam interações humanas em dados monetizáveis, incentivando um ciclo incessante de produção e consumo de conteúdo superficial que beneficia as empresas, mas esgota recursos naturais e humanos, comprometendo a

sustentabilidade, em prol de benefícios próprios e capitalistas.

A utilização desses tipos de conteúdos realizados pelas marcas e organizações capitalistas, interferem na prospecção e desenvolvimento da autenticidade social do indivíduo, dando espaço a inautenticidade, onde o indivíduo se conforma com as expectativas e pressões sociais ao invés de buscar uma existência autêntica (Heidegger, 1927). As estratégias de *marketing* que se apropriam de conteúdos virais incentivam comportamentos conformistas e superficiais, desviando os indivíduos da reflexão crítica e do desenvolvimento pessoal profundo, e, as redes sociais podem dificultar a capacidade dos indivíduos de se engajarem em processos de pensamento mais profundos e transformadores ao promoverem uma cultura de imediatismo e gratificação instantânea.

Em consequência disso, o uso indiscriminado de conteúdos virais para fins comerciais também pode perpetuar um ciclo de consumismo desenfreado, com pressão constante para se manter atualizado e engajado com as tendências efêmeras pode levar a comportamentos de compra impulsivos e insustentáveis, exacerbando problemas ambientais e sociais. A promoção de um consumo consciente e sustentável é desafiada por essa dinâmica, onde a efemeridade e a superficialidade dos conteúdos virais contrastam com a necessidade de escolhas informadas e responsáveis.

As atualizações das redes sociais também possibilitaram a intersecção entre conteúdos virais e tendências já que ambos se influenciam mutuamente. De acordo com Shirky (2008, p. 91): "[...] a viralidade e as tendências são fenômenos interligados, onde o surgimento de um pode facilmente catalisar o outro, criando um ciclo de popularidade que se retroalimenta"; portanto, os conteúdos virais muitas vezes iniciam *trends*, enquanto *trends* podem catapultar conteúdos específicos para a viralidade.

2.3 Vitrine midiática: a ultra exposição performática do SER nas redes sociais

Os avanços das redes sociais têm transformado o comportamento da sociedade, impactando profundamente a vida cotidiana. Com as revoluções tecnológicas, os aparelhos digitais tornaram-se extensões da existência humana, mudando o papel do indivíduo de mero telespectador para produtor de conteúdo. Desde o surgimento de redes sociais como o *Instagram* (2010), sob a administração da *Meta*, fundada por Mark Zuckerberg, as atualizações tecnológicas e das mídias digitais têm ampliado significativamente as funções e a influência dos usuários

(Souza, 2021).

No ano de 2006, a revista *Times*, decretou "YOU"⁹ como personalidade do ano, isso se deveu ao fato, principalmente de que para o veículo de comunicação, o comportamento do telespectador estava se modificando com as novas tecnologias expostas, assim como a ascensão das redes sociais, cultura de conexão e o poder dos usuários da *internet*, que estavam criando e compartilhando conteúdos como nunca visto antes, de fato, isso representou uma mudança fundamental no modo como a informação era produzida e consumida, democratizando a criação de conteúdo e dando voz a indivíduos comuns. A partir do ano de 2010, com a criação e inserção da rede social Instagram, que pode ser compreendida como uma plataforma que permite publicação de fotos e vídeos breves diretamente através do aplicativo móvel, onde é possível acompanhar outros usuários, dar curtidas, comentar e republicar as publicações, o usuário passa a ser induzido a produzir o seu próprio conteúdo, como uma forma de divulgar a sua vida social, como seu cotidiano, trabalho e atividades, como uma forma de marcar sua presença por meio do seu perfil na rede social, com isso, os indivíduos passam a criar uma comunidade digital dentro da sua própria rede interativa, além de produzir seu conteúdo independente ele passa a acompanhar e vivenciar de forma *on-line* das pessoas conectadas dentro da sua bolha. O *Instagram*¹⁰, por exemplo, possui ferramentas onde seus usuários são possibilitados a curtir, comentar e compartilhar conteúdos da qual eles acompanham diante da sua própria rede, ou seja, os indivíduos que eles seguem em seus perfis, gerando um fator de interação, mas também de onde a busca por validação e reconhecimento público.

A sociedade contemporânea é caracterizada por um individualismo exacerbado e pelo culto à imagem, fenômenos que são intensificados pelas redes sociais, nesse contexto, funcionam como plataformas que amplificam essa necessidade de exposição e validação, permitindo que os indivíduos projetem versões idealizadas de si mesmos. Segundo Lipovetsky (2005, p. 49): "[...] o espaço público foi transformado em um imenso palco onde cada uma busca incessantemente a atenção e o reconhecimento dos outros", logo, as redes sociais tornam-se, portanto, arenas de performance, onde a quantidade de curtidas, compartilhamentos e comentários serve

⁹ Disponível em: < <https://time.com/archive/6596761/you-yes-you-are-times-person-of-the-year/>>. Acesso em: 06 jun. 2024.

¹⁰ Disponível em: < <https://about.instagram.com/pt-br>>. Acesso em: 06 jun. 2024.

como uma métrica de aprovação social, este comportamento está alinhado com a lógica do consumo contemporâneo, onde a identidade é continuamente moldada e reconstruída por meio das interações *on-line*.

A performance nas redes sociais não reflete a realidade natural, mas sim uma simulação criada para atender às expectativas do ambiente virtual. O usuário curadoria a sua imagem para atender às demandas de suas comunidades digitais. Em vez de indicar falsidade, esse ato performático representa um esforço consciente para se destacar *on-line*, o que resulta em uma ausência de espontaneidade (Goffman, 1959).

Na era digital, o SER social necessita da aprovação dos outros para validar sua performance e construir sua narrativa. As ferramentas das redes sociais não apenas validam essa performance, mas também funcionam como fontes colaborativas de *feedback*, influenciando tanto a percepção da comunidade quanto a autoimagem do usuário. Essa dinâmica pode levar a frustrações individuais e afetar negativamente a interação social (Turkle, 2011).

Redes sociais como *Instagram*, *Facebook*¹¹ (2004) e *TikTok*¹² (2016) oferecem ferramentas que estimulam a validação através de curtidas e reações, promovendo a liberação de dopamina. A busca por validação pode levar o usuário a editar ou apagar postagens para obter o retorno esperado. Essa prática pode impactar significativamente a subjetividade e as relações interpessoais (Zuboff, 2019).

Se a presença digital é performática e gera dopamina através das interações virtuais, as relações formadas no ambiente digital se tornam representações da realidade, em vez de experiências autênticas. Essa produção virtual é uma forma de espetáculo, onde a essência da vida real se dissolve na representação (Baudrillard, 1994).

Como argumenta Debord (1997, p. 14): "[...] o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens", ou seja, as redes sociais atuam como palco para que essa ação performática seja realizada e idealizada, gerando uma visão cristalizada do mundo real, isto é, ele é o coração da irrealidade do mundo real, portanto, o espetáculo é um modelo presente da vida socialmente dominante e sua linguagem é formada por signos da produção onipotente, que são o princípio e a finalidade da última produção.

¹¹ Disponível em: <<https://about.meta.com/br/technologies/facebook-app/>>. Acesso em: 09 jun. 2024.

¹² Disponível em: <<https://www.tiktok.com/about?lang=pt-BR>>. Acesso em: 09 jun. 2024.

A sociedade contemporânea é descrita como espetaculista, pois as relações humanas são mediadas por imagens e mercadorias. Para Debord (1997), as interações diretas são frequentemente substituídas por comunicações intermediadas por mídia, publicidade e propaganda, resultando em uma relação de alienação e passividade. Os indivíduos tornam-se espectadores passivos de suas próprias vidas, observando representações de experiências em vez de vivenciá-las diretamente. Na sociedade espetaculista, o consumo se estende além de bens materiais para incluir imagens e representações, com a publicidade e os meios de comunicação de massa desempenhando um papel crucial na construção dessas imagens. O espetáculo serve como uma ferramenta de dominação, criando uma falsa sensação de conexão e participação, enquanto perpetua a desigualdade e a exploração, assim também, ela promove a separação entre as pessoas e entre as pessoas e a realidade (Debord, 1997).

Lipovetsky (2005) destaca a tendência de espetacularização da existência, argumenta que "[...] a vida cotidiana converte-se num espetáculo incessante, onde a imagem se sobrepõe à realidade e o ser é substituído pelo parecer" (2005, p. 67); portanto, nas redes sociais, os indivíduos constroem cuidadosamente suas identidades digitais, editando e curando momentos que muitas vezes divergem da realidade cotidiana, como consequência, esse fenômeno, descrito pelo autor como a "estetização do eu", reflete intrinsecamente a busca incessante por reconhecimento e validação social, aspectos cruciais na era do hiperconsumo e do narcisismo digital.

A busca pelo "parecer" sobre o "ser" é uma característica central da pós-modernidade, resultando em uma existência marcada pela "sedução, a efemeridade e a frivolidade" (Lipovetsky, 2005, p. 75). Neste contexto, as redes sociais, essa lógica se intensifica, transformando a vida em uma série de performances cuidadosamente orquestradas para o olhar do outro. Assim, as plataformas digitais não apenas refletem, mas amplificam a dinâmica da sociedade do espetáculo, onde cada usuário é simultaneamente ator e espectador de uma realidade fabricada.

Conforme estabelecido por Freud (2011) "É difícil escapar à impressão de que em geral as pessoas usam medidas falsas, de que buscam poder, sucesso e riqueza para si mesmas e admiram aqueles que têm, subestimando os autênticos valores da vida", se outrora, as redes sociais foram idealizadas com foco na conexão em larga escala, independente de aspectos e barreiras geográficas, ela se tornou um protótipo do mundo real, entretanto, apesar de não proporcionar as mesmas experiências que

o físico pode proporcionar, ainda assim ela concede outros tipos de experiências imersivas. Atualmente, os usuários das redes sociais, utilizam ela como um palco teatral ao invés de uma rede de conexões, diante disso, as redes sociais deixaram também de ser um ambiente de construção de relações e interações e se tornou uma vitrine de conexão, isto é, há pessoas que estão mais preocupadas em apresentar uma versão mais embelezada de si mesma, ou seja, esta mudança consequentemente acaba incentivando mais uma competição entre os usuários do que uma conexão virtual.

A natureza humana e o impulso intrínseco de comparação e competição estão altamente conectados no mundo moderno. De acordo com Nietzsche (2019, p. 45): "O homem é o animal que mais sofre com a comparação", contudo, esse impulso comparativo, que o autor identifica como uma característica fundamental da condição humana, é exacerbado ainda mais com o advento das plataformas digitais, onde a vida alheia é constantemente exposta e idealizada. É notório, visualizar que nas redes sociais, os indivíduos são bombardeados com imagens e narrativas que destacam conquistas, momentos de felicidade e estilos de vida glamourosos, entretanto, essa exposição incessante leva a uma comparação constante e muitas vezes desfavorável, provocando sentimentos de inadequação e inferioridade.

Nietzsche (2019, p. 78) argumenta que "[...] a comparação constante corrompe a alma e obscurece a capacidade de apreciar a própria vida", logo, as mídias sociais digitais tornam-se um terreno fértil para a insatisfação e o ressentimento, à medida que os usuários tentam medir suas vidas em relação às versões idealizadas que veem no terreno virtual.

Conforme argumenta Han (2018, p. 53), "Refugiamo-nos nas imagens para sermos melhores, mais bonitos, mais vivos", o argumento do autor ressalva a necessidade das imagens de nos mantermos vivos e relevantes na sociedade moderna, a técnica não é suficiente para o ser, pois ele necessita da imagem para impulsionar a evolução. Entretanto, a mídia digital realiza uma inversão crônica, isto é, as redes sociais disponibilizam ferramentas para que os nativos digitais, sejam capazes de modificar sua própria aparência, além de outros detalhes compostos dentro da imagem, isso torna as fotografias ainda mais belas e melhores do que a realidade deficiente percebida, essa ação fortalece ainda mais a criação e a diagramação de belezas padronizadas dentro do âmbito virtual que também refletem no mundo físico, tendo como principal consequência a distorção de imagem.

As imagens geradas e reproduzidas por essas ferramentas, delimitadas também como filtros, resplandecem uma realidade otimizada, sendo assim, aniquilam o valor da imagem original, ou seja, a naturalidade nela incluída, essa versão imagética destrói a semântica e a poética contida pela imagem, sendo mais uma mera reprodução do real (Han, 2018, p. 54).

As redes sociais contemporâneas configuram-se como um verdadeiro palco performático onde se encenam múltiplas versões da vida real, além disso, os indivíduos estão cada vez mais preocupados com a estética do que a verdadeira essência de si mesmo, sua verdadeira vida, isso ocorre, pois, com tantas bolhas e conexões criadas e influenciadas pelos algoritmos das redes e os influenciadores digitais, eles se sentem na necessidade de criar e simular uma vivência que seguem os mesmos padrões na quais eles estão imersos virtualmente, esse fator pode gerar crises significativas, tanto nas questões de segregação social, pois há um contato ainda maior com níveis de realidade e classes sociais diferentes, fatores estéticos, como a crise e distorção de imagem, como também, pode afetar em fatores psicológicos, como a ansiedade e depressão. O impacto desse conjunto, estimulam a intensificação da comparação e pode ser observado na forma como moldam a autoestima e a identidade.

A busca por validação através de curtidas e comentários se torna uma medida de valor pessoal, criando uma dependência emocional das reações alheias, essa busca também está conectada com a necessidade humana de se encaixar nos padrões impostos pela sociedade digital que também é influenciada pela sociedade física. As personas criadas pelos usuários dentro das redes sociais, são mais um mecanismo para o fortalecimento da era da comparação, onde os indivíduos buscam por aquilo que eles não encontram no mundo real, estabelecendo uma nova projeção de si mesmo e alimentando cada vez mais estímulos que ocasionam fragmentações da sua própria essência e personalidade.

É importante ressaltar, que os padrões impostos pelas redes sociais, que na maioria dos casos prezam pela perfeição e moralidade, influenciam a necessidade da busca da hiper exposição midiática, ou seja, a civilização virtual inclusas nas redes sociais, estão cada vez mais utilizando de seu cotidiano físico para criar uma hipérbole e fictícia realidade e identidade de si mesmo, forjando uma falsa e superficial identidade *on-line*, em consequências, os cidadãos virtuais estão mais preocupados em parecer do que em serem sua própria essência denominada e desenvolvida no

aspecto real, forjando no mundo virtual uma falsa realidade física inexistente.

A ultraexposição nas redes sociais está frequentemente associada à busca por validação das opiniões dos usuários. Isso ocorre porque, ao buscar aprovação externa, os indivíduos acabam se inserindo em filtros de bolha, onde são expostos predominantemente a informações e opiniões que reforçam suas próprias crenças. Conforme o argumento de Pariser (2012), esses filtros bolha limitam a diversidade de perspectivas e intensificam a busca por validação, uma vez que o conteúdo apresentado é selecionado para alinhar-se com as preferências e crenças pré-existentes dos usuários. Sendo assim, as plataformas deixam de ser uma rede de interação e passam a ser um palco para diferentes tipos de espetáculos que tem como um objetivo em comum de ser notado, comentado e curtido.

Em sua obra "A era do vazio: Ensaio Sobre o Individualismo Contemporâneo", Lipovetsky (2005) aborda a transformação da sociedade moderna, marcada por um narcisismo exacerbado e uma busca incessante por visibilidade e reconhecimento pessoal. Esta análise é extremamente pertinente ao considerar o impacto das performances realizadas no *TikTok*, visto que ela é uma plataforma digital que intensifica a cultura do espetáculo, onde o indivíduo está constantemente buscando criar e compartilhar conteúdos visuais que atraiam a aprovação social. O autor ainda argumenta que, nesta sociedade do espetáculo, as relações interpessoais tornam-se superficiais e efêmeras, pois o foco principal é a aparência e não a profundidade das conexões humanas. Com isso, as performances nessa rede social, são um exemplo explícito dessa dinâmica, pois os usuários estão frequentemente preocupados em manter uma imagem pública que possa gerar curtidas e seguidores, em detrimento de interações genuínas e significativas, por meio dos conteúdos criados e disseminados nesta mídia.

Lipovetsky (2005, p. 22) argumenta que "[...] a busca incessante por visibilidade resulta em relações superficiais." Nas redes sociais, essa busca é exacerbada pela gratificação instantânea, que substitui a realização pessoal duradoura. Assim, as performances no *TikTok* exemplificam uma sociedade que prioriza a aparência sobre a substância, levando a conexões humanas rasas e a um sentimento generalizado de vazio existencial.

2.4 A relação da Geração Z com as redes sociais

A Geração Z, também chamada de *Net-Gen*, inclui todas as pessoas nascidas

entre o final dos anos 1990 e 2010 (Turner, 2015). Também são conhecidos pela primeira geração que vive na era da *internet* e das evoluções tecnológicas (Williams; Page, 2011); isto é, desde muito cedo, a interação dessa geração com a tecnologia se tornou uma constante em quase todas as áreas de suas vidas (McCrindle, 2014), proporcionando a eles o título de nativos digitais (Turner, 2015).

Esta foi uma geração assinalada pelo terrorismo global, especialmente pelo atentado de 11 de setembro, pela incerteza econômica e pela recessão (Williams; Page, 2011), são dotados de uma consciência global ainda mais profunda em comparação as outras gerações, por terem mais acesso mesmo que virtualmente a outros tipos de culturas, informações, e outros fatores, sendo também uma geração mais tolerante (Turner, 2015).

O universo digital ao qual pertencem tem contribuído para a criação de oportunidades de interação com indivíduos diversos, visto que fatores como idioma, etnicidade e status social não constituem barreiras (Rue, 2018). Eles constituem a primeira geração interligados à gastronomia, moda, entretenimento *on-line*, tendências sociais e comunicações (McCrindle, 2014), estando constantemente em contato com diferentes e imersivas experiências e ideias.

Devido à celeridade com que vivenciam os acontecimentos globais, os indivíduos desta geração foram compelidos a amadurecer com maior rapidez (McCrindle, 2014). Eles valorizam estar atualizados e buscam constantemente diversas fontes de informação (Williams; Page, 2011), preferindo vídeos que sintetizem suas dúvidas em vez de, por exemplo, ler artigos sobre o tema (McCrindle, 2014). Por serem a primeira geração a vivenciar seus anos formativos em concomitância com as redes sociais (Rue, 2018) trouxe-lhes não apenas oportunidades, mas também desafios. Se, por um lado, têm o privilégio de estar conectados e de ter qualquer informação ao alcance das mãos, por outro, o estilo de vida associado a essa conectividade gerou uma prevalência de enfermidades, como depressão, disfunções alimentares e problemas relacionados ao estresse, tais como dores estomacais, cefaleias ou fadiga crônica (McCrindle, 2014).

Embora sejam uma geração mais robusta fisicamente, sua vulnerabilidade psicológica é acentuada pela incessante comparação de seus próprios pensamentos e modos de vida com os de seus pares, cujas representações, frequentemente enganosas, são, no entanto, estrategicamente e meticulosamente compartilhadas nas redes sociais (Rue, 2018). A facilidade de acesso a dispositivos móveis, *tablets* e

computadores e a constante interação *on-line* com seus pares forçaram essa geração a aprender a lidar com problemas como o *cyberbullying*, tanto do ponto de vista do agressor quanto da vítima.

A Geração Z está fortemente imersa no ambiente digital, onde suas interações sociais ocorrem majoritariamente nas redes sociais, em vez de no contato físico direto. Conforme Campos (2019), essa geração valoriza intensamente a aceitação dos pares e, por isso, as interações virtuais têm um impacto significativo na autoimagem e na percepção que têm dos outros. A maneira como a Geração Z se vê e é vista pelos outros é moldada em grande parte por suas experiências e validações no meio digital.

Classificados como nativos digitais, os jovens dessa geração desconhecem a experiência de viver sem acesso à *internet*, permanecem constantemente conectados às redes sociais e preferem interagir no âmbito virtual em vez de na realidade física (Sweeney, 2016). Segundo Oliveira (2010), essa geração apresenta as seguintes habilidades distintas:

A facilidade de manuseio aos aparelhos tecnológicos: Conseguem manipular mais de um ao mesmo tempo, como, por exemplo, fazer um trabalho no computador e falar ao celular. Dessa maneira, eles vivem em um ritmo fragmentado por causa das inúmeras atividades distintas que realizam, como, 24 por exemplo: ouvem música, ao mesmo tempo em que estão na Internet e assistem televisão. Essa habilidade com os aparelhos tecnológicos, a necessidade de querer que tudo seja rápido, que tudo seja para ontem, e o grande recebimento de informações, caracterizam essa peculiaridade dessa nova geração, que vive de uma maneira apressada (Oliveira, 2010, p. 22).

Os jovens contemporâneos enfrentam um intervalo de atenção reduzido devido ao excesso de informações e ao perfil multitarefa. Essa sobrecarga informacional leva à preferência por comunicação rápida e visual, usando símbolos, vídeos e *emojis* (Fromm; Read, 2018). Como resultado, eles frequentemente desenvolvem problemas como irritabilidade e intolerância, exacerbados pela necessidade constante de estímulos rápidos e simplificados.

De acordo com Francis e Hoefel (2018), a busca pela verdade, que está profundamente enraizada tanto na compreensão das pessoas quanto na natureza das coisas, constitui a essência do comportamento da Geração Z. Essa geração é caracterizada por uma intensa procura por autenticidade e transparência, refletida em suas interações e expectativas em relação ao mundo ao seu redor. Conforme ilustrado na Figura 3, a Geração Z demonstra um desejo crescente de desvendar a verdade e estabelecer conexões genuínas, um aspecto central de sua identidade e comportamento social.

Figura 8: A busca pela verdade está na raiz do comportamento da Geração Z.



Fonte: Francis e Hoefel (2018)¹³

Um dos aspectos iniciais refere-se à identidade da Geração Z, onde as identidades são fluidas e o “eu” serve como espaço para experimentar, testar e modificar. O segundo ponto aborda a comunicação incessante dos nativos digitais, que processam informações de diversas fontes para verificar sua veracidade, incorporando fontes e posicionamentos variados. O terceiro ponto complementa o segundo, pois, ao incluir diferentes posicionamentos, buscam o diálogo entre múltiplas verdades em vez do confronto. O último aspecto diz respeito ao modo de viver, revelando a verdade subjacente às coisas (Francis; Hoefel, 2018).

É evidente que esta geração, imersa em um ambiente digital desde seus primeiros anos, desenvolveu uma forma única e complexa de interação social e busca por informações, pois a constante conectividade e a exposição a um volume elevado de informações impactam profundamente o comportamento e as preferências desta geração. Como também, a valorização da celeridade sobre a precisão, a busca incessante pela verdade e a necessidade de comunicação instantânea são características marcantes que definem sua forma de se relacionar com o mundo digital. A identidade da Geração Z é fluida e adaptável, permitindo-lhes experimentar e modificar seu “eu” de maneira constante. A comunicação, para esses indivíduos, não é apenas uma troca de informações, mas um processo contínuo de validação e confirmação de veracidade através de múltiplas fontes.

As mídias sociais desempenham um papel central na vida da Geração Z, moldando não apenas suas formas de comunicação e busca por informações, mas também influenciando suas identidades e percepções de verdade. A adaptação a esse

¹³ FRANCIS, T.; HOEFEL, F. ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company, Novembro 2018. Disponível em: <<https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/truegen-generation-z-and-its-implications-for-companies>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

ambiente digital é essencial para entender as dinâmicas sociais e culturais que definem esta geração, que continua a redefinir a interação humana no século XXI.

Emmanuel (2018) destaca que a Geração Z, está profundamente imersa em um ambiente digital desde a infância, o que molda suas experiências e comportamentos de maneira significativa, onde a constante conectividade a plataformas digitais, como redes sociais, é uma característica definidora dessa geração, que valoriza a rapidez e a eficiência na comunicação. Na literatura, os autores (Emmanuek (2018); (Francis; Hoefel, 2018); apontam que a Geração Z preferem interações rápidas e visualmente estimulantes, como vídeos, *GIFs* e *emojis*, em vez de textos longos e detalhados. Esse comportamento é impulsionado pela exposição constante a um fluxo elevado de informações, o que resulta em um período de atenção mais curto e uma necessidade de atualização contínua.

Além disso, Emmanuel (2018) ressalta que a Geração Z desenvolve sua identidade de forma dinâmica e adaptativa, utilizando as redes sociais para experimentar e modificar seu "eu" conforme a interação com seus pares e a busca por validação. As redes sociais servem como um espaço para explorar e afirmar a identidade, ao mesmo tempo em que proporcionam um ambiente para o diálogo e a troca de múltiplas perspectivas, evitando confrontos diretos (Emmanuel, 2018).

3 TIKTOK E GERAÇÃO Z

3.1 O fenômeno do *TikTok* na era digital

O aplicativo *TikTok* configura-se como uma rede social de vídeos curtos, projetada para dispositivos móveis e disponível sem custos para os sistemas operacionais *Android* (Google) e *iOS* (Apple). A plataforma possibilita a criação de vídeos cuja duração varia entre 15 segundos e 3 minutos (Wang, 2020). Além das funcionalidades tradicionais de curtir, comentar e seguir, presentes em outras redes sociais, a plataforma de vídeos curtos oferece a opção de realizar "costuras" ou "duetos". As costuras permitem que os usuários editem os clipes de outros, ajustando o início ou o fim dos vídeos originais, enquanto os duetos possibilitam que duas imagens apareçam simultaneamente na tela do espectador. A flexibilidade do aplicativo fomenta um ambiente propício à criação e experimentação, atraindo predominantemente o público jovem, especialmente da geração Z.

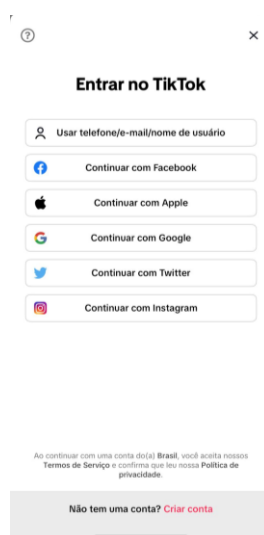
Antes de se tornar a potência midiática que é hoje, o *TikTok* era conhecido como *Musical.ly*, uma plataforma de mídia social que também permitia aos usuários criar e compartilhar *short videos*, frequentemente sincronizados com músicas populares. Para Stokel-Walker (2021) enfatiza a importância das músicas nesta rede social, destacando que elas são fundamentais para a criação de conteúdo envolvente e viral. As músicas servem como trilhas sonoras para os *shorts videos*, influenciando as tendências e os desafios na plataforma. Além disso, artistas e gravadoras utilizam essa mídia digital como uma ferramenta de *marketing*, promovendo lançamentos musicais e alcançando um público global, devido a essa sinergia entre música e vídeo, isso contribui para o sucesso viral e o engajamento dos usuários na plataforma.

Em 2018, a empresa chinesa *ByteDance*, desenvolvedora do *Douyin*—a versão chinesa do aplicativo—adquiriu o *Musical.ly*. Segundo Oliveira (2021), a *ByteDance* decidiu fundir o *Musical.ly* com o *Douyin* em agosto do mesmo ano, resultando na criação do *TikTok*, uma plataforma única e amplamente reconhecida globalmente.

A transição envolveu a migração de todos os usuários do *Musical.ly* para o *TikTok*, mantendo suas contas, vídeos e seguidores intactos. A mudança permitiu a unificação das funcionalidades e a ampliação do alcance global da plataforma, sendo assim, a rede social estudada, rapidamente se tornou um fenômeno cultural, conhecido por seus vídeos breves que abrangem uma variedade de conteúdos,

incluindo desafios virais, danças, comédia. Embora o *TikTok* tenha sido lançado em 2016, já detém o recorde atual de downloads e usuários (Walliter, 2021). O aplicativo emergiu do crescimento do investimento em vídeos curtos na China entre 2014 e 2015, período coincidente com a evolução das transmissões ao vivo e do comércio eletrônico no país. Sua interface amigável e os algoritmos de recomendação personalizados contribuíram significativamente para o rápido crescimento e popularidade do *TikTok*, estabelecendo-o como uma das plataformas de mídia social mais influentes do mundo.

Figura 9: Painel de acesso no *TikTok*.



Fonte: *TikTok* (2024)¹⁴

Para obter uma conta na plataforma, o *TikTok* (2016) disponibiliza o indivíduo a criar uma conta utilizando dados e perfis de outras redes sociais, como o *Facebook* (2004), *Twitter* (2006) e *Instagram* (2010), ou também endereços eletrônicos de outras plataformas, sendo possível criar um perfil através de um telefone, e-mail ou nome de usuário.

A partir de 2018, o crescimento dessa mídia social foi exponencial, tornando-se o aplicativo mais baixado em países asiáticos, particularmente na Tailândia, e no primeiro semestre de 2018, alcançou o topo das descargas nos Estados Unidos, superando redes sociais já estabelecidas como *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat* e *YouTube* (Perez, 2018). Em 2019, com um total de 738 milhões de *downloads*, o *TikTok* tornou-se o segundo aplicativo mais baixado do mundo, ficando atrás apenas

¹⁴ Disponível em: < <https://www.tiktok.com/foryou?lang=pt-BR> >. Acesso em: 16 jul. 2024.

do *WhatsApp*, mas à frente das demais redes sociais.

A popularidade do *TikTok* cresceu de maneira significativa durante a quarentena causada pela pandemia de *COVID-19*, com um grande número de brasileiros começando a utilizar a plataforma naquele período. Até o ano de 2022, a rede social se tornou o aplicativo mais baixado globalmente, alcançando um total de 3,5 bilhões de *downloads*.¹⁵ Na plataforma, os usuários compartilham uma ampla gama de conteúdos, como debates, divulgação científica e comédia, levando à formação de diversos nichos e comunidades de pessoas que interagem entre si. Portanto, é possível afirmar que o aplicativo é um meio de comunicação amplamente utilizado, o que o torna interessante sob uma perspectiva linguística.

Conforme relatado por Bhandari e Bimo (2020), a plataforma de vídeos curtos foi projetado para incentivar a interação dos usuários por meio de duas frentes: um algoritmo de tendências que exhibe vídeos conforme os interesses pessoais; e seu conteúdo de autorrepresentações que é a identidade digital expressa.

A relevância do *TikTok* é evidente na forma como ele influencia tendências culturais e comportamentais. Stokel-Walker (2021) observa que o aplicativo tem a capacidade de viralizar conteúdos rapidamente, permitindo que músicas, danças e desafios se espalhem globalmente em questão de horas. Essa dinâmica de viralização não só afeta o comportamento *on-line*, mas também tem impactos significativos para a vida humana e sua relação com a tecnologia. Essa rede social, tornou-se um palco importante para lançamentos musicais e campanhas de *marketing*, com artistas e marcas utilizando a plataforma para alcançar um público vasto e diversificado, assim, o *TikTok* não é apenas uma ferramenta de entretenimento, mas também pode ser compreendido como um motor de inovação cultural.

Além de seu impacto cultural, a plataforma de vídeos curtos e virais tem um papel relevante na democratização da produção de conteúdo. Segundo Stokel-Walker (2021), o aplicativo proporciona uma plataforma onde qualquer pessoa pode se tornar um criador de conteúdo, independentemente de recursos ou experiência prévia. A facilidade de uso e as ferramentas criativas acessíveis permitem que usuários comuns alcancem uma audiência global, quebrando barreiras que anteriormente limitavam a participação no cenário de mídia digital. Isso resulta em uma diversidade de vozes e

¹⁵ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/mercado/237616-tiktok-app-baixado-mundo-comeco-2022.htm>>. Acesso em 15. jul 2024.

perspectivas, enriquecendo o ecossistema de conteúdo digital e promovendo uma maior inclusão digital.

No entanto, a rápida ascensão e popularidade do *TikTok* também trazem à tona questões críticas sobre privacidade e segurança de dados. Stokel-Walker (2021) discute sobre as preocupações de governos e usuários sobre a coleta e uso de dados pela empresa chinesa *ByteDance*, proprietária do *TikTok*. As suspeitas de que os dados dos usuários possam ser utilizados para espionagem ou influência política têm levado a debates intensos e ações regulatórias em vários países. Em resposta, essa rede social tem implementado medidas de transparência e segurança para mitigar essas preocupações e manter a confiança dos usuários, demonstrando seu compromisso com a responsabilidade digital. O autor ainda argumenta que o *TikTok* desempenha um papel crucial na redefinição da comunicação e do consumo de mídia na era digital. A plataforma não apenas altera a maneira como os usuários interagem com o conteúdo, mas também influencia o desenvolvimento de novas formas de narrativa e expressão digital.

A capacidade da mídia de conteúdos curtos de se adaptar e evoluir continuamente garante que ele permanecerá relevante em um ambiente digital em rápida mudança. Em conclusão, esta rede social é uma força inovadora na era digital, com impactos profundos na cultura, economia e sociedade global (Stokel-Walker, 2021).

Os aspectos positivos do *TikTok* se destacam principalmente pela sua capacidade de promover a criatividade e a autoexpressão, especialmente entre a Geração Z. A plataforma oferece uma ferramenta acessível e fácil de usar, permitindo que jovens compartilhem ideias, habilidades e talentos de maneira inovadora. Além disso, essa mídia digital favorece a criação de comunidades globais, conectando indivíduos com interesses comuns e promovendo o aprendizado através de conteúdos educacionais rápidos e interativos (Silva, 2022). No cotidiano da Geração Z, a plataforma atua como uma válvula de escape, uma forma de entretenimento rápido e um meio de socialização digital que reflete as demandas por inovação e comunicação instantânea, características dessa geração.

Por outro lado, os aspectos negativos dessa rede social são evidentes na forma como seus algoritmos inteligentes criam bolhas de informação, limitando a exposição dos usuários a conteúdos variados e, muitas vezes, reforçando estereótipos ou ideias pré-concebidas (Machado, 2021). A monetização também transforma os usuários em

produtos, fazendo com que marcas aproveitem a grande quantidade de dados gerados para influenciar o comportamento e o consumo, promovendo uma cultura de influência superficial. Essas questões serão apresentadas no trabalho apenas como introdução, já que o foco principal da pesquisa é identificar e tratar os impactos psicossociais do uso excessivo do *TikTok* pela Geração Z.

A plataforma também conhecida por ter um algoritmo mais inteligente e eficaz, é capaz de criar uma seleção de conteúdos para novos usuários e antigos, a fim de estabelecer um filtro-bolha (Pariser, 2012), segmentando conteúdos específicos de acordo com os gostos e desejos do usuário.

Na visão de Stokel-Walker (2021), o algoritmo do *TikTok* segmenta conteúdos com base nas interações dos usuários, criando uma experiência personalizada, tal sistema, embora eficaz em manter os usuários engajados, contribui para a formação de filtros-bolha, pelos quais os indivíduos são expostos principalmente a conteúdos que reforçam suas preferências e opiniões existentes.

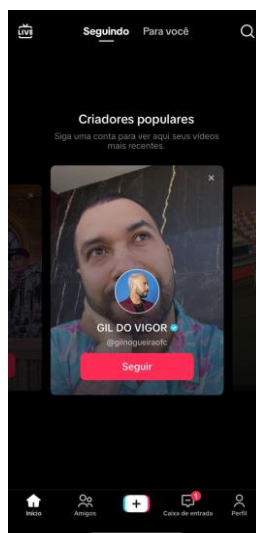
O filtro bolha conhecido também como algoritmos das redes, despertaram a busca incessante por engajamento por meio da criação de conteúdos, fortalecendo a segregação social nas mídias, portanto, eles também reforçam bolhas informativas, apresentando aos usuários conteúdos que se alinham com suas crenças e interesses preexistentes. Esse fenômeno, conhecido como "filtro bolha", limita a exposição a perspectivas divergentes, intensificando polarizações e criando comunidades segregadas digitalmente, a curadoria algorítmica, portanto, não apenas define o que é visível, mas também o que é oculto, moldando de forma significativa as interações e percepções sociais *on-line* (Lemos, 2010).

Eli Pariser (2012) reflete que a personalização de conteúdo pode limitar a diversidade de informações e reduzir o contato com perspectivas divergentes, resultando em uma visão de mundo mais estreita; embora o *TikTok* seja eficaz em captar e manter a atenção dos usuários, também levanta preocupações sobre os efeitos de longo prazo da segmentação de conteúdo e a formação de bolhas informativas.

O sistema de recomendação de criadores populares no *TikTok* é baseado em um algoritmo que analisa as interações dos usuários, como curtidas, compartilhamentos, comentários e tempo de visualização. Esse mecanismo identifica padrões de comportamento e preferências, sugerindo conteúdos e criadores que sejam relevantes e atraentes para cada perfil. Para Gomes e Silva (2020), essa

personalização inclui a recomendação de conteúdos de pessoas influentes na mídia, como celebridades, adaptando-se ao gosto e consumo de cada usuário.

Figura 10: Sugestão de criadores populares para seguir no *TikTok*.



Fonte: Captura de tela tirada pelo autor do próprio perfil (@gildovigor)¹⁶

O primeiro contato do usuário com a plataforma é crucial para a segmentação de conteúdos futuros. De acordo com Pereira (2021), as recomendações iniciais do *TikTok* estabelecem a base para o tipo de conteúdo que o usuário receberá, pois, a plataforma utiliza essas interações para prospectar novos vídeos e sugerir-los de acordo com as preferências e comportamentos observados durante os primeiros usos.

A falsa personalização no *TikTok* ocorre quando os usuários acreditam estar no controle dos conteúdos que consomem, mas, na realidade, são os algoritmos da plataforma que determinam o que será exibido. Baseados em interações anteriores, esses algoritmos filtram e direcionam conteúdos específicos, reforçando o efeito das bolhas informacionais. Assim, a rede social limita as escolhas reais dos usuários ao apresentar continuamente vídeos que correspondem a seus padrões de consumo, restringindo a diversidade de conteúdos e promovendo uma experiência algorítmica guiada, em vez de uma escolha autônoma.

3.2 O algoritmo do *TikTok*: a ambiguidade dos efeitos da semiótica imersiva

O *TikTok* exemplifica como algoritmos avançados estão transformando a

¹⁶ Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@gilnogueiraofc/video/7391488215619882245>>. Acesso em: 16 jul. 2024.

experiência do usuário na era digital. Na medida que são desenvolvidos para maximizar o engajamento ao fornecer conteúdo altamente personalizado e adaptado às preferências de cada usuário. Para Gomes (2020), essa personalização é especialmente eficaz entre a Geração Z, que tende a consumir conteúdos imersivos e visualmente estimulantes, características valorizadas por essa geração nas plataformas digitais.

Segundo Zuboff (2019), o algoritmo da plataforma estudada, utiliza técnicas de aprendizado de máquina para analisar uma vasta quantidade de dados dos usuários, incluindo seus comportamentos de visualização; as curtidas; os compartilhamentos e os comentários. Esse algoritmo não apenas exhibe conteúdo baseado nas preferências explícitas dos usuários, mas também infere seus interesses de maneira implícita, criando um ciclo de *feedback* que serve para refinar continuamente as recomendações, tendo como resultado, o *TikTok* consegue prender a atenção dos usuários por períodos prolongados, oferecendo vídeos que são cada vez mais alinhados com seus interesses pessoais.

De acordo com Wu (2016), os algoritmos de recomendação, como os do *TikTok*, são projetados para captar a atenção dos usuários e mantê-los engajados na plataforma, esse modelo de negócio baseia-se na maximização do tempo de tela, o que é conseguido por meio de uma entrega constante de conteúdo novo e excitante. A capacidade do algoritmo de prever com precisão os desejos e interesses dos usuários é uma prova da sofisticação tecnológica, assim como, por sua habilidade em promover tendências virais de maneira rápida e eficiente. Como explica Zuboff (2019), o algoritmo é capaz de identificar padrões de popularidade emergentes e simplificá-los, o que resulta em uma disseminação rápida de *memes*, desafios e outros tipos de conteúdo virais. Essa dinâmica não apenas mantém os usuários engajados, mas também incentiva a criação contínua de conteúdo novo, que alimenta ainda mais o ciclo de engajamento.

O algoritmo dessa rede social pode representar um exemplo avançado de como a inteligência artificial pode ser utilizada para criar experiências de usuário altamente personalizadas e envolventes. Ao entender e prever os desejos da Geração Z, a mídia de conteúdos curtos consegue oferecer um fluxo contínuo de conteúdo imersivo que mantém os usuários conectados à plataforma por longos períodos em colaboração também com a semiótica aplicada a esta mídia.

Refletir sobre a semiótica do *TikTok*, envolve a análise dos signos e símbolos

presentes na plataforma, pois estes, desempenham um papel crucial na atração e retenção dos usuários. Conforme argumentado por Lucia Santaella (2004), a aparência visual de uma plataforma digital pode influenciar significativamente o comportamento do usuário. Diante disso, pode-se analisar que o *design* do *TikTok* é um exemplo claro dessa influência, utilizando uma combinação de cores; *layouts* e ferramentas que promovem a interação contínua e o engajamento prolongado.

A semiótica imersiva da plataforma estudada, também está fortemente relacionada ao uso de elementos visuais e sonoros que potencializam a experiência sensorial dos usuários, incluindo os efeitos de realidade aumentada, filtros personalizados e a fluidez do *layout*. Segundo Santaella (2007), a semiótica imersiva envolve a criação de ambientes simbólicos que absorvem a atenção do indivíduo, conectando-o emocionalmente com a mensagem transmitida. Na plataforma em questão, essa estratégia pode ser observada na forma como a plataforma personaliza as interações e estimula uma experiência contínua e envolvente, fazendo uso de signos que se entrelaçam com as preferências pessoais do usuário, resultando em um consumo de conteúdo mais atrativo e imersivo.

Figura 11: Propósito/slogan do *TikTok*.



Fonte: Apple (2020)¹⁷

O *TikTok* adota uma paleta de cores vibrantes e contrastantes, predominantemente preto, branco e tons de vermelho e azul, isto é, essas cores são estrategicamente escolhidas para atrair a atenção e facilitar a navegação. A interface do usuário é minimalista, mas altamente funcional, permitindo que os usuários encontrem rapidamente o conteúdo que desejam ver e as ferramentas que desejam usar. Segundo Santaella (2004), o uso eficaz de cores e *design* minimalista pode reduzir a fadiga visual e incentivar a exploração contínua da plataforma, ou seja, essa

¹⁷ Disponível em: <<https://apps.apple.com/br/app/tiktok/id835599320>>. Acesso em: 17 jul. 2024.

estratégia visual induz o usuário a passar ainda mais tempo utilizando, consumindo e criando conteúdo.

A semiótica da plataforma, conforme Santaella (2004) e Chandler (2007), utiliza elementos visuais e interativos que tornam a plataforma atraente e envolvente. O *design* minimalista, cores vibrantes e ferramentas de criação de conteúdo contribuem para uma experiência estimulante e intuitiva. Esses elementos, somados à eficácia do algoritmo, criam um ambiente digital projetado para maximizar o tempo de uso.

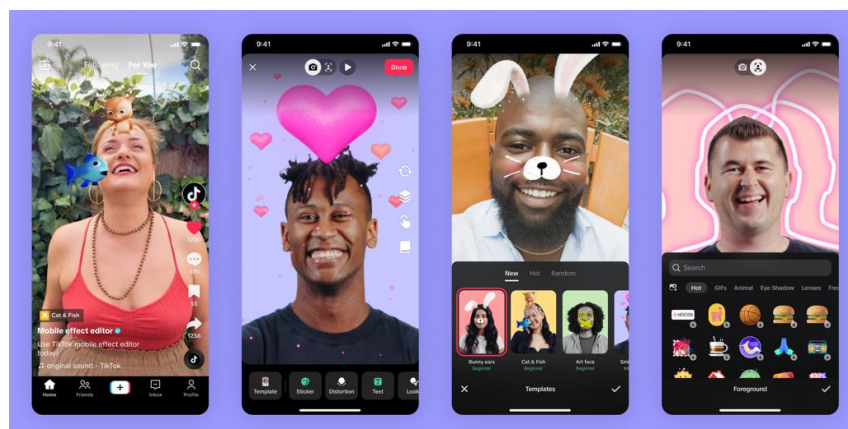
Além disso, ferramentas como filtros, efeitos especiais, e a integração de música e sons são características centrais da rede. Essas ferramentas não só permitem a criação de vídeos visualmente atraentes, mas também incentivam os usuários a experimentarem e criar seu próprio conteúdo. Como observa Chandler (2007), a capacidade de personalização e a interatividade são elementos-chave que podem aumentar o tempo de uso de uma plataforma, pois fornecem aos usuários uma sensação de controle e envolvimento pessoal.

A semiótica do *TikTok* também está intimamente relacionada ao fenômeno do uso excessivo da plataforma com a sua natureza visualmente estimulante e interativa do *design* da rede social em questão, combinada com a eficácia do seu algoritmo, cria um ambiente, no qual onde os usuários são constantemente incentivados a continuar navegando e consumindo conteúdo. Segundo Santaella (2004), a combinação de estímulos visuais intensos e recompensas intermitentes pode levar a um comportamento de uso compulsivo, onde os usuários passam horas ininterruptas na plataforma.

Os filtros personalizados do *TikTok* são um exemplo claro de como a semiótica visual da plataforma contribui para sua popularidade entre a Geração Z. Esses filtros não apenas tornam os vídeos mais atrativos e dinâmicos, mas também reforçam padrões estéticos e comportamentais que influenciam diretamente a identidade e autoimagem dos jovens. Como resultado, muitos usuários passam a buscar uma aprovação social baseada em padrões criados por essas ferramentas, o que pode intensificar a pressão social e a necessidade de aceitação *on-line*. Isso reforça o ciclo de uso constante e a exposição prolongada à plataforma, conforme apontado por Silva (2021), ampliando o impacto psicossocial sobre os jovens.

Os riscos da semiótica imersiva na plataforma, estão relacionados à perda da autonomia crítica e à vulnerabilidade dos usuários diante da sobrecarga de estímulos visuais e sonoros.

Figura 12: Filtros especiais do *TikTok*.



Fonte: *TikTok* (2023)¹⁸

De acordo com Santaella (2013), a imersão profunda pode reduzir a capacidade de distanciamento reflexivo, uma vez que os usuários são atraídos por uma sequência ininterrupta de signos que mantém sua atenção presa à interface. No *TikTok*, essa dinâmica é exacerbada pela personalização dos conteúdos, que reforça bolhas de informação e aumenta a dificuldade de desconexão, potencializando riscos como a dependência e a alienação digital.

A análise do algoritmo e da semiótica do *TikTok* revela uma combinação poderosa de tecnologia avançada e *design* estratégico que juntos promovem um consumo excessivo da plataforma pela Geração Z. O algoritmo do *TikTok*, como discutido por Zuboff (2019) e Wu (2016), é capaz de personalizar o conteúdo de forma altamente eficaz, capturando a atenção dos usuários e incentivando um engajamento prolongado, que reverte em lucro para a rede. Essa personalização é especialmente atraente para a Geração Z, que valoriza experiências imersivas e adaptadas aos seus interesses individuais.

A Geração Z, no *TikTok*, desempenha um papel duplo como consumidora e criadora de conteúdo, sendo impactada pela personalização gerada pelos algoritmos da plataforma. Esses algoritmos, baseados em dados de comportamento e preferências, delimitam o conteúdo exibido aos usuários, reforçando um ciclo que mantém os jovens conectados e motivados a produzir mais para se manterem visíveis na rede. Como apontado por Shoshana Zuboff (2019), essa dinâmica insere os usuários em uma lógica de "capitalismo de vigilância", onde sua presença e produção

¹⁸ Disponível em: <<https://newsroom.tiktok.com/pt-br/crie-efeitos-em-qualquer-lugar-com-o-novo-editor-para-celular>>. Acesso em: 17 jul. 2024.

de conteúdo são exploradas pela plataforma para gerar valor econômico. A busca por visibilidade, interação e monetização de seus próprios conteúdos transforma a Geração Z não apenas em usuária, mas em um verdadeiro produto do *TikTok*, cuja imagem e dados são constantemente utilizados para alimentar o ecossistema da plataforma.

A relação entre esses fatores e o consumo excessivo do *TikTok* pela Geração Z é clara. O algoritmo garante que o conteúdo oferecido seja sempre relevante e interessante, enquanto o *design* visual e as ferramentas interativas mantêm os usuários engajados e incentivam a criação e consumo contínuos de conteúdo. Essa combinação cria um ciclo de *feedback* positivo onde o usuário, constantemente recompensado por novos e interessantes vídeos, é levado a passar mais tempo na plataforma.

Portanto, o *TikTok* exemplifica como a integração de algoritmos avançados com um design semiótico eficaz pode levar ao uso excessivo de uma plataforma digital, como no caso da Geração Z, que já está predisposta a consumir conteúdo digital de forma intensa, o *TikTok* oferece uma experiência tão cativante e personalizada que resulta em um tempo de exposição elevado, levantando questões sobre os impactos a longo prazo desse consumo excessivo.

3.3 Conexões: A dinâmica das interações da Geração Z no *TikTok*

As interações da Geração Z, moldadas pela interseção entre tecnologia e cultura global, apresentam características únicas na forma de interagirem e construir relações. A revolução da informação transformou a comunicação, criando um ambiente digital onde a Geração Z, nascida na era da *internet*, navega com fluidez. Castells (2000, p. 45) argumenta: “A *internet* se tornou a infraestrutura de comunicação decisiva da sociedade em rede”. Essa geração, que cresceu com *smartphones* e redes sociais, têm suas interações profundamente influenciadas pela conectividade constante e pela instantaneidade da informação.

A globalização cultural intensificou a troca de influências e ideias, tornando as interações da Geração Z não apenas locais (regionais), mas globais. De acordo com Han (2020, p. 22): “A hipercultura dissolve as fronteiras tradicionais e permite uma circulação global de símbolos e práticas”. A Geração Z vive em um mundo onde as barreiras culturais são menos pronunciadas, resultando em interações que refletem uma diversidade de experiências e perspectivas. Essas características fazem com que

as interações dessa geração sejam dinâmicas e multifacetadas, refletindo a complexidade de um mundo hiper conectado.

Todavia, a globalização cultural, intensificada por plataformas como o *TikTok*, gerou impactos negativos como o aumento das desigualdades socioculturais e a discriminação cultural. A difusão massiva de conteúdos padronizados favorece a hegemonia de determinadas culturas, enquanto marginaliza expressões culturais minoritárias, reforçando estereótipos e limitando a diversidade. Como aponta Canclini (2003), a globalização tende a beneficiar grupos dominantes e desvalorizar manifestações culturais locais, criando um ambiente de exclusão e homogeneização. No *TikTok*, essa dinâmica é visível quando tendências globais obscurecem conteúdos que representam culturas periféricas, exacerbando desigualdades e promovendo uma cultura dominante que molda os padrões de consumo e comportamento dos usuários.

Com a ascensão da plataforma, houve uma transformação na forma como os indivíduos interagem e compartilham informações no ambiente digital, este fenômeno apresenta especificidades ao se tratar da Geração Z, que cresceu em um contexto de constante conectividade e interatividade. Segundo Primo (2020), a dinâmica das interações em plataformas digitais pode ser compreendida através do conceito de redes sociais, onde os indivíduos se conectam e se comunicam de formas inovadoras. O *TikTok*, com sua estrutura baseada em vídeos rápidos e algoritmos que promovem conteúdos personalizados, é um exemplo claro de como essas interações evoluíram para formas mais dinâmicas e imersivas.

O comportamento dos usuários da Geração Z no *TikTok* revela uma busca incessante por autenticidade e inovação. As novas formas de interação nas redes sociais são caracterizadas pela criação de comunidades que transcendem barreiras geográficas e culturais (Vicente, 2020), ocasionando um engajamento que é facilitado por um *design* que favorece a viralização e a experimentação, promovendo uma cultura de colaboração e criatividade coletiva.

No contexto da evolução das redes sociais, a rede social de vídeos curtos surge como uma plataforma que exemplifica características marcantes da Cibercultura, refletindo comportamentos digitais contemporâneos. A partir dessa perspectiva, Lemos (2004) ressalta que as dinâmicas da plataforma estudada é um reflexo da Cibercultura e se diferenciam pela amplificação das dinâmicas culturais, como o compartilhamento, a distribuição, a cooperação e a apropriação de bens simbólicos:

Muito mais do que um simples fenômeno tecnológico, a cibercultura caracteriza-se por dinâmicas sócio-comunicacional, em muitos aspectos, inovadora. A cibercultura contemporânea é fruto de influências mútuas, de trabalho cooperativo, de criação e de livre circulação de informação, através dos novos dispositivos eletrônicos e telemáticos. (Lemos, 2004, p. 11).

Além da interação direta, o *TikTok* desempenha um papel crucial na formação de identidade e comunidade para a Geração Z. O conceito de "comunidade digital" discutido por Vicente (2020) é evidenciado na maneira como os usuários se agrupam em torno de interesses comuns e desafios virais. O *TikTok*, ao permitir a criação de conteúdos que muitas vezes são colaborativos e participativos, ajuda a consolidar essas comunidades. Esses desafios e *trends* que se tornam virais no *TikTok* não são apenas formas de entretenimento, mas também meios pelos quais os jovens expressam e solidificam suas identidades e laços sociais.

A análise das interações no *TikTok* também revela uma transformação nas normas sociais e comportamentais da Geração Z. De acordo com Primo (2020) a constante interação em redes sociais digitais leva a uma adaptação das normas sociais, refletida na maneira como os indivíduos se comunicam e se comportam *on-line*. No *TikTok*, isso se manifesta na criação de conteúdos que frequentemente quebram normas tradicionais, desafiando expectativas e promovendo uma nova forma de expressão pessoal, logo, essa adaptação é uma característica distintiva da Geração Z, que utiliza o *TikTok* como uma plataforma para explorar e redefinir o que significa ser parte de uma comunidade global.

Por ser uma plataforma que prioriza: conteúdos virais, promove interações rápidas e efêmeras, que acabam resultando em um contato superficial com diferentes conteúdos e criadores, logo, essa superficialidade limita a prospecção de novas interações que transitem do virtual para o físico, impactando diretamente a evolução das relações sociais da Geração Z. Conforme a observação de Bauman (2001): "Os laços que se formam entre os indivíduos são frouxos, facilmente desatados e não comprometem" (2001, p. 61); isso ocorre por vivermos em uma era de relacionamentos líquidos; na qual as conexões são frágeis e temporárias; favorecendo a superficialidade nas interações. Nessa perspectiva constituída no *TikTok*, ressalta a natureza transitória dos vídeos e a busca constante por validação imediata dificultam a formação de vínculos profundos e duradouros.

Além dos aspectos superficiais das interações, o *TikTok* enfrenta desafios

relacionados ao *cyberbullying*, assédio *on-line* repetitivo caracterizado como um fenômeno que tem se intensificado com o crescimento das redes sociais. Brant (2021) afirma que: “[...] o ambiente virtual proporciona uma plataforma para comportamentos agressivos que podem ser amplificados pela visibilidade e alcance das redes sociais” (2021, p. 112). No *TikTok*, a exposição pública dos vídeos e a possibilidade de interação através de comentários e reações facilitam a ocorrência de ataques e ofensas. A visibilidade dos conteúdos e a natureza viral da plataforma podem amplificar o impacto do *cyberbullying*, resultando em efeitos prejudiciais para os indivíduos afetados.

A relação do ser humano com o tempo e com sua percepção superficializada afeta as relações interpessoais; é uma das discussões de Heidegger (2015): “O SER-no-mundo é, essencialmente, SER-com, e o SER-com os outros encontra na ocupação do tempo a sua manifestação mais concreta” (2015, p. 154).

Nesse contexto, o *TikTok* proporciona uma ocupação do tempo com conteúdos rápidos e fugazes que impedem o aprofundamento necessário para que relações mais significativas se desenvolvam; a maioria dos usuários ficam imersos por horas consumindo os conteúdos virais disponibilizados pela rede social em questão.

Essa dinâmica gera uma busca constante por lazer e entretenimento, funcionando como uma fuga da realidade ou até uma forma de procrastinação. No entanto, é necessário refletir se esse ciclo não se torna um gatilho para problemas de saúde mental, especialmente entre jovens, que podem acabar presos a um ambiente que favorece o isolamento e o desenvolvimento de sentimentos de inadequação. A relação entre o uso compulsivo da plataforma e o aumento de casos de ansiedade, depressão e até suicídio é uma questão que será elucidada no capítulo três.

3.4 O ritmo das *trends* e a transformação dos padrões interpretativos

As tendências representam fenômenos ou comportamentos recorrentes que emergem e ganham popularidade em diversos contextos sociais e culturais, nas redes sociais, elas podem ser compreendidas como padrões ou movimentos que influenciam a forma como as pessoas interagem, consomem conteúdo e participam de discussões *on-line*. E, podem ser entendidas como fatores que impulsionam mudanças sociais, tecnológicas, econômicas, ambientais e políticas que influenciam as estratégias de *marketing* e comunicação das empresas. Na película das redes sociais, essas tendências podem incluir o aumento do uso de vídeos curtos, o

crescimento das plataformas de *live streaming*, e a popularização de determinados tipos de conteúdo, como memes e desafios virais (Kotler; Keller, 2012).

A linguagem e os estilos de interação empregados na plataforma refletem a rapidez e a superficialidade características da comunicação digital contemporânea. De acordo com Lemos (2018), a linguagem instituída nas redes sociais, incluindo o *TikTok*, se caracteriza por sua informalidade e adaptabilidade, como o uso de *memes*, gírias e referências culturais populares que é predominante na plataforma, inclusive para produzir conteúdos de entretenimento, logo, esta característica é evidenciada na plataforma através de vídeos que utilizam trilhas sonoras virais, efeitos especiais e edições rápidas para captar a atenção e engajar o público de maneira instantânea, promovendo uma comunicação que é ao mesmo tempo rápida e altamente personalizada.

As redes sociais transformaram a forma como informações são disseminadas, exigindo dos profissionais de mineração, habilidades para promover sua indústria digitalmente. O processo de produção de conteúdo nas redes sociais é intrinsecamente ligado às *trends* e tendências, exigindo dos criadores de conteúdo uma compreensão profunda e uma capacidade de adaptação rápida. Com a cultura da convergência esse fator ocorre por meio da intersecção entre as novas formas de mídia e as participações dos usuários, um fator crucial no contexto das redes sociais. Como argumenta Jenkins (2006, p. 3) "[...] os consumidores são participantes ativos na criação e circulação de novos conteúdos". E complementam Kaplan e Haenlein (2010, p. 62) "[...] o conteúdo que ressoa com as tendências atuais tem maior probabilidade de ser compartilhado e se tornar viral"; com isto, compreender e antecipar tendências é essencial para os produtores de conteúdo.

A análise e a identificação de tendências nas redes sociais têm suas raízes em estudos de sociologia e comunicação, onde as novas ideias e tecnologias se espalham entre os indivíduos de uma sociedade, um processo que é fundamental para compreender como as tendências emergem nas redes sociais. Para Rogers (2003, p.5): "A difusão é o processo pelo qual uma inovação é comunicada ao longo do tempo entre os membros de um sistema social", o que se aplica diretamente à disseminação de tendências nas plataformas digitais. Conforme abordado por Jenkins (2006), a cultura da convergência é um mundo onde cada história, som, marca, imagem, ou relação significativa joga em múltiplas plataformas midiáticas, facilitando o surgimento e a adoção de tendências.

Para Castells (2012), às plataformas midiáticas funcionam como ecossistemas complexos onde informações se espalham e evoluem em alta velocidade e a viralidade transforma eventos isolados em fenômenos globais, moldando opiniões e comportamentos em escala massiva, modificando capacidade de uma informação ou conteúdo se tornar viral, amplificando sua mensagem em larga escala.

As mídias digitais têm um papel fundamental na criação e disseminação de tendências. Plataformas como o *TikTok* não apenas refletem tendências existentes, mas também impulsionam novas por meio de algoritmos que ampliam o conteúdo popular. As redes sociais, assim, tornam-se centros de criação e difusão de tendências, influenciadas por fatores sociais, tecnológicos e culturais. Conforme destaca Lima (2020), a propagação de tendências digitais pode, em alguns casos, sobrepor-se à difusão de informações factuais, moldando percepções e comportamentos de forma rápida e nem sempre precisa.

Em consequência disso Jenkins (2006, p.18) afirma: “[...] a circulação de mídia viral é frequentemente impulsionada por um forte engajamento emocional, que pode eclipsar a análise crítica e a verificação de fatos”, a cultura da convergência e a proliferação de mídias sociais transformaram a maneira como consumimos e compartilhamos informações.

A produção de conteúdo nas redes sociais é cada vez mais influenciada pelas tendências projetadas pelos algoritmos, resultando em uma cultura de superficialidade e segregação social, as plataformas digitais utilizam algoritmos sofisticados para prever e moldar o comportamento dos usuários, promovendo conteúdos que maximizam o engajamento e, conseqüentemente, os lucros das empresas. Esse modelo de negócio incentiva a criação de conteúdos que atraem rapidamente a atenção, mas que frequentemente carecem de profundidade e reflexão crítica, contribuindo para uma cultura digital onde a superficialidade prevalece (Zuboff, 2019).

A popularidade das tendências é frequentemente impulsionada por sua simplicidade e apelo imediato, características que os algoritmos privilegiam. Esse foco em tendências efêmeras pode criar uma percepção distorcida da realidade, onde o sucesso é medido pelo número de visualizações e curtidas, em vez da qualidade ou relevância do conteúdo, isso pode levar à propagação de estilos de vida aspiracionais e muitas vezes inatingíveis, exacerbando desigualdades sociais ao estabelecer padrões que poucos podem alcançar (Thompson, 2017).

Desta forma, como argumentado por Boyd (2014, p. 147): “As configurações

algorítmicas priorizam conteúdos que geram engajamento, frequentemente favorecendo posts sensacionalistas ou emocionalmente carregados, que podem não refletir a verdade”, conforme seu argumento, essa priorização algorítmica contribui para um ambiente onde as tendências podem obscurecer informações factuais, além disso, é válido ressaltar como os algoritmos das plataformas sociais amplificam certas mensagens, criando um ecossistema onde a popularidade pode ser mais influente do que a veracidade. Segundo Shirky (2008, p. 93) “[...] as redes sociais não só facilitam a disseminação rápida de informações, mas também permitem a formação de bolhas informacionais, onde os usuários são expostos principalmente a conteúdos que reforçam suas crenças preexistentes”, oferecendo uma perspectiva crucial sobre esse fenômeno, destacando o papel da organização social digital.

Na *internet* nada passa despercebido e tudo se torna uma evidência, seja do passado, presente e até mesmo do futuro, como salienta Barletta (2015):

Hoje, as possibilidades de rastreamento e de ativação externa da memória são bem maiores do que no começo do século XX. A cultura digital, produtora de controle e monitoramento informacional, multiplica os instrumentos de inscrição eletrônica (quando usamos um celular, um cartão de crédito, as redes sociais...). Ela é uma megamáquina de produção de memória voluntária, de luta contra o esquecimento (Barletta, 2015, p.6)

A partir dessa funcionalidade, a *internet* atua como um núcleo de informação que se torna uma espécie de espaço da memória cultural (Bornhausen, 2016); esse fenômeno permite que elementos culturais, muitas vezes esquecidos ou marginalizados, sejam redescobertos e reinterpretados pelas novas gerações, criando uma preservação e adaptação contínua dessas memórias em relação ao contexto digital. É imprescindível ressaltar, que as redes sociais modernas, atuam também como uma ferramenta de busca em relação às informações, pois é por meio das plataformas digitais que os veículos de comunicação migram e reformulam seus conteúdos informacionais para aplicarem dentro das mídias digitais, criando assim, um memorial de informação e conteúdo virtual.

A inserção das redes sociais, a experiência de busca e consumo de informações foi transformada. As plataformas digitais passaram a oferecer ferramentas de busca mais imersivas e práticas e imersivas, com resultados direcionados pelos algoritmos. O consumo de informações tornou-se mais intuitivo e visual, priorizando conteúdos multimídia ao invés de textos longos. A acessibilidade da *internet* disponibiliza um vasto banco de dados, porém, a grande quantidade de

informações pode dificultar a seleção do que é mais relevante (Lesca, 1986), gerando a necessidade de mecanismos de busca eficientes.

Os mecanismos de busca desempenham um papel crucial no fortalecimento de tendências nas redes sociais, ao direcionar o tráfego e amplificar a visibilidade de conteúdos específicos, os algoritmos de busca priorizam conteúdos que geram maior engajamento, levando em consideração palavras-chave, histórico de pesquisas e comportamentos de navegação dos usuários (Ferreira; Santos, 2020). Contudo, essa dinâmica cria um ciclo de retroalimentação, onde conteúdos populares se tornam ainda mais visíveis, solidificando seu status como tendências, assim também, as plataformas de redes sociais utilizam esses dados para personalizar as experiências dos usuários, incentivando a proliferação de conteúdos que já estão em alta.

Como visto, as tendências nas redes sociais muitas vezes refletem e reforçam aspectos culturais e sociais mais amplos, contribuindo para a formação de identidades coletivas e práticas culturais, isto é, as redes sociais servem como plataformas de expressão e troca cultural, onde grupos podem articular suas vozes e influenciar as narrativas dominantes (Carvalho, 2019). Os mecanismos de busca, ao promoverem esses conteúdos, ajudam a moldar o discurso público e a visibilidade de certos temas, o que pode ter implicações profundas para a indústria cultural, sendo assim, a interação entre tendências digitais e cultura popular cria um ecossistema dinâmico onde influências mútuas se alimentam constantemente.

A eficiência das tendências na indústria cultural impulsiona o consumo e a produção de conteúdos, principalmente aqueles conteúdos que são focados no entretenimento e geração de novos *insights* para a produção de músicas, filmes, *memes* e vídeos virais, aumentando a monetização e a criação de novos produtos. A rápida disseminação dessas tendências promove a inovação, com criadores e empresas buscando capturar a atenção do público e renovando constantemente os conteúdos. Segundo Canclini (2003), a indústria cultural passa por um processo contínuo de adaptação e expansão à medida que as novas tecnologias de comunicação digital se expandem e transformam significativamente os padrões de consumo, comunicação e as formas como os conteúdos culturais são produzidos, distribuídos e acessados, criando novas dinâmicas no mercado global. O *TikTok* apresenta uma central de tendências para a maximização no compartilhamento e prospecção de conteúdos.

Figura 13: Central de tendências do *TikTok*.



Fonte: *TikTok* (2024)¹⁹

Ao acessar o *TikTok* (2024), você se depara com uma vasta gama de exemplos do que está em voga: trechos de áudio em destaque, sugestões de produtos, estilos de vídeo, efeitos visuais, entre outros. Essas tendências se tornam mais impactantes à medida que os usuários se envolvem, seja por meio de comentários em vídeos ou pela criação de seu próprio conteúdo.

Figura 14: Conteúdos de criadores, *hashtags* e músicas em alta no *TikTok* Brasil.



Fonte: *TikTok* (2024)²⁰

O *TikTok* (2023) oferece uma central de tendências que vai além de conteúdos virais, abrangendo também mudanças culturais que podem ter um impacto mais duradouro. Essa central inclui análises de comportamento dos usuários, *insights* sobre novas formas de engajamento e recomendações de conteúdos em ascensão. A plataforma disponibiliza ferramentas específicas, como filtros, efeitos e músicas em destaque, além de orientações estratégicas para que tanto usuários quanto marcas aproveitem essas tendências e maximizem suas interações. Essas funcionalidades

¹⁹ Disponível em: < <https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/trends/home/pc/pt> >. Acesso em: 08 jul. 2024.

²⁰ Disponível em: < <https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/inspiration/popular/pc/pt> >. Acesso em: 08 jul. 2024

ajudam a ajustar campanhas e a impulsionar a visibilidade e relevância dentro da rede.

Figura 15: Lista de *Hashtags* em alta no *TikTok*.



Fonte: *TikTok* (2024)²¹

Na plataforma, as *hashtags* desempenham um papel crucial na categorização e organização dos conteúdos, facilitando a descoberta de vídeos relacionados a temas ou tendências específicas. Elas atuam como uma ferramenta de indexação, permitindo que os usuários encontrem materiais que correspondam aos seus interesses e participem de desafios ou movimentos virais. Além disso, as *hashtags* contribuem para aumentar o alcance e a visibilidade dos conteúdos, possibilitando que criadores atinjam públicos maiores e mais segmentados, conforme destacado por Pires (2020), que ressalta a importância dessas ferramentas para o engajamento e interação dentro das redes sociais.

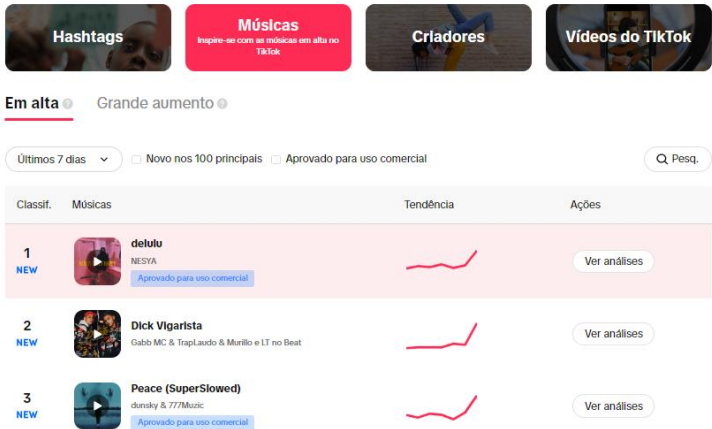
As músicas e sons desempenham um papel central na criação de vídeos curtos no *TikTok*, servindo como elementos essenciais para a viralização de conteúdos e definição de tendências. No entanto, questões de direitos autorais surgem, uma vez que o uso indiscriminado de faixas musicais pode gerar conflitos com gravadoras e artistas. Um exemplo disso foi a decisão da *Universal Music Group* de retirar temporariamente seu catálogo da plataforma, devido a desacordos sobre compensações financeiras justas pelo uso das músicas (Silva, 2022). Esse movimento forçou a renegociação de contratos entre a plataforma e as gravadoras, resultando em novos acordos que garantissem maior remuneração aos artistas pelo uso de suas obras.

Além disso, o *TikTok* se consolidou como um dos principais meios de

²¹ Disponível em: <<https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/trends/home/pc/pt>>. Acesso em: 08 jul. 2024.

divulgação de músicas, muitas vezes impulsionando canções pouco conhecidas ao sucesso global. A plataforma, portanto, transformou a forma como a indústria musical se relaciona com o público e distribui seus conteúdos (Silva, 2022).

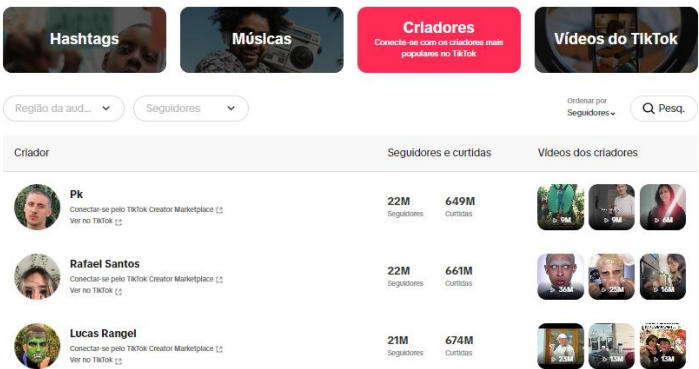
Figura 16: Lista de Músicas em alta no *TikTok*.



Fonte: *TikTok* (2024)²²

Já a central de tendências desta rede social, também destaca criadores de conteúdos populares, permitindo que seus vídeos alcancem um público ainda maior. Esses criadores, muitas vezes impulsionados por viralizações rápidas, influenciam comportamentos, modas e desafios dentro da plataforma. A visibilidade proporcionada pela central de tendências também facilita oportunidades de monetização e parcerias comerciais.

Figura 17: Lista de Criadores mais populares no *TikTok*.



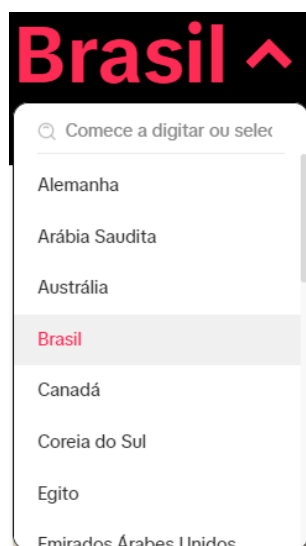
Fonte: *TikTok* (2024)²³

²² Disponível em: <<https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/inspiration/popular/pc/pt>>. Acesso em: 09 jul. 2024

²³ Disponível em: <<https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/inspiration/popular/pc/pt>>. Acesso em: 09 jul. 2024

No entanto, essa popularidade pode gerar uma pressão constante para manter a relevância, além de questões sobre a qualidade e originalidade dos conteúdos produzidos.

Figura 18: Seleção de países na Central de Tendências do *TikTok*.



Fonte: *TikTok* (2024)²⁴

A aba de tendências do *TikTok* permite que os usuários selecionem países específicos para visualizar conteúdos populares de diferentes regiões. Essa funcionalidade tem implicações positivas, como a promoção da diversidade cultural e o acesso a uma ampla gama de tendências globais, permitindo que usuários conheçam novas perspectivas e culturas. No entanto, há implicações negativas, como o risco de reforçar estereótipos culturais ou a disseminação de desinformação em nível global, à medida que conteúdos regionais podem ser mal interpretados ou retirados de contexto.

As diferenças de tendências no *TikTok* entre países refletem a diversidade cultural e os interesses locais, o que torna a plataforma mais acessível e informal em comparação com outras redes sociais. Seu conteúdo, muitas vezes superficial, é voltado para o entretenimento rápido, com pouca pretensão de atingir um público acadêmico, concentrando-se, em vez disso, em atrair todas as classes sociais por meio de uma linguagem simples e de fácil acesso. Essa característica faz dessa rede

²⁴ Disponível em: <<https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/inspiration/popular/pc/pt>>. Acesso em: 08 jul. 2024

social um espaço aberto, na qual usuários de diferentes origens e contextos podem criar e consumir conteúdo (Lima, 2023).

Os mecanismos de busca e as redes sociais estão intrinsecamente ligados na promoção e fortalecimento de tendências, que por sua vez, desempenham um papel crucial na dinâmica da indústria cultural. A habilidade de detectar e capitalizar sobre essas tendências permite que a indústria cultural se mantenha relevante e adaptável em um ambiente digital em constante evolução. Conforme argumentam Souza e Rodrigues (2022), a interdependência entre tecnologia e cultura é uma característica definidora da era digital, onde as tendências não apenas refletem, mas também moldam o panorama cultural contemporâneo.

Diferentemente das décadas passadas, em que o acesso à informação era mediado por canais mais lentos e limitados, o homem digital atual não apenas consome, mas também produz um volume significativo de conteúdo, alimentando suas redes virtuais com dados que vão desde opiniões pessoais até descobertas científicas (Castells, 2000).

Nesse sentido, o letramento digital torna-se fundamental, especialmente diante do acesso em larga escala aos conteúdos disponibilizados e criados no *TikTok*. A facilidade de criação e disseminação de informações demanda habilidades críticas para avaliar a veracidade e a relevância dos dados que circulam na plataforma. Sem o devido preparo, os usuários correm o risco de serem expostos a desinformações e manipulações, o que pode impactar negativamente sua compreensão de temas complexos. Como apontam Lankshear e Knobel (2008), a capacidade de interpretar e produzir textos digitais de forma reflexiva é essencial para o engajamento responsável e consciente nas redes digitais, reforçando a necessidade de um letramento digital eficiente.

A falta de letramento digital entre os usuários do *TikTok* pode gerar implicações, tanto na absorção quanto na criação de conteúdos. Diante da vasta quantidade de informações disponíveis, muitos podem ter dificuldade em discernir entre fontes confiáveis e desinformação, o que potencializa a propagação de notícias falsas e conteúdos prejudiciais. Além disso, como criadores de conteúdo, esses usuários podem não ter consciência das responsabilidades éticas envolvidas, contribuindo para a perpetuação de discursos problemáticos ou enganosos, sem avaliar as consequências de suas ações na plataforma.

As *trends* nas redes sociais exercem grande influência sobre o comportamento

dos usuários, especialmente entre os jovens, que tendem a ser mais suscetíveis a esses conteúdos. As mídias digitais funcionam como espaços onde os jovens buscam visibilidade e pertencimento, muitas vezes adotando comportamentos imitativos para se alinhar às normas do grupo e alcançar aceitação social. Conforme destaca Recuero (2009), as redes sociais facilitam a formação de laços sociais e a disseminação de práticas culturais, influenciando diretamente o comportamento dos indivíduos, especialmente no que diz respeito à busca por validação social.

As tendências criadas e divulgadas nas redes sociais se propagam de maneira veloz, esse fator ocasiona em mudanças de comportamentos e percepções principalmente das pessoas mais jovens, já que a constante exposição nas redes sociais, a conectividade exacerbada e a busca por validação através de engajamento, impactam a autoimagem e o bem-estar emocional do público jovial (Turkle, 2017).

Essa nova transformação social acerca da informação e tendências, se dá pelo fato de que o homem moderno, está concentrado em buscar informações de maneira mais prática e rápida, então, as mídias digitais surgem como uma nova fonte de pesquisa e informação, ao contrário do que se praticava nas décadas passadas, o homem digital consome e produz ainda mais informação em seu perfil virtual, diante disso, a era da informação trouxe uma revolução nas formas de comunicação e no acesso ao conhecimento, com a *internet* e as redes sociais desempenhando papéis cruciais nesse processo.

Este fenômeno é amplamente discutido por Lévy (1999), que descreve a cibercultura como um ambiente no qual a inteligência coletiva é fomentada pela interação contínua entre os usuários. Esse ambiente virtual propicia a emergência de novas perspectivas digitais, onde o compartilhamento de informações e a colaboração tornam-se pilares essenciais. A geração atual, denominada de "nativos digitais" (Tapscott, 2009), possui uma capacidade intrínseca para manejar diversas ferramentas tecnológicas simultaneamente, o que lhes permite navegar com eficiência e rapidez em um oceano vasto de informações. As tendências digitais emergentes também são notáveis em diversos campos sociais, incluindo a educação, o trabalho e o entretenimento. Além disso, a capacidade das redes sociais de mobilizar coletivos para causas comuns, exemplificando o poder da informação digital na promoção de mudanças sociais (Shirky, 2008).

A democratização da informação nas redes sociais alterou profundamente a comunicação contemporânea, favorecendo o surgimento de tendências e facilitando

o acesso e a disseminação de conteúdo. Shirky (2008) afirma que a *internet* eliminou barreiras tradicionais, permitindo que qualquer pessoa compartilhe suas ideias com um público global. Nesse sentido, Jenkins (2006) destaca que a convergência midiática promove a interação entre produtores e consumidores, incentivando a participação ativa. Assim, as redes sociais não apenas democratizam o acesso à informação, mas também criam novas formas de engajamento e colaboração.

A inteligência coletiva, fomentada pela interatividade virtual, permite a construção de conhecimento compartilhado, desafiando as hierarquias tradicionais de autoridade, nesse sentido, as redes sociais funcionam como plataformas de democratização, onde a informação não é mais monopolizada por elites, mas distribuída de forma mais equitativa entre os usuários (Levy, 1999).

Como caracteriza Silva (2020, p. 45), “[...] a era da informação traz consigo um conjunto de transformações que desafiam as estruturas tradicionais, exigindo uma adaptação contínua das sociedades”. A personalização de conteúdo é uma tendência central nas redes sociais. Algoritmos avançados utilizam dados dos usuários para fornecer conteúdos específicos, criando uma experiência altamente personalizada. Como também argumenta o autor Silva (2020, p.88): “Os algoritmos de recomendação têm um papel crucial na forma como os usuários consomem conteúdo, direcionando-os para tópicos de interesse e aumentando o engajamento”, muitos usuários, páginas de criação e compartilhamento de conteúdos utilizam informações concretas e verídicas para reconstruir e dar um novo sentido e direcionamento para o conteúdo de informação, na busca de gerar um maior engajamento para seu perfil e reter um público ainda maior, entretanto, esse fato estimula consequências na propagação de conteúdos superficiais, falsos, visto que, as redes sociais também têm sido palco para movimentos sociais e políticos, amplificando vozes e mobilizando ações em escala global.

No entanto, essa mesma capacidade de amplificação dos conteúdos na *internet* tem facilitado a disseminação de desinformação, representando um grande desafio para a sociedade, impulsionadas por tendências que personalizam, efemerizam e comercializam o conteúdo, ao mesmo tempo em que refletem e moldam movimentos sociais. Além disso, Silva (2020, p.102) “[...] as redes sociais são um espelho e um motor das mudanças contemporâneas, refletindo as tendências do espírito do tempo”.

As redes sociais substituem gradualmente ferramentas convencionais na busca por informações, combinando diversão com a rápida lógica de consumo. Se antes o

Google era a ferramenta principal para buscas, hoje essa realidade mudou, especialmente entre a Geração Z, nascida entre 1996 e 2010. Uma pesquisa da *YPulse* para o site *Axios* revelou que apenas 46% das pessoas entre 18 e 24 anos começam suas buscas no *Google*, enquanto essa porcentagem aumenta para 58% entre aqueles de 25 a 39 anos. De acordo com o estudo, as redes sociais "deixaram de ser um local apenas para se conectar com amigos e familiares e se transformaram em uma 'rodovia' de informações". Segundo o estudo, 21% dos jovens iniciam suas buscas no *TikTok*, enquanto apenas 5% preferem o *YouTube*. Isso se deve em parte à conveniência, pois permite combinar pesquisa e entretenimento em uma única plataforma. Para isso, o *TikTok* fez atualizações com mecanismos de busca semelhantes aos do *Google*. Por exemplo, agora é possível encontrar trechos da Wikipédia dentro do aplicativo, o que incentiva os usuários a fazerem pesquisas no mesmo ambiente em que consomem conteúdo.

As *Big Techs*, implementam diversas táticas para "aprisionar" os usuários, incluindo algoritmos que personalizam o conteúdo mostrado, notificações constantes que incentivam a interação contínua e a integração de múltiplos serviços dentro de uma única plataforma. De acordo com Karhawi (2020, p. 34): "Essas plataformas são estruturadas de maneira a criar um ciclo de retroalimentação, onde o usuário é constantemente incentivado a retornar e consumir mais conteúdo", então, esse ciclo não apenas aumenta o tempo de permanência nas plataformas, mas também dificulta a migração para outras opções, reforçando a ideia de que é mais prático e eficiente realizar todas as atividades na mesma plataforma.

Os influenciadores digitais desempenham um papel central na criação e disseminação de tendências nas redes sociais, agindo como mediadores culturais e utilizando plataformas como o *TikTok* para alcançar seu público. Segundo Recuero (2009), os influenciadores possuem grande visibilidade e credibilidade, o que lhes dá poder de persuasão. Eles moldam comportamentos e influenciam toda uma geração. Freire (2017) complementa afirmando que esses influenciadores, baseados na autenticidade e proximidade com seus seguidores, estabelecem uma relação de confiança, fundamental para que suas recomendações sejam seguidas. Portanto, eles se tornam figuras-chave nas mídias sociais, influenciando comportamentos e tendências.

A influência dos influenciadores digitais é amplificada pelo compartilhamento de experiências pessoais e pela interatividade com os seguidores, que se sentem

parte de uma comunidade. No entanto, muitos conteúdos desenvolvidos por influenciadores têm um viés comercial, como apontam Schivinski e Dabrowski (2016), que destacam que a monetização das redes sociais frequentemente resulta em conteúdo patrocinado. Isso pode comprometer a autenticidade das recomendações, gerando desconfiança nos seguidores. Além disso, a busca por curtidas e compartilhamentos pode levar à produção de conteúdo superficial, que reforça padrões de beleza irreais e incentiva o consumo excessivo.

Conforme questionado por Twenge (2018), as tendências e os conteúdos superficiais com viés capitalista, também podem levar a comparação constante com outros usuários, podendo levar a sentimentos de inadequação e baixa autoestima, a exposição a comportamentos perigosos, a pressão para se conformar a certos padrões e ocasionar impactos na saúde mental. Visto que, as tendências nas redes sociais têm um papel poderoso na formação do comportamento digital dos jovens, conforme destacado, é crucial promover um equilíbrio e conscientização sobre os potenciais riscos e impactos dessas influências.

4 OS IMPACTOS DO USO EXCESSIVO DO *TIKTOK*

4.1 Mapeando evidências: uma revisão sistemática sobre o uso do *TikTok* na Geração Z

Esse capítulo é dedicado à análise e discussão dos resultados obtidos por meio da revisão sistemática conduzida nesta pesquisa. Com base em estudos publicados entre 2019 e 2024 nos periódicos *Capes*, *PubMed*, *SciELO* e *Scopus*, o capítulo examinou evidências científicas sobre os efeitos do uso intensivo dessa plataforma pela Geração Z, abordando temas como impactos e as implicações para a saúde mental (ansiedade, depressão e vício), bem-estar, autoestima, bem-estar social e procrastinação. Esse recorte temporal permitiu identificar tendências contemporâneas e a evolução do impacto do *TikTok* em diferentes esferas sociais e individuais.

Na análise, foram evidenciadas recorrências nos resultados das pesquisas selecionadas, destacando aspectos centrais como o impacto dos algoritmos personalizados no tempo de uso da plataforma, a influência dos conteúdos virais sobre o comportamento de seus usuários e as pressões sociais geradas por padrões de consumo e produção de conteúdo. Esses tópicos serão debatidos de forma a compreender como a dinâmica imersiva do *TikTok* molda experiências individuais e coletivas, muitas vezes reforçando comportamentos compulsivos e a exposição prolongada à rede que impacta na saúde e bem-estar da *GenZ*.

Além disso, o capítulo busca atender aos objetivos propostos por este estudo, estabelecendo conexões entre os resultados da revisão sistemática e as hipóteses inicialmente levantadas. A análise se concentra em oferecer um panorama consistente e crítico, evidenciando tanto as consequências negativas quanto as possibilidades de mitigação dos efeitos adversos do uso excessivo do *TikTok*. Serão ressaltados os aspectos mais relevantes para compreender as implicações desse fenômeno no contexto digital contemporâneo.

Por fim, o capítulo proporciona uma base sólida para a conclusão do estudo, articulando os resultados das pesquisas revisadas com os debates teóricos apresentados nos capítulos anteriores. Dessa forma, a seção não apenas responderá aos objetivos centrais da dissertação, mas também contribuirá para o aprofundamento das discussões acadêmicas sobre o impacto das redes sociais emergentes, a relação entre o *TikTok* e seus impactos para os jovens imersos no âmbito digital.

Tabela 1: Artigos selecionados para o estudo sobre os impactos do uso excessivo do *TikTok* para o desenvolvimento da revisão sistemática.

NOME DO AUTOR	ANO DA PESQUISA E NOME DA REVISTA	PROCEDIMENTO METODOLÓGICO	PÚBLICO	RESULTADOS
Duarte e Dias (2021).	Pesquisa realizada em 2020. Publicado pela Chasqui (2021).	Estudo exploratório; inquérito online com amostra não probabilística.	263 adolescentes portugueses, entre 13 e 16 anos.	44,5% criam conteúdos no TikTok, buscando autoexpressão e autopromoção. O uso da plataforma é motivado por entretenimento, interação social e escapismo.
Mont et al. (2022).	Pesquisa realizada em 2022. Publicada por Recima21 (2022).	Pesquisa experimental; avaliação da ansiedade com o questionário "A Mente Vencendo o Humor"; análise com Teste-t ($P=0,00$ comprovando significância estatística).	2 participantes (21 e 19 anos, 1 homem e 1 mulher).	Os resultados destacam a influência complexa das redes sociais na saúde mental e a necessidade de novos estudos para explorar essas dinâmicas.
Huang et al. (2022)	Pesquisa realizada entre 2020-2021. Publicada por <i>Frontiers in Pediatrics</i> (2022).	Estudo clínico controlado antes e depois. Utilizou o Inventário de Necessidades da Família em Cuidados Críticos (CCFNI) e a Escala de Ansiedade de Separação (SAS) para avaliação.	87 membros da família de crianças com cardiopatia congênita internadas na UTI cardíaca durante a pandemia de COVID-19 na China.	O uso de vídeos curtos do TikTok e do WeChat melhorou significativamente a satisfação das necessidades de suporte e informação dos familiares e reduziu a ansiedade de separação em comparação com o grupo controle que recebeu apenas visitas telefônicas.

Pop, Iorga e Iurcov (2022)	Pesquisa realizada em 2022. Publicada pela <i>International Journal of Environmental Research and Public Health</i> (2022).	Estudo transversal utilizando questionários para avaliar autoestima corporal, autoestima global e solidão.	427 jovens usuários de redes sociais, entre 18 a 30 anos de uma universidade de Medicina na Romênia.	A autoestima corporal e a autoestima global estão negativamente correlacionadas com a solidão. Usuários que passam mais tempo nas redes sociais tendem a relatar níveis mais baixos de autoestima e maiores sentimentos de solidão.
Ye et al. (2022)	Pesquisa realizada em 2022. Publicada pela <i>Frontiers in Pediatrics</i> (2022).	Estudo quantitativo utilizando questionários para avaliar a relação entre experiência de fluxo em vídeos curtos, vício em vídeos curtos, motivação intrínseca e extrínseca para aprendizagem e bem-estar na aprendizagem.	517 estudantes universitários chineses (42,9% homens, 57,1% mulheres, idade média de 19 anos).	A experiência de fluxo em vídeos curtos está positivamente correlacionada com o vício nesses vídeos, o que, por sua vez, afeta negativamente a motivação intrínseca para a aprendizagem e o bem-estar na aprendizagem.
Yeung, Ng E e Jaoude (2022)	Pesquisa realizada em 2021. Publicada por <i>The Canadian Journal of Psychiatry</i> (2022).	Estudo transversal que analisou os 100 vídeos mais populares sobre TDAH no TikTok, classificando-os como enganosos, úteis ou experiências pessoais. Foram utilizadas as ferramentas PEMAT-A/V e os critérios de referência da JAMA para avaliar	100 vídeos do TikTok sobre TDAH.	Dos vídeos analisados, 52% foram classificados como enganosos, 27% como experiências pessoais e 21% como úteis. A maioria dos vídeos enganosos foi publicada por não profissionais de saúde.

		a qualidade, compreensibilidade e aplicabilidade dos vídeos.		
Lima e Lima (2023)	Pesquisa realizada em 2022. Publicada ID on-line Revista de Psicologia (2023).	Pesquisa descritiva de abordagem quantitativa, com aplicação de questionários para avaliar a influência das redes sociais na saúde emocional de alunos do ensino médio.	263 alunos, entre 14 a 16 anos da Escola de Referência em Ensino Médio Clementino Coelho em Pernambuco.	O estudo identificou que o uso excessivo de redes sociais está associado a sintomas de ansiedade, depressão e baixa autoestima entre os estudantes. Além disso, constatou-se que a maioria dos alunos utiliza as redes sociais por mais de três horas diárias, impactando negativamente no desempenho acadêmico e nas interações sociais presenciais.
Chao et al. (2023)	Pesquisa realizada entre 2021 a 2022. Publicada por Psychiatry Research (2023).	Pesquisa quantitativa com questionários aplicados presencialmente durante o horário escolar.	1.346 adolescentes, idade média de 14 anos de três províncias da China: Tianjin, Shanxi e Yunnan	Usuários viciados apresentaram mais depressão, ansiedade e menor qualidade de sono; uso moderado não mostrou impacto negativo significativo.
Qin, Musetti e Omar (2023)	Pesquisa realizada em 2022. Publicado por International Journal of Environmental	Estudo quantitativo, utilizando questionários e análises estatísticas.	633 adolescentes/estudantes chineses, de idade média entre 10 a 19 anos.	A experiência de fluxo é um fator chave para o uso problemático do TikTok; mediação ativa dos pais diminui os impactos negativos.

	Research and Public Health (2023).			
Castillo et al. (2023)	Pesquisa realizada em 2021. Publicada por Enfermeria Montevideo (2023).	Teoria fundamentada; análise documental de 50 vídeos no TikTok.	Adolescentes de 13 a 19 anos, residentes no Chile.	O TikTok é usado como ferramenta para construção de identidade pelos adolescentes, mas as representações na plataforma perpetuam estereótipos de beleza e comportamentos prejudiciais.
Gonçalves, Avanci e Njaime (2023)	Pesquisa realizada entre 2017 a 2019. Publicada por Cadernos de Saúde Pública (2023).	Pesquisa qualitativa em ambiente digital; observação silenciosa de comunidades no Facebook.	Comunidades igual ou superior a 4 mil seguidores (usuários) e curtidas.	As comunidades analisadas promovem a automutilação, destacando relatos detalhados sobre métodos, motivações e estratégias para esconder ferimentos. As interações reforçam pertencimento, glamourização do sofrimento e ausência de regulação.
Leyva, (2023)	Pesquisa realizada em 2023. Publicada por Dixit (2023).	Pesquisa qualitativa; etnografia visual e entrevistas sobre conteúdos de streamers no TikTok, YouTube e Instagram.	Jovens de 17 a 21 anos (75 estudantes universitários) do México.	Identificaram-se narrativas que glamorizam violência, práticas egocêntricas e comportamentos nocivos, influenciando negativamente a saúde mental e a percepção de identidade dos jovens.

Matos e Cruz (2024)	Pesquisa realizada em 2023. Publicada por Contemporary Journal (2024).	Pesquisa qualitativa descritiva. 137 comentários femininos no TikTok analisados com base na Teoria Fundamentada de Strauss e Corbin.	Mulheres usuárias do TikTok (137 comentários selecionados).	Confirma influência das mídias sociais na percepção da imagem corporal feminina, destacando sentimentos de autodepreciação, comparação e validação social atrelada à aparência.
Moreira, Patzlaff e Fitaroni (2024)	Pesquisa realizada em 2024. Publicada pela Revista Contemporânea (2024).	Análise de conteúdo qualitativa baseada na metodologia de Bardin (2011). Sete mulheres (21-29 anos) analisadas através de vídeos no TikTok.	Sete mulheres brasileiras da Geração Z (21-29 anos).	A influência do TikTok exacerbou comparações sociais desfavoráveis, gerando insatisfação corporal, ansiedade e baixa autoestima.
Montag e Markett (2024)	Pesquisa realizada em 2024. Publicada pela BMC <i>Psychology</i> (2024).	Estudo quantitativo baseado no TikTok Use Disorder Questionnaire (TTUD-Q) e análises mediacionais com dados de 378 participantes.	124 homens e 254 mulheres (faixa etária - 40 anos).	Altos níveis de neuroticismo e baixos de conscienciosidade aumentam a propensão ao uso desordenado do TikTok, mediado por inclinações depressivas.
Rogowska e Cincio (2024)	Pesquisa realizada em 2022. Publicada por Journal of Clinical Medicine (2024).	Estudo transversal com 448 participantes (18-35 anos) utilizando BFAS, PPS e PHQ-9.	448 jovens adultos (18 a 35 anos) da Polônia.	O uso problemático do TikTok (PTTU) medeia a relação entre procrastinação e depressão. Jovens de 18 a 25 anos apresentam mais sintomas de depressão.

Zhu et al. (2024)	Pesquisa realizada em 2023. Publicada por Helyion (2024).	Pesquisa quantitativa baseada em modelos de equações estruturais (SEM) para explorar a relação entre o uso de vídeos curtos, satisfação de necessidades, vício em vídeos curtos e sintomas depressivos entre adolescentes chineses.	1302 adolescentes (16 anos) das escolas Hohhot, Mongólia no interior da China.	Uso excessivo de vídeos curtos mediado pela satisfação de necessidades e vício em vídeos leva a sintomas depressivos.
Silva e Gonçalves (2024)	Pesquisa realizada em 2023. Publicada pela Revista Estudos e Negócios <i>Academic</i> (2024).	Pesquisa exploratória-documental com análise qualitativa.	GenZ: Jovens brasileiros de 14 a 24 anos.	O TikTok influencia negativamente o comportamento dos jovens, causando dependência, dificuldade de concentração e vícios.
Silva e Santana (2024)	Pesquisa realizada em 2023. Publicada por DIGE – Direito Internacional e Globalização Econômica (2024).	Pesquisa exploratória-documental, com análise qualitativa.	Crianças brasileiras de 9 a 17 anos usuárias do TikTok.	O TikTok não atende integralmente às legislações de proteção infantil; sugerem-se melhorias na verificação de idade.
Rufino et al. (2024)	Pesquisa realizada em 2019. Publicada pelo Cadernos de Saúde Pública (2024).	Estudo epidemiológico de delineamento transversal; coleta de dados realizada por meio de um questionário anônimo no Google Forms.	2.823 universitários brasileiros entre 18 a 30 anos.	O tempo de uso de mídias sociais correlaciona-se com sintomas depressivos, mediado por dependência (20%) e má qualidade do sono (40%).
Brand et al. (2024)	Pesquisa realizada entre 2021 a 2022. Publicada por <i>Child and Adolescent</i>	Estudo transversal; avaliação do uso de redes sociais (Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat e WhatsApp) e comportamento	632 adolescentes espanhóis, entre 12 a 17 anos.	Adolescentes com maior uso e comportamentos aditivos relacionados às redes sociais apresentaram

	<i>Psychiatry and Mental Health</i> (2024).	aditivo via questionários validados (SNAddS-6 e SDQ).		probabilidades de 16,2% a 28,9% de problemas psicossociais. Facebook e Snapchat mostraram os maiores impactos negativos, seguidos por Instagram e TikTok.
Ariana et al. (2024)	Pesquisa realizada em 2023. Publicada por <i>JMIR Human Factors</i> (2024).	Método misto: 507 respostas a questionário (análise CB-SEM) e 32 entrevistas qualitativas; média de citações acadêmicas.	Geração Z (17-26 anos), 507 participantes, predominantemente estudantes na Indonésia.	Comparação ascendente de aparência e internalização do ideal de magreza impactam negativamente a satisfação corporal dos usuários.
Martín, Blasco e Morales (2024)	Pesquisa realizada em 2024. Publicada por <i>Humanities and Social Sciences Communications</i> (2024).	Estudo quantitativo de corte transversal baseada em uma survey online. A coleta de dados foi realizada com um questionário	737 Adolescentes espanhóis (12 a 18 anos).	Uso excessivo do TikTok associado à dificuldade de estabelecer limites; diferenças de gênero significativas no consumo e tipo de conteúdo; bem-estar digital percebido como positivo, mas com impacto negativo em alguns casos de uso prolongado.
Langlais, Thaler e West (2024)	Pesquisa realizada em 2023. Publicada por <i>Youth & Society</i> (2024).	Estudo qualitativo descritivo; entrevistas individuais via Zoom com adolescentes; análise temática reflexiva.	31 adolescentes estadunidenses (média de idade: 15 anos).	Uso de TikTok centrado no entretenimento, comunicação e criação de conteúdo. Impactos positivos incluem conexão social e melhora de humor,

				enquanto negativos envolvem procrastinação e comparação social.
Souza e Carlesso (2024)	Pesquisa realiza em 2023. Publicada pela Revista Aracê (2024).	Pesquisa qualitativa com survey online e aplicação de questionários estruturados.	37 adolescentes brasileiros de 12 a 18 anos.	56,8% apresentaram nomofobia moderada; 16,2% grave; maior impacto no gênero feminino e em usuários diários do TikTok.

Fonte: O próprio autor (2025)

4.2 Desafios e reflexões sobre o impacto do TikTok na Geração Z

Duarte e Dias (2021) realizaram um estudo exploratório para mapear as práticas de adolescentes portugueses no *TikTok*, com base na Teoria dos Usos e Gratificações, uma técnica que analisa como os indivíduos utilizam os meios de comunicação para satisfazer necessidades específicas, considerando o público como ativo no consumo midiático (Blumler e Katz, 1974). Utilizando um questionário on-line aplicado a 263 adolescentes portugueses de 13 a 16 anos, o estudo investigou motivações e gratificações relacionadas ao uso da plataforma, diferenciando esses jovens em: usuários passivos e produtores de conteúdo. Enquanto a maioria dos usuários busca entretenimento, os resultados da pesquisa mostraram que 44,5% dos participantes produzem conteúdos, tendo preferência pelo desenvolvimento de vídeos de coreografia, humorísticos e desafios. Os produtores de conteúdo focam também na criação de comunidades e estratégias para aumentar sua visibilidade *on-line*, motivados pela autopromoção, expressão criativa e busca por reconhecimento social.

Duarte e Dias (2021) identificaram que o uso da plataforma *TikTok* está relacionado a obtenção de gratificações diretas, como a monetização, assim como indiretas, ou seja, diversão, alívio do estresse e desenvolvimento de competências digitais, como a aprendizagem digital. Esses teóricos concluíram que o *TikTok* promove a autoexpressão e a autopromoção entre os jovens; entretanto, eles apontaram também preocupações com os efeitos da alta exposição, que envolvem problemas de autoestima, validação social e autoexposição, promovendo também riscos significativos em relação a ampliação das *fake news*, *bullying* e uso excessivo de telas e conteúdos.

Já Du Mont et al. (2022) investigou a influência das redes sociais *TikTok*, *Twitter* e *Instagram* em relação aos níveis de ansiedade, por meio de um estudo de caso envolvendo dois indivíduos, um do sexo masculino e outro do feminino, com idades de 21 e 19 anos, respectivamente. Utilizando o teste de ansiedade de Greenberg e Padesky (1998), disseminado pela obra "A Mente Vencendo o Humor", os participantes foram avaliados antes e após um período de 30 dias sem acesso a essas plataformas. Os resultados indicaram uma redução nos níveis de ansiedade após a abstinência, sugerindo que o uso dessas redes pode estar associado ao aumento da ansiedade.

Os dados encontrados, refletem a relevância de investigar os estímulos

algorítmicos e seus efeitos na Geração Z, especialmente no contexto do *TikTok*. A plataforma, com seus estímulos rápidos e repetitivos, tem o potencial de intensificar distúrbios emocionais e comportamentais. Esse cenário reforça a necessidade de desenvolver tecnologias educativas para promover o uso responsável das redes sociais, priorizando a saúde mental e o bem-estar dos usuários, alinhando-se ao objetivo de conscientizar sobre práticas digitais saudáveis.

A pesquisa de Huang et al. (2022) utilizou um ensaio clínico controlado tendo como público-alvo crianças com doença cardíaca congênita (DCC) internadas em unidades de terapia intensiva cardíaca (UTIC) durante a pandemia de *COVID-19*. O estudo envolveu 87 participantes, divididos em grupo controle (atendidos por telefone) e grupo de intervenção (que receberam vídeos curtos via *TikTok* e *WeChat*) de um hospital infantil da China, intencionou investigar os efeitos desses vídeos curtos na satisfação das necessidades de satisfação e na minimização da ansiedade gerada pela separação dos familiares, sendo a coleta de dados realizada pré e pós internação por meio de dois instrumentos validados mundialmente: o inventário de necessidades críticas familiares (CCFNI), criado por Leske (1986) e a escala de ansiedade de separação (SAS), criada por Manicavasagar, Silove e Wagner (2003).

Os achados destacam como ferramentas tecnológicas podem mitigar impactos emocionais, convergindo com os objetivos da presente pesquisa ao explorar os riscos e estímulos algorítmicos do *TikTok* na Geração Z. Como conclusão, Huang et al. (2022) apontaram que a imersão vídeos curtos disponibilizados nas plataformas mencionadas permitiram maior interação e acesso à informação, ajudando a mitigar os efeitos do isolamento imposto pelas restrições de visitação hospitalar. Por fim, Huang et al. (2022) ainda destacaram que o uso de *TikTok* ofereceu uma solução inovadora para humanizar o cuidado em UTIs, contribuindo para atender às necessidades emocionais e informacionais das famílias, ao mesmo tempo que auxiliaram no cumprimento dos protocolos sanitários e médicos, de controle da pandemia.

O estudo de Pop, Iorga e Iurcov (2022) utilizou um delineamento quantitativo transversal, na qual é um tipo de pesquisa que coleta dados em um único momento para descrever características, analisar associações ou estimar prevalências em uma população. com aplicação de questionários *on-line*, para

investigar a relação entre autoestima corporal, autoestima geral e solidão entre estudantes de medicina, usuários de redes sociais (RRS: *Rosenberg Self-Esteem Scale*)²⁵. Foram coletados dados de 427 estudantes, de medicina matriculados em duas universidades médicas na Romênia. A faixa etária variou de 18 a 30 anos. A coleta incluiu dados sociodemográficos, antropométricos e avaliações psicológicas usando escalas específicas: *Rosenberg Self-Esteem Scale* (autoestima), *Body Esteem Scale for Adolescents and Adults* (estima corporal) e *UCLA Loneliness Scale* (solidão). Também foram realizadas análises estatísticas, como testes de Mann-Whitney (1947), que avalia se há diferenças estatisticamente significativas entre as medianas dos grupos participantes, com utilização do *software Statistical Packpage for the Social Sciences* (SPSS) que permite a utilização de dados em diversos formatos para gerar relatórios, calcular estatísticas descritivas, conduzir análises estatísticas complexas e elaborar gráficos.

Os resultados da pesquisa indicaram que os estudantes passam, em média, 3,38 horas diárias em redes sociais, sendo as plataformas mais utilizadas *WhatsApp* (98,4%), *YouTube* (98,8%) e *Instagram* (88,1%). Aproximadamente 45% dos participantes relataram níveis moderados a altos de solidão, principalmente entre jovens e solteiros. Os resultados da pesquisa mostram que o uso do *TikTok* está associado a um aumento na autoestima corporal, mas também evidencia riscos à saúde mental, como solidão e menor uso da plataforma por pessoas com maior IMC. Esses dados ajudam a compreender os estímulos promovidos pelo algoritmo e o impacto dos conteúdos consumidos, alinhando-se à investigação sobre linguagem, conteúdo e efeitos do *TikTok* na saúde e bem-estar dessa geração.

No estudo sobre os “Efeitos do vício em vídeos curtos na motivação e bem-estar de estudantes universitários vocacionais chineses” de Ye et al. (2022) empregou uma abordagem quantitativa, descritiva e transversal para investigar os efeitos da dependência de vídeos curtos na motivação e no bem-estar de estudantes chineses de faculdades vocacionais focado no ensino prático, isto é,

²⁵ No estudo "Body-Esteem, Self-Esteem and Loneliness among Social Media Young Users", a sigla "RRS" refere-se à "Rosenberg Self-Esteem Scale" (Escala de Autoestima de Rosenberg). Esta escala é amplamente utilizada para avaliar a autoestima global dos indivíduos. No contexto do estudo, a RRS foi empregada para medir os níveis de autoestima dos jovens usuários de redes sociais participantes da pesquisa.

o aluno tem uma formação mais voltada para a sua futura profissão. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários aplicados a 517 participantes recrutados por amostragem em cadeia, via aplicativos de mensagens instantâneas, como *QQ* e *WeChat* entre outubro e novembro de 2020. O modelo teórico do estudo baseou-se na teoria da experiência de fluxo de Csikszentmihalyi (1990), que descreve um estado psicológico caracterizado por imersão total e envolvimento em uma atividade específica, resultando em alta concentração e satisfação pessoal; no sistema microecológico de Bronfenbrenner (1979), que aborda as interações entre indivíduos e seu ambiente, enfatizando como esses contextos influenciam o desenvolvimento humano e comportamental; explorando a interação entre experiência de fluxo, dependência, motivação intrínseca e extrínseca, e bem-estar acadêmico. Análises estatísticas, como testes de confiabilidade e validade dos instrumentos e modelagem por equações estruturais, foram utilizadas para avaliar as relações entre as variáveis.

Os resultados indicaram que a experiência de fluxo ao consumir vídeos curtos promove a dependência, que, por sua vez, influencia negativamente a motivação intrínseca e extrínseca. Ambas as formas de motivação, no entanto, têm impacto positivo no bem-estar na aprendizagem. Além disso, foi observado que a experiência de fluxo e a dependência afetam indiretamente e de maneira negativa a motivação e o bem-estar acadêmico. A discussão enfatiza que, embora os vídeos curtos proporcionem uma experiência imersiva, a alta dependência resultante pode prejudicar a motivação acadêmica e o bem-estar de estudantes, reforçando a importância de estratégias que promovam o uso equilibrado dessas mídias (Ye et al., 2022).

Yeung, Ng e Jaoude (2022) realizaram um estudo transversal em 2021, com o intuito avaliar a qualidade dos vídeos mais populares do *TikTok* relacionados ao Transtorno de Déficit de Atenção e Hiperatividade (TDAH). A análise incluiu 100 vídeos selecionados com base no número de visualizações e curtidas, sendo classificados em três categorias: úteis, experiências pessoais e enganosos. Os vídeos úteis foram aqueles que apresentaram informações corretas e baseadas em evidências científicas sobre o TDAH, incluindo sintomas, diagnóstico, tratamentos e prognóstico. Já os vídeos de experiências pessoais relataram vivências individuais de usuários com o TDAH, incluindo

desafios e experiências cotidianas com o transtorno, muitas vezes sem embasamento científico. Os vídeos enganosos, por sua vez, foram definidos como aqueles que disseminavam informações incorretas ou não fundamentadas cientificamente, como mitos ou abordagens simplistas sobre o transtorno.

Os resultados indicaram que 52% dos vídeos analisados continham informações enganosas, geralmente publicadas por pessoas sem formação na área da saúde, enquanto 21% foram classificados como úteis, sendo a maioria produzida por profissionais da saúde. Apesar de os vídeos serem amplamente compreensíveis em termos de clareza e apresentação, apresentaram baixa aplicabilidade prática para a vida dos usuários, uma vez que frequentemente não forneciam orientações claras ou acionáveis para lidar com o TDAH. Dentro da categoria de "vídeos compreensíveis", os vídeos de experiências pessoais obtiveram maior engajamento (curtidas, visualizações e compartilhamentos), mesmo carecendo de fundamentação científica. Os achados dessa pesquisa também atendem aos objetivos deste trabalho, pois destacam os riscos do uso excessivo da plataforma, como autodiagnósticos incorretos, e a influência do algoritmo no consumo de conteúdo pela Geração Z.

O estudo de Chao et al. (2023) investigou a relação entre o uso de aplicativos de vídeos curtos, como o *TikTok*, e fatores psicossociais em 1.346 adolescentes chineses, com idade média de 14 anos, sendo 51,8% do sexo feminino. Realizado de novembro de 2021 a abril de 2022, em escolas de Tianjin, Shanxi e Yunnan, o estudo classificou os participantes em três grupos: não usuários (199), usuários moderados (686) e usuários aditivos (461). Os usuários aditivos apresentaram piores condições de saúde mental, como maior depressão, ansiedade, estresse e baixa qualidade do sono, além de pior desempenho escolar e relações familiares mais problemáticas. Em contrapartida, usuários moderados não demonstraram prejuízos significativos na saúde mental ou no desempenho acadêmico, mas mostraram ambientes familiares menos favoráveis do que os não usuários.

Os resultados de Chao et al. (2023) apresentam consequências sobre as condições de saúde e fatores psicossociais relacionados ao uso excessivo do *TikTok* pela Geração Z. O estudo atendeu aos objetivos ao identificar padrões de comportamento associados ao uso moderado e aditivo, bem como seus impactos na saúde mental e no ambiente escolar e familiar. Ademais, destacou

a importância de intervenções, como programas de bem-estar digital e apoio parental, para mitigar os efeitos negativos do uso aditivo. Essas conclusões reforçam a necessidade de distinguir entre uso moderado e aditivo, promovendo o uso responsável e contribuindo para o desenvolvimento de soluções tecnológicas inovadoras.

Lima e Lima (2023) realizaram um estudo quali-quantitativo com 263 estudantes de 14 a 16 anos da Escola de Referência em Ensino Médio Clementino Coelho, em Petrolina, Pernambuco, para analisar os impactos das redes sociais na saúde emocional dos adolescentes. A pesquisa, realizada em 2022, utilizou questionários que abordaram temas como tempo de uso das redes, tipos de conteúdo acessado, controle parental e sentimentos gerados pela ausência do celular. O estudo foi fundamentado nos conceitos de Anna Lembke (2023), que associam o uso excessivo de plataformas digitais à liberação de dopamina no cérebro, resultando em comportamentos aditivos e sofrimento emocional devido à busca constante por prazer.

Os resultados indicaram que os estudantes passam, em média, 7,57 horas diárias nas redes sociais, consumindo majoritariamente vídeos curtos (*Reels*), que estimulam o sistema de recompensa cerebral. Esse consumo está ligado a sentimento de tristeza, ansiedade, tédio e vazio, criando ciclos de prazer imediato e sofrimento subsequente. Observou-se também que o controle parental sobre o uso das redes é insuficiente, com a maioria dos pais não monitorando o acesso dos filhos. O estudo conclui que o consumo prolongado de conteúdos superficiais contribui para a dependência e dificulta o engajamento em atividades mais significativas, destacando a necessidade de maior conscientização sobre os impactos emocionais das redes sociais.

Em 2022, na China, Qin, Musetti e Omar (2023) conduziram um estudo quantitativo transversal para investigar os fatores que influenciam o uso problemático do *TikTok* entre adolescentes, com base nas teorias do fluxo, de Csikszentmihalyi (1990), e da mediação parental. A pesquisa contou com 633 adolescentes entre 10 e 19 anos, que responderam a um questionário *on-line*. As principais variáveis analisadas foram prazer, concentração e distorção temporal, componentes da experiência de fluxo, e a mediação parental ativa como moderador. Os resultados indicaram que a concentração e a distorção temporal estão positivamente associadas ao uso problemático, enquanto o

prazer não apresentou impacto significativo. A mediação parental ativa reduziu o impacto da concentração sobre o comportamento problemático, sugerindo que pais que discutem o uso do *TikTok* com seus filhos podem minimizar seus efeitos negativos.

Os achados reforçam a importância da participação ativa dos pais na prevenção do uso excessivo do *TikTok*, alinhando-se ao objetivo deste trabalho de conscientizar a Geração Z sobre um uso criativo e colaborativo da plataforma. Além disso, os resultados da pesquisa de China, Qin, Musetti e Omar (2023) salientam que os estímulos sequenciados pelos algoritmos favorecem a imersão e o uso problemático e levantar os impactos negativos do uso excessivo na saúde e bem-estar dos adolescentes. Dessa forma, destaca-se a necessidade de orientar pais a monitorarem e dialogarem sobre o consumo digital de seus filhos, além de promover iniciativas educacionais que incentivem o uso equilibrado das redes sociais.

Os efeitos do uso problemático do *TikTok* na Geração Z vão além do comportamento digital, impactando diretamente suas condições cognitivas e emocionais. A seguir, exploramos como o uso excessivo da plataforma influencia a saúde mental e o bem-estar desses jovens.

4.3 Como o uso excessivo do *TikTok* influencia as condições humanas da Geração Z

Em 2021 Castillo et al. (2023) realizaram um estudo qualitativo, baseado na teoria fundamentada de Strauss e Corbin (1994), para investigar as condutas sociais e de saúde de adolescentes (13-19 anos) no *TikTok*, no Chile. A pesquisa, situada no paradigma positivista, analisou 50 vídeos públicos de dança e humor, utilizando codificação aberta para identificar padrões de comportamento. Os resultados revelaram a valorização da imagem corporal, evidenciada pelo uso predominante de filtros digitais que reforçam padrões de beleza. Observou-se também diferenças de vestimenta entre gêneros: meninas optaram por roupas ajustadas que destacam a silhueta, enquanto meninos preferiram roupas esportivas e marcas visíveis.

Os vídeos expressaram principalmente emoções positivas, como alegria e empoderamento, mas também reproduziram condutas de saúde não promotoras, incluindo a minimização de transtornos mentais e a normalização

de temas delicados, como a ideação suicida, em tom humorístico. Vale ressaltar, que os achados demonstram como o *TikTok* influencia a autoimagem e a saúde dos adolescentes, reforçando estereótipos e a busca por aceitação social. A pesquisa se alinha aos objetivos deste trabalho ao evidenciar as consequências do uso excessivo do *TikTok* na saúde e bem-estar da Geração Z, ressaltando a necessidade de novas estratégias educativas para mitigar seus impactos negativos.

O estudo de Gonçalves, Avanci e Njaine (2023) analisou comunidades *on-line* brasileiras no *Facebook* entre 2017 e 2019, focando nas interações relacionadas à automutilação. As comunidades observadas, majoritariamente formadas por jovens, incluindo a Geração Z, funcionavam como espaços de troca e apoio mútuo, mas apresentavam uma orientação positiva à prática da automutilação, com conteúdos que glamourizavam comportamentos autodestrutivos e ausência de mediação profissional. Embora o estudo tenha se concentrado no *Facebook*, seus resultados são relevantes para compreender o *TikTok*, uma plataforma de grande apelo entre a Geração Z. No *TikTok*, a rápida disseminação de vídeos e o estímulo a tendências reforçam dinâmicas semelhantes, criando um senso de pertencimento e identidade entre os usuários, mas também favorecendo a exposição a conteúdos nocivos que podem impactar negativamente a saúde mental dos jovens.

Considerando os resultados do trabalho de Gonçalves, Avanci e Njaine (2023) e os objetivos da pesquisa, que incluem investigar os impactos do uso excessivo da plataforma na saúde e bem-estar da Geração Z, demonstra que esses jovens são vulneráveis às narrativas promovidas por algoritmos que priorizam conteúdos visuais intensos e envolventes. A exposição contínua a esses estímulos sequenciados pode agravar comportamentos autodestrutivos, conforme observado no estudo.

O estudo "Determinantes de saúde, estética e violência nas narrativas de streamers e de sua audiência" de Leyva (2023) analisou as narrativas audiovisuais de streamers em plataformas como *TikTok*, *YouTube* e *Instagram*, com especial atenção aos impactos sobre jovens de 17 a 21 anos residentes em grandes centros urbanos do México. A pesquisa utilizou etnografia visual, entrevistas e questionários aplicados a 75 estudantes universitários das áreas de comunicação e saúde entre janeiro e março de 2023. O estudo destacou que

o *TikTok*, devido à sua natureza visual e à rápida disseminação de conteúdos, amplifica comportamentos egocêntricos e práticas que glorificam o "eu virtual". Essas narrativas frequentemente glamorizam violência, ostentação e padrões estéticos irreais, normalizando comportamentos prejudiciais, como práticas autodestrutivas e consumo excessivo. Essa dinâmica reflete os estímulos promovidos pelo algoritmo, que prioriza conteúdos visualmente impactantes, mas muitas vezes insalubres para a saúde mental dos jovens.

As observações pautadas por Leyva (2023) identificou que a rápida viralização de conteúdos influenciada por estímulos sequenciados pelo algoritmo do *TikTok*, condiciona comportamentos egocêntricos, crise estética relacionado a auto estima destes usuários e violência virtual.

O público-alvo da pesquisa de Leyva (2023) é particularmente relevante por serem o mesmo grupo enfoque desse trabalho, pois representa uma geração altamente vulnerável às influências digitais e ao conteúdo glamorizado promovido pelas plataformas. Os resultados destacados neste estudo, também reforça a necessidade de maior regulação e do desenvolvimento de estratégias educativas, como o letramento digital, para capacitar os jovens a lidar de forma crítica com os estímulos algorítmicos. Dessa forma, é possível mitigar os impactos nocivos, como desigualdades sociais e problemas de saúde mental, e construir ambientes *on-line* mais saudáveis e seguros para essa geração.

No estudo "Percepção da imagem corporal feminina: influência das mídias sociais" conduzido por Matos e Cruz (2024) adotou uma abordagem qualitativa descritiva para analisar a influência das mídias sociais, especialmente o *TikTok*, na percepção da imagem corporal feminina. A pesquisa utilizou a técnica de observação sistemática para coletar dados, analisando 137 comentários femininos em vídeos da aba "*For You*" que exibiam corpos idealizados. A análise foi baseada na Teoria Fundamentada de Strauss e Corbin (1994), permitindo categorizar os sentimentos e reações das participantes diante da comparação corporal. Os resultados indicaram que o *TikTok* reforça padrões estéticos restritivos e amplifica a insatisfação corporal, contribuindo para comportamentos autodepreciativos e transtornos alimentares. Esse fenômeno evidencia a validação excessiva da aparência na sociedade, gerando frustração e promovendo uma cultura de competição feminina baseada na estética.

As observações retratadas por Matos e Cruz (2024) expandem os objetivos desta pesquisa, pois demonstram como essa rede social e o seu algoritmo podem impactar na saúde e no bem-estar de seus usuários. O público-alvo do estudo de Matos e Cruz (2024), formado por mulheres expostas à pressão estética nas redes sociais, reflete um dos grupos mais afetados pelos estímulos do algoritmo. A dinâmica de reforço dos padrões corporais idealizados no *TikTok* está diretamente ligada aos mecanismos algorítmicos que selecionam e priorizam conteúdos visualmente atraentes, influenciando comportamentos e a autoimagem dos usuários. Assim, a pesquisa reforça a necessidade de regulamentação dos conteúdos digitais e do desenvolvimento de estratégias educativas para mitigar os impactos negativos do *TikTok* na saúde mental e bem-estar dos jovens.

Aprofundando as análises de Matos e Cruz (2024), o estudo de Moreira, Patzlaff e Fitaroni (2024) analisou os impactos do uso excessivo do *TikTok* na autoestima de jovens adultas da Geração Z, especificamente sete mulheres de 21 a 29 anos residentes no Brasil. Utilizando a metodologia de análise de conteúdo de Bardin (2011), a pesquisa interpretou relatos de sete usuárias da plataforma, destacando como o *TikTok* intensifica comparações sociais desfavoráveis e gera sentimentos de inadequação, ansiedade e insatisfação corporal. Os achados indicaram que a constante exposição a padrões estéticos inalcançáveis molda a percepção de valor pessoal e reforça a pressão social para adequação a esses padrões. Apesar dos efeitos negativos predominantes, o estudo ressaltou que práticas como autoconhecimento e reflexão crítica podem ajudar a mitigar os impactos psicológicos adversos.

Para Moreira, Patzlaff e Fitaroni (2024) o impacto da plataforma na autoimagem das usuárias está diretamente relacionado à forma como os conteúdos são selecionados e promovidos pelo algoritmo, priorizando imagens e narrativas que reforçam padrões estéticos específicos. Além disso, o estudo de Moreira, Patzlaff e Fitaroni (2024) reforça a importância de criar intervenções políticas (como leis) e midiáticas para mitigar as consequências do uso excessivo do *TikTok* para a saúde mental e o bem-estar da Geração Z, evidenciando também a necessidade de estratégias educativas que promovam um consumo crítico e equilibrado das mídias sociais, como o *TikTouch*.

Em comparação ao estudo de Leyva (2023), a pesquisa de Montag e Markett (2024) propôs o *TikTok Use Disorder Questionnaire* (TTUD-Q) para avaliar o uso desordenado do *TikTok*, adaptando critérios do *Gaming Disorder* da Organização Mundial da Saúde (OMS). O *Gaming Disorder*, incluído na Classificação Internacional de Doenças (CID-11), é caracterizado pelo uso excessivo de jogos digitais, resultando em perda de controle, priorização do jogo sobre outras atividades e persistência no comportamento apesar das consequências negativas. Inspirando-se nesse modelo, Montag e Markett (2024) ajustaram os critérios para o uso do *TikTok*, avaliando padrões problemáticos de consumo. A pesquisa foi realizada com 378 participantes, com média de idade de 40 anos, sendo 67,2% mulheres e 32,8% homens. O questionário aplicado *on-line*, investigou a relação entre traços de personalidade — como alto neuroticismo e baixa conscienciosidade — e a propensão ao uso excessivo da plataforma, mediada por sintomas depressivos. Os resultados indicaram que indivíduos vulneráveis utilizam o *TikTok* como mecanismo de fuga para lidar com emoções negativas, buscando vídeos imersivos, conteúdos humorísticos e relatos de experiências similares. Esse consumo compulsivo reforça comportamentos desadaptativos, impactando negativamente o bem-estar psicológico.

Embora o estudo tenha focado em um público adulto, seus achados são relevantes para a Geração Z, por serem o principal usuário do *TikTok*. A exposição intensa a vídeos engajadores e ao reforço de padrões sociais irreais pode intensificar transtornos emocionais, como ansiedade e depressão. A necessidade de estratégias preventivas apontada pelos autores se conecta diretamente a finalidade deste trabalho, que busca desenvolver um *mockup* visual para conscientizar a Geração Z sobre o uso saudável da plataforma e promover a criatividade e a colaboração na criação e compartilhamento de conteúdo, mitigando, assim, os impactos negativos associados ao uso excessivo da rede.

Rogowska e Cincio (2024) investigaram como a procrastinação e o uso problemático do *TikTok* – *Problematic TikTok Use* (PTTU²⁶) influenciam os

²⁶ O termo PTTU significa *Problematic TikTok Use*, ou seja, uso problemático do *TikTok*. Ele refere-se ao comportamento de uso excessivo e descontrolado do *TikTok*, que pode levar a

sintomas de depressão em jovens adultos de 18 a 35 anos. O estudo, conduzido na Polônia, envolveu 448 participantes e utilizou escalas como a *Bergen Facebook Addiction Scale* (BFAS) adaptada para o *TikTok*, *Pure Procrastination Scale* e o PHQ-9²⁷. Os resultados revelaram que o uso problemático do *TikTok* (PPTU) exerce um papel mediador entre procrastinação e depressão, com jovens de 18 a 25 anos demonstrando sintomas depressivos mais graves em comparação aos de 26 a 35 anos. A análise sugere que o *TikTok* pode ser usado como uma estratégia de enfrentamento à procrastinação, mas seu uso excessivo agrava o estresse e os sintomas depressivos.

Comparando os dados levantados por Rogowska e Cincio (2024) ao contexto da pesquisa sobre a Geração Z, e seu envolvimento/uso excessivo do *TikTok*, percebe-se uma vulnerabilidade ainda maior. Essa geração, frequentemente exposta a conteúdos altamente engajadores e algoritmos sofisticados, enfrenta riscos psicológicos como aumento da procrastinação, isolamento social e sintomas depressivos. A conexão entre entretenimento imediato e a falta de autorregulação destaca a necessidade de estratégias educacionais e inovações tecnológicas e midiáticas preventivas para minimizar os impactos negativos do *TikTok* na saúde mental.

As discussões e dados analisados na pesquisa de Rogowska e Cincio (2024), convergem com o estudo “A relação entre o uso de vídeos curtos e a depressão entre adolescentes chineses: examinando os papéis mediadores da gratificação da necessidade e do vício em vídeos curtos” de Zhu et al. (2024), no qual, os autores analisaram a relação entre o uso de vídeos curtos, como no *TikTok*, e a depressão em adolescentes, considerando os papéis mediadores da satisfação de necessidades e da aderência de visualização de vídeos curtos. A pesquisa, realizada na China com 1302 estudantes do ensino médio (média de 16 anos), revelou que o uso intensivo desses aplicativos está associado a um aumento nos sintomas depressivos. As escalas utilizadas, como o PHQ-9, mostraram que a gratificação de necessidades (entretenimento e interação

consequências negativas para o bem-estar psicológico, social e físico dos usuários (Rogowska e Cincio, 2024).

²⁷ PHQ-9 refere-se ao *Patient Health Questionnaire-9*, uma escala amplamente utilizada para avaliar a gravidade dos sintomas de depressão. Trata-se de um questionário autoadministrado composto por 9 itens que se baseiam nos critérios diagnósticos do Manual Diagnóstico e Estatístico de Transtornos Mentais (DSM-IV e DSM-5) para depressão (Kroenke, Spitzer e Williams, 2001).

social) libera hormônios – endorfinas que causam satisfação e prazer e que reforçam o comportamento de uso, enquanto a busca recorrente deste estado de humor tende a dependência, ou mais coloquialmente ao vício, que no caso do Tik tok, o tipo de entretenimento ocasionado por vídeos curtos desempenha o papel central na intensificação da depressão.

Estabelecendo uma relação com a Geração Z, o estudo de Zhu et al. (2024) reforça preocupações sobre os impactos psicológicos das plataformas de vídeos curtos. Essa geração, frequentemente exposta a algoritmos projetados para maximizar o engajamento, é particularmente vulnerável a comportamentos compulsivos e à procrastinação. Portanto, estes resultados também destacam a importância de intervenções que limitem o uso de redes sociais e promovam hábitos mais saudáveis, reduzindo os riscos associados à saúde mental.

Os resultados apresentados por Zhu et al. (2024) tem similaridade com o estudo nacional realizado por Silva e Gonçalves (2024). Os autores analisaram os impactos do *TikTok* na Geração Z, composta por jovens brasileiros de 14 a 24 anos, de ambos os sexos, residentes no Brasil e usuários frequentes da plataforma. O estudo, baseada em uma pesquisa exploratória documental, de natureza qualitativa revelou que o *TikTok* é utilizado principalmente para entretenimento e informação, e que influencia negativamente a saúde mental e o desempenho cognitivo dos usuários. A exposição contínua à *timeline* infinita e ao *autoplay* intensifica a liberação de dopamina, criando ciclos de dependência. Além disso, foram identificadas consequências como dificuldades de atenção, procrastinação e sintomas depressivos. O estudo Silva e Gonçalves (2024). também aborda o impacto do consumo impulsivo, destacando que as "*trends*" da plataforma moldam padrões de comportamento e compra, conforme discutido no capítulo 2, item 2.4, "O ritmo das *trends* e a transformação dos padrões interpretativos".

Diante dos desafios enfrentados pela Geração Z, que cresceu em um ambiente digitalizado, a pesquisa de Silva e Gonçalves (2024) evidencia que o uso excessivo do *TikTok* pode levar a dependência digital e à dificuldade de desconexão. Esses efeitos levantam preocupações sobre o bem-estar dos jovens e reforçam a necessidade de novas estratégias de conscientização para mitigar os impactos negativos da plataforma, enfatizando a importância do uso responsável da tecnologia, incentivando práticas mais equilibradas para garantir

que sua influência seja positiva e sustentável no cotidiano dos usuários.

O impacto do *TikTok* na Geração Z vai além do uso diário, moldando comportamentos, consumo e cognição. No item a seguir, foram analisadas as mudanças na rotina e na percepção dos jovens antes e depois da "*tiktorização*".

4.4 A vida pós-*tiktorização*: analisando o pré e pós uso da plataforma e suas consequências para a Geração Z

O estudo "*Crianças e TikTok: desafios à salvaguarda do melhor interesse na era digital*" de Silva e Santana (2024) analisou os desafios de salvaguardar o interesse de crianças entre 9 e 17 anos no ambiente digital, com foco no uso do *TikTok*, especialmente no Brasil. O estudo, de abordagem qualitativa e exploratória, investigou legislações nacionais e internacionais para avaliar sua adequação ao contexto digital. Constatou-se que a plataforma não possui mecanismos eficazes de verificação de idade, permitindo que menores acessem conteúdos inadequados, como desafios perigosos, discursos de ódio, exploração comercial e exposição a nudez ou violência. Além disso, a pesquisa apontou a ausência de medidas efetivas para proteger os usuários mais vulneráveis, expondo crianças a riscos psicológicos e sociais. A recomendação principal é o aprimoramento das políticas de segurança e a responsabilização das plataformas digitais, com especial atenção à conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que exige consentimento dos responsáveis para o tratamento de dados de menores.

Comparando com os objetivos da presente pesquisa, a análise evidencia os riscos enfrentados pela Geração Z devido à dinâmica algorítmica do *TikTok*, que potencializa a exposição a conteúdos nocivos sem controle efetivo. Isso reforça a necessidade de um modelo tecnológico que conscientize sobre a usabilidade e criação de conteúdos de forma ética, minimizando impactos negativos, como problemas de saúde mental e bem-estar. Antes do uso da plataforma, crianças e adolescentes interagem mais com experiências diretas e sociais, enquanto, após a imersão no *TikTok*, há um impacto significativo no comportamento, na autoimagem e na saúde emocional, tornando a regulação e a educação digital, aspectos essenciais para a proteção dessa geração.

Rufino et al. (2024) investigaram a relação entre o tempo de uso de mídias sociais, a dependência dessas plataformas, a qualidade do sono e

sintomas depressivos em universitários brasileiros. Com base em um estudo transversal, que analisa variáveis em um único momento no tempo para identificar associações sem estabelecer causalidade (Gil, 2010), foram avaliados 2.823 universitários brasileiros com idades entre 18 e 30 anos. Os resultados indicaram que o uso prolongado de mídias sociais está associado a sintomas depressivos, sendo esse efeito mediado em 20% pela dependência das plataformas e em 40% pela má qualidade do sono. Esses achados ressaltam a complexidade dos fatores envolvidos no uso excessivo das redes sociais e seus impactos negativos na saúde mental e no bem-estar dos jovens, destacando a necessidade de medidas preventivas e estratégias de intervenção.

A pesquisa de Rufino et al. (2024) contribui para a compreensão dos mecanismos que conectam o tempo de exposição às mídias sociais e os sintomas depressivos, auxiliando na formulação de estratégias para mitigar esses efeitos. Esses achados são relevantes ao se considerar a Geração Z e o impacto do *TikTok*, plataforma cuja estrutura algorítmica promove consumo contínuo e engajamento prolongado, exacerbando a dependência digital e afetando padrões de sono. Antes da "*tiktorização*", a socialização e o lazer envolviam maior interação presencial e atividades diversificadas; após a imersão na plataforma, há uma crescente fragmentação da atenção, redução da qualidade do sono e aumento da vulnerabilidade emocional, tornando a regulação digital essencial para preservar o bem-estar dessa geração.

Em comparação a pesquisa de Rufino et al. (2024), o estudo de Brand et al. (2024) investigou a relação entre o uso de redes sociais e comportamentos aditivos com a saúde psicossocial de adolescentes espanhóis. A pesquisa foi realizada com 632 participantes da Região de Murcia, Espanha, com idades entre 12 e 17 anos (50,8% meninas e 49,2% meninos). Utilizando um estudo transversal e análise de regressão linear generalizada, os pesquisadores identificaram que adolescentes com maior uso das redes sociais apresentaram maior probabilidade de desenvolver problemas psicossociais, incluindo sintomas de ansiedade, depressão e dificuldades de interação social. O *Facebook* foi a plataforma com maior impacto negativo, seguido de *Snapchat*, *Instagram* e *TikTok*. Além disso, comportamentos aditivos, como necessidade crescente de uso e alterações de humor relacionadas ao consumo das redes sociais, foram significativamente associados ao declínio do bem-estar psicológico.

A investigação evidencia que o uso excessivo do *TikTok* pode desencadear problemas psicossociais, como ansiedade, dependência digital e dificuldades de interação social, sendo um risco relevante para a Geração Z. O sistema de recomendação algorítmica incentiva um consumo prolongado e favorece padrões de comparação social, reforçando hábitos prejudiciais ao bem-estar mental. Dessa forma, o desenvolvimento de uma nova rede social que considere a relevância da conscientização sobre a saúde (como um todo) e os elementos necessários de bem-estar aos usuários é um avanço em relação à interação tecnologia e seres humanos.

Ariana et al. (2024) investigaram o impacto do *TikTok* na satisfação corporal entre a Geração Z na Indonésia, analisando participantes entre 17 e 26 anos. O estudo adotou uma abordagem metodológica mista, combinando dados quantitativos de 507 questionários analisados por modelagem de equações estruturais e dados qualitativos de entrevistas com 32 usuários da plataforma. Os resultados indicaram que a comparação ascendente da aparência (*Upward Appearance Comparison – UAC*), na qual usuários avaliam sua aparência em relação a indivíduos considerados superiores esteticamente, e a internalização do ideal de magreza (*Thin-Ideal Internalization – TII*), que associa magreza à atratividade e ao sucesso, são fatores mediadores da insatisfação corporal. O conteúdo visualmente idealizado do *TikTok* reforça esses efeitos, intensificando padrões estéticos muitas vezes irrealistas. A alfabetização em mídias sociais (*Social Media Literacy – SML*) demonstrou-se um fator de proteção, enquanto a motivação estética (*Appearance Motivation – AM*), que reflete o desejo de aprimorar a aparência influenciado por mensagens da mídia, perpetua padrões estéticos rígidos. Isso sugere que um maior senso crítico pode mitigar os impactos negativos da exposição contínua a esses conteúdos.

Os padrões estéticos reforçados pelo *TikTok* apresentam riscos para o bem-estar emocional e a autoimagem da Geração Z, especialmente devido à exposição prolongada a conteúdos idealizados. A pesquisa destaca a necessidade de ferramentas tecnológicas educacionais que promovam a conscientização sobre saúde mental, uso responsável e colaboração criativa na plataforma. Esses achados estão alinhados com os objetivos desta pesquisa, particularmente na análise das consequências do uso excessivo da plataforma e seus estímulos algorítmicos, que amplificam a exposição a padrões irrealistas de

beleza e promovem insatisfações pessoais. Antes da "*tiktorização*", a percepção da autoimagem era menos influenciada por comparações irreais; no pós-uso, há um aumento significativo na insatisfação corporal, na busca incessante por validação e no impacto psicológico causado pela exposição a ideais estéticos inatingíveis.

Martín, Blasco e Morales (2024) investigaram os padrões de uso do TikTok e a percepção de bem-estar digital entre adolescentes espanhóis de 12 a 18 anos. O estudo quantitativo, realizado com 737 adolescentes, identificou diferenças significativas no consumo da plataforma por gênero: meninas interagem mais com conteúdos de moda e beleza, enquanto meninos preferem esportes e videogames. Apesar da percepção geral positiva do bem-estar digital, observou-se que o uso excessivo do *TikTok* reduz a capacidade dos adolescentes de estabelecer limites para seu tempo de tela, impactando negativamente a autonomia digital. Essa dificuldade de regulação do tempo está associada a consequências como piora do desempenho acadêmico, redução da qualidade do sono e aumento da ansiedade, evidenciando os riscos do consumo prolongado e descontrolado da plataforma.

Os resultados apontados por Martín, Blasco e Morales (2024) dialogam com os objetivos desta pesquisa, que busca desenvolver um modelo tecnológico para conscientizar a Geração Z sobre o uso excessivo do *TikTok*. O estudo reforça a necessidade de abordar os riscos da hiperconectividade, especialmente entre adolescentes, cuja dificuldade em estabelecer limites digitais pode comprometer sua saúde mental e seu bem-estar. A relação entre tempo de uso e redução da autonomia digital destaca a importância de estratégias para equilibrar a usabilidade da plataforma e a preservação do bem-estar dos usuários. Antes da "*tiktorização*", os adolescentes apresentavam maior controle sobre seus hábitos digitais e formas de entretenimento mais diversificadas; após a imersão no *TikTok*, observa-se uma tendência ao consumo compulsivo de conteúdos curtos, levando à perda de autonomia digital e maior vulnerabilidade emocional.

Langlais, Thaler e West (2024) realizaram uma pesquisa qualitativa para compreender as motivações, comportamentos e consequências associadas ao uso do *TikTok* entre adolescentes. O estudo entrevistou 31 participantes, com idade média de 15 anos, e utilizou a análise temática, um método que identifica

padrões de significado nos dados por meio da codificação e categorização (Braun & Clarke, 2022). Os resultados revelaram que os adolescentes utilizam o *TikTok* principalmente para entretenimento, comunicação e criação de conteúdo, enquanto alguns buscam aprendizado ou inspiração na plataforma. Entretanto, observou-se que a dependência do *TikTok* estava associada à procrastinação, alterações de humor e comparação social, comprometendo o bem-estar psicológico. O consumo prolongado da plataforma favorece a exposição contínua a conteúdos sequenciados pelo algoritmo da plataforma potencialmente prejudiciais, reforçando padrões irreais de comportamento e aparência.

Ao discutir os riscos do uso excessivo do *TikTok*, o estudo oferece contribuições relevantes para esta pesquisa, que busca conscientizar a Geração Z sobre práticas digitais mais saudáveis. Os impactos relatados por Langlais, Thaler e West (2024) como: procrastinação, baixa autoestima e flutuações emocionais, destacam a necessidade de soluções tecnológicas educativas que promovam um uso mais consciente da plataforma, como no caso o *TikTouch*. Antes da "*tiktorização*", adolescentes dispunham de uma interação digital mais equilibrada; após a imersão na plataforma, observa-se um aumento da dependência digital, dificuldade de concentração e maior vulnerabilidade a padrões idealizados, reforçando a importância de estratégias que promovam uma relação mais saudável com a tecnologia.

Souza e Carlesso (2025) investigaram os impactos da nomofobia termo derivado de *no-mobile-phone phobia*, que se refere ao medo ou angústia intensa de ficar sem acesso ao celular ou à internet, em relação ao comportamento de adolescentes usuários do *TikTok*, utilizando uma abordagem qualitativa. A nomofobia, definida como o medo ou angústia de ficar sem acesso ao celular ou internet, é uma dependência comportamental associada à hiperconectividade digital (King, Nardi e Silva, 2014). O estudo analisou 37 adolescentes brasileiros entre 12 e 18 anos, revelando que 56,8% apresentavam nomofobia moderada e 16,2%, grave, sendo mais prevalente entre meninas. O uso diário do *TikTok* por mais de uma hora aumentou a vulnerabilidade ao problema. Para mitigar esses efeitos, os autores sugerem intervenções baseadas na Terapia Cognitivo-Comportamental (TCC), abordagem eficaz na reestruturação de padrões disfuncionais de pensamento e comportamento (Beck, 1976).

Tabela 2: Principais resultados da revisão sistemática relacionados ao objetivo da pesquisa.

NOME DO AUTOR E ANO	PRINCIPAIS ACHADOS	OBJETIVO RELACIONADO
Duarte e Dias (2021)	Adolescentes usam o <i>TikTok</i> para autopromoção e entretenimento, mas enfrentam riscos como validação social e exposição excessiva.	(A) Investigação das formas de linguagem e conteúdos produzidos no <i>TikTok</i> .
Mont et al. (2022)	Uso excessivo do <i>TikTok</i> está associado ao aumento da ansiedade.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Huang et al. (2022)	Vídeos curtos no <i>TikTok</i> ajudaram a reduzir ansiedade de separação e aumentar a satisfação emocional de familiares.	(B) Identificação dos estímulos algorítmicos do <i>TikTok</i> para a Geração Z.
Pop, Iorga e Iurcov (2022)	Redes sociais, como o <i>TikTok</i> afetam autoestima e aumentam sentimentos de solidão.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Ye et al. (2022)	Experiência de fluxo no <i>TikTok</i> aumenta dependência digital e reduz motivação acadêmica.	(B) Identificação dos estímulos algorítmicos do <i>TikTok</i> para a Geração Z.
Yeung, Ng e Jaoude (2022)	52% dos vídeos sobre TDAH no <i>TikTok</i> eram	(A) Investigação das formas de linguagem e

	enganosos, impactando a percepção do transtorno.	conteúdos produzidos no <i>TikTok</i> .
Chao et al. (2023)	Usuários dependentes do <i>TikTok</i> apresentam mais depressão, ansiedade e menor qualidade do sono.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Lima e Lima (2023)	Uso prolongado do <i>TikTok</i> gera dependência, ansiedade e dificuldades acadêmicas.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Qin, Musetti e Omar (2023)	O algoritmo do <i>TikTok</i> reforça imersão excessiva, mas mediação parental reduz impactos negativos.	(B) Identificação dos estímulos algorítmicos do <i>TikTok</i> para a Geração Z.
Castillo et al. (2023)	O <i>TikTok</i> influencia identidade dos jovens, reforçando padrões de beleza e estereótipos.	(A) Investigação das formas de linguagem e conteúdos produzidos no <i>TikTok</i> .
Leyva (2023)	Narrativas no <i>TikTok</i> glamorizam violência e padrões irreais, afetando identidade e saúde mental.	(A) Investigação das formas de linguagem e conteúdos produzidos no <i>TikTok</i> .
Matos e Cruz (2024)	O <i>TikTok</i> reforça padrões estéticos	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da

	irreais, impactando a autoestima feminina.	Geração Z.
Moreira, Patzlaff e Fitaroni (2024)	Comparação social no <i>TikTok</i> causa insatisfação corporal e ansiedade.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Montag e Markett (2024)	O uso problemático do <i>TikTok</i> está associado a altos níveis de neuroticismo e sintomas depressivos.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Rogowska e Cincio (2024)	Uso excessivo do <i>TikTok</i> aumenta procrastinação e sintomas depressivos.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Zhu et al. (2024)	Uso prolongado de vídeos curtos no <i>TikTok</i> leva a sintomas depressivos.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Silva e Gonçalves (2024)	O <i>TikTok</i> contribui para dependência digital e dificuldade de concentração.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Silva e Santana (2024)	<i>TikTok</i> não protege adequadamente crianças e adolescentes, permitindo acesso a conteúdos inadequados.	(B) Identificação dos estímulos algorítmicos do <i>TikTok</i> para a Geração Z.
Rufino et al. (2024)	Uso excessivo de redes sociais impacta sono e saúde mental.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.

Brand et al. (2024)	Adolescentes com uso excessivo do <i>TikTok</i> apresentam maior risco de problemas psicossociais.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Ariana et al. (2024)	<i>TikTok</i> reforça comparação estética e insatisfação corporal.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Martín, Blasco e Morales (2024)	O uso excessivo do <i>TikTok</i> reduz a autonomia digital dos adolescentes.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Langlais, Thaler e West (2024)	Uso prolongado do <i>TikTok</i> leva à procrastinação e impactos emocionais negativos.	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.
Souza e Carlesso (2025)	Alta prevalência de nomofobia entre adolescentes usuários do <i>TikTok</i> .	(C) Impactos do <i>TikTok</i> na saúde e bem-estar da Geração Z.

Fonte: O próprio autor (2025)

Os achados da revisão sistemática demonstram que os impactos do uso excessivo do *TikTok* na Geração Z estão alinhados com os objetivos desta pesquisa. As evidências apontam que a plataforma influencia não apenas os hábitos de consumo digital, mas também aspectos relacionados à saúde mental, bem-estar e padrões de comportamento dos jovens. O *TikTok* promove um ciclo de gratificação instantânea que, embora favoreça a criatividade e a interação social, também desencadeia efeitos negativos, como dependência digital, procrastinação, baixa autoestima e ansiedade. Além disso, os estímulos algorítmicos reforçam a imersão em conteúdos sequenciados, afetando a percepção de autoimagem, a motivação acadêmica e o desenvolvimento

cognitivo dos usuários. Assim, torna-se evidente a necessidade de um modelo tecnológico que incentive práticas digitais mais equilibradas, promovendo a conscientização sobre o uso da plataforma de forma criativa e colaborativa. Dessa forma, a presente pesquisa se justifica ao propor um novo *mockup* visual que auxilie na autorregulação do consumo de conteúdos digitais e na promoção de um ambiente digital mais saudável para a Geração Z.

5 PROPOSTA DO TIKTOUCH

Dados Gerais do Projeto

Nome do Produto: *TikTouch*

Período de Execução: 2024.

Caracterização da Pesquisa: Base Acadêmica

5.1 Proposta do mockup

O *mockup* visual é uma representação estática e detalhada da interface de um aplicativo ou sistema, permitindo a visualização precisa do design antes da fase de desenvolvimento. Segundo princípios do *design* de interface e experiência do usuário, o *mockup* possibilita a definição clara de elementos visuais, como tipografia, paleta de cores, ícones e disposição dos componentes gráficos, garantindo uma identidade visual coerente (Norman, 2013). No contexto da criação de uma nova rede social, a elaboração de um *mockup* visual desempenha um papel fundamental na validação estética e na usabilidade do projeto, permitindo ajustes antes da implementação, reduzindo custos e otimizando a experiência do usuário. Dessa forma, o uso de *mockups* no processo de concepção de interfaces contribui significativamente para o alinhamento entre *designers*, desenvolvedores e *stakeholders*, promovendo uma abordagem mais eficiente e estruturada no desenvolvimento do produto.

O intuito do *TikTouch* é ser uma rede social voltada para a criação, compartilhamento de conteúdos criativos e com propósito e conexões reais, gerando um impacto positivo na vida do usuário. Para solucionar os problemas encontrados diante do uso excessivo do *TikTok* pela Geração Z, esta nova plataforma despertará para o seu user a busca por conhecimento, tal como a criação e o compartilhamento de ideias, entre diferentes pessoas e perspectivas; influenciando a busca por experiências, conhecimentos e vivências resgatadas do âmbito físico para o digital.

Diante disso, o *TikTouch* irá influenciar em um novo modo de consumo e relação entre mídias (redes sociais) e usuário, conduzindo para um equilíbrio e uso saudável entre ambos, assegurando a saúde, qualidade de vida e bem-estar para os usuários da Geração Z, em específico.

5.2 Proposta de solução

Com base nos achados da pesquisa bibliográfica e da revisão sistemática, o desenvolvimento do mockup visual da rede social *TikTouch* foi focado na mitigação do uso excessivo e no controle do tempo de tela, incorporando um limitador de tempo. A plataforma também prioriza a criação de comunidades temáticas, permitindo que os usuários se conectem com pessoas de interesses comuns, fortalecendo sua identidade digital. Como uma rede social educativa, cultural e artística, o *TikTouch* busca promover um consumo equilibrado e saudável das mídias digitais, com usabilidade intuitiva e incentivo à criação e compartilhamento de conteúdo de forma criativa e colaborativa. Em fases posteriores, testes serão nas universidades públicas por serem uma base de dados e conhecimento das diversas áreas acadêmicas, como destacados no menu de conteúdo do *TikTouch*: educativo, cultural, artístico, qualidade de vida e bem-estar.

Nesta pesquisa a proposta do *TikTouch* é oferecer um ambiente mais saudável para o uso das redes sociais e também promover conteúdos educativos, culturais, artísticos, com foco também no bem-estar; utilizando-se de uma interface visual que desestimula seu uso excessivo. Esta pesquisa se fundamentou nos ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Agenda 2030, especificamente no Objetivo 3²⁸ – Saúde e Bem-estar, que visa "Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades" (Agenda 2030).

5.3 Comunicação Visual do Mockup

- **Escolha do nome**

O nome "*TikTouch*" foi escolhido para criar uma conexão imediata com a popularidade da plataforma *TikTok*, mas com um toque distintivo que sugere um enfoque mais humano e saudável. O "*Touch*" indica um contato mais consciente e equilibrado com as redes sociais, enfatizando o uso consciente de tecnologias, a interação controlada e a proximidade com o usuário, em oposição ao consumo passivo e desenfreado.

²⁸ Disponível em: <<https://odsbrasil.gov.br/objetivo/objetivo?n=3>>. Acesso em 29 jul. 2024.

- **Cores**

As cores escolhidas para o *TikTouch* refletem o objetivo de criar uma atmosfera serena e acolhedora. A paleta de cores é dominada por tons suaves de azul e verde, que estão associados à calma, saúde e bem-estar. Esses tons são complementados por toques de branco e cinza claro, que promovem clareza e simplicidade na interface. A escolha dessas cores foi fundamentada na necessidade de contrastar com as cores vibrantes e estimulantes das redes sociais tradicionais, que tendem a incentivar o uso prolongado.

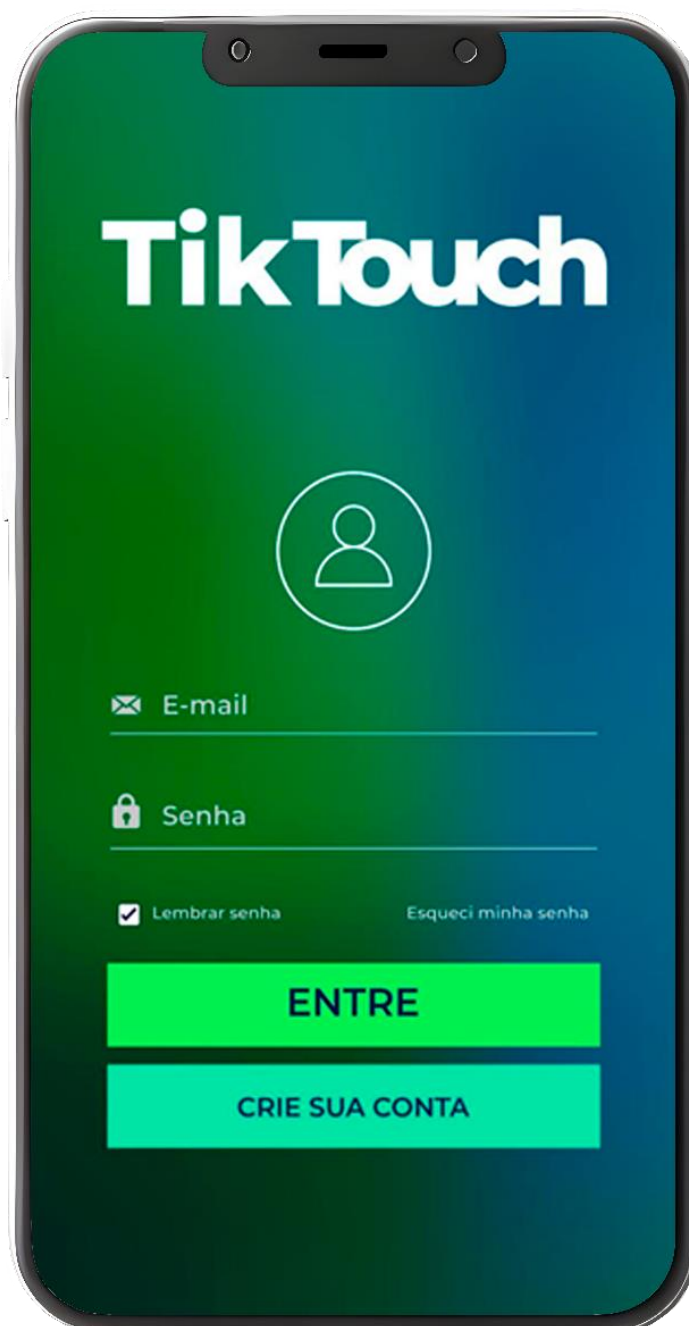
- **Elementos Visuais**

Os elementos visuais do *TikTouch* são projetados para serem minimalistas, focando na funcionalidade e na experiência do usuário. Ícones simples e formas arredondadas são predominantes, sugerindo suavidade e fácil acesso. O logotipo do aplicativo integra um símbolo que remete ao toque humano, representando a conexão consciente do usuário com a tecnologia.

- **Mockup visual (design de telas)**

O *TikTouch* apresenta um *mockup* visual (*design de telas*) que serve como esboço da plataforma. Este *design* de telas oferece uma visão simplificada da estrutura e das principais funcionalidades do aplicativo, permitindo a visualização da navegação e da interação do usuário com a interface. A ênfase está em criar uma experiência de usuário fluida e intuitiva, com foco em funcionalidades que promovam o uso consciente e o bem-estar digital. O *mockup* visual de aplicativo contará, inicialmente, com versões para *Android* e *iOS*, pois seu desenvolvimento será aplicado para *smartphones*.

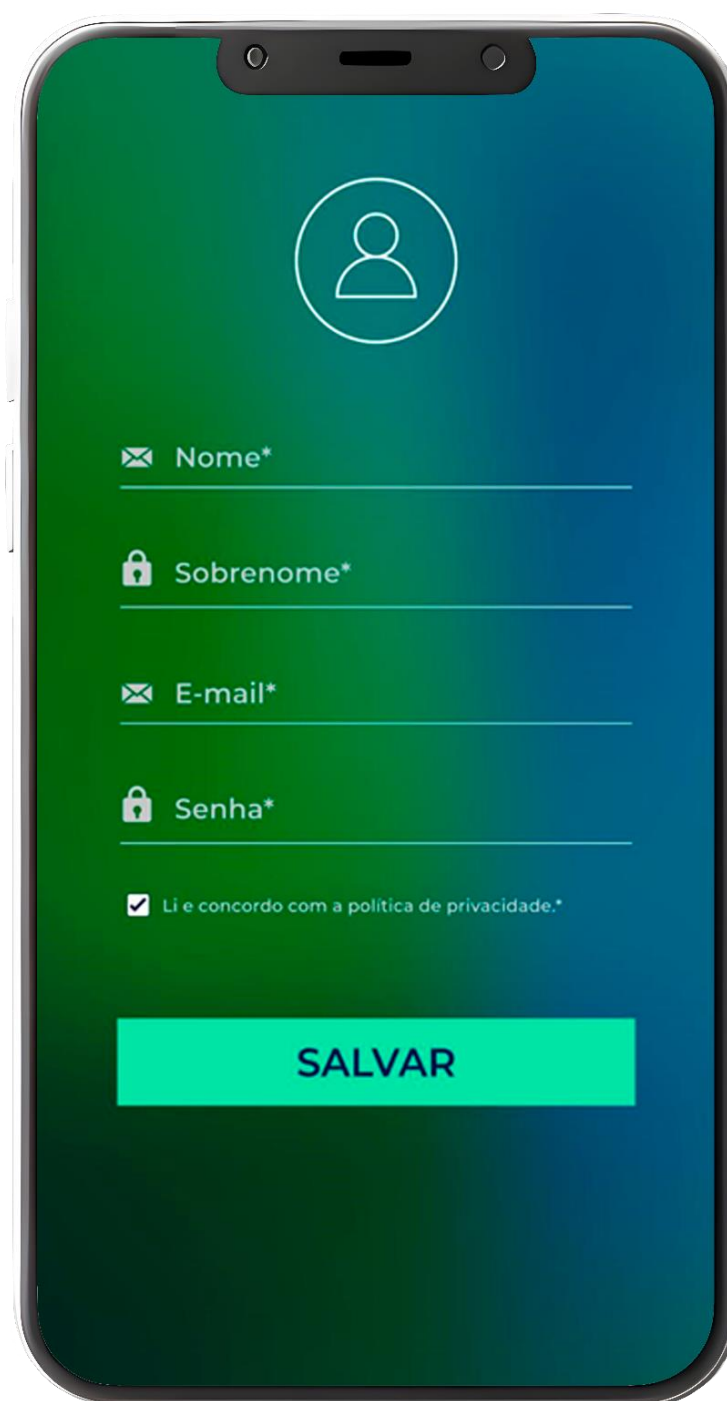
Figura 19: Tela inicial - Cadastro de usuário



Fonte: O próprio autor (2025).

Algumas telas do *TikTouch* no Simulador de Aplicativos foram capturadas conforme as demonstrações abaixo, juntamente com as descrições de cada botão de acesso. Para iniciar a navegação no *TikTouch*, começamos com as seguintes instruções: ao baixá-lo no dispositivo móvel, o usuário verá a primeira tela de acesso, contendo os principais botões explicativos, como o de cadastro abaixo.

Figura 20: Tela para criar o perfil do usuário

A smartphone screen with a green-to-blue gradient background. At the top, there is a white circular icon containing a person silhouette. Below this, there are four input fields, each with an icon and a label: an envelope icon for 'Nome*', a lock icon for 'Sobrenome*', an envelope icon for 'E-mail*', and a lock icon for 'Senha*'. Each field has a horizontal line for text entry. Below the fields is a checkbox with a checkmark and the text 'Li e concordo com a política de privacidade.*'. At the bottom, there is a large red button with the text 'SALVAR' in white capital letters.

Fonte: O próprio autor (2025)

Para criar um perfil no *TikTouch*, o usuário precisa fornecer algumas informações pessoais básicas, como nome, sobrenome e *e-mail*. Esses dados são essenciais para garantir uma experiência personalizada e segura dentro do aplicativo. Com um processo simples e rápido, os *users* estarão prontos para explorar tudo o que o *TikTouch* tem a oferecer.

Figura 21: Tela de Política de Privacidade

Fonte: O próprio autor (2025)

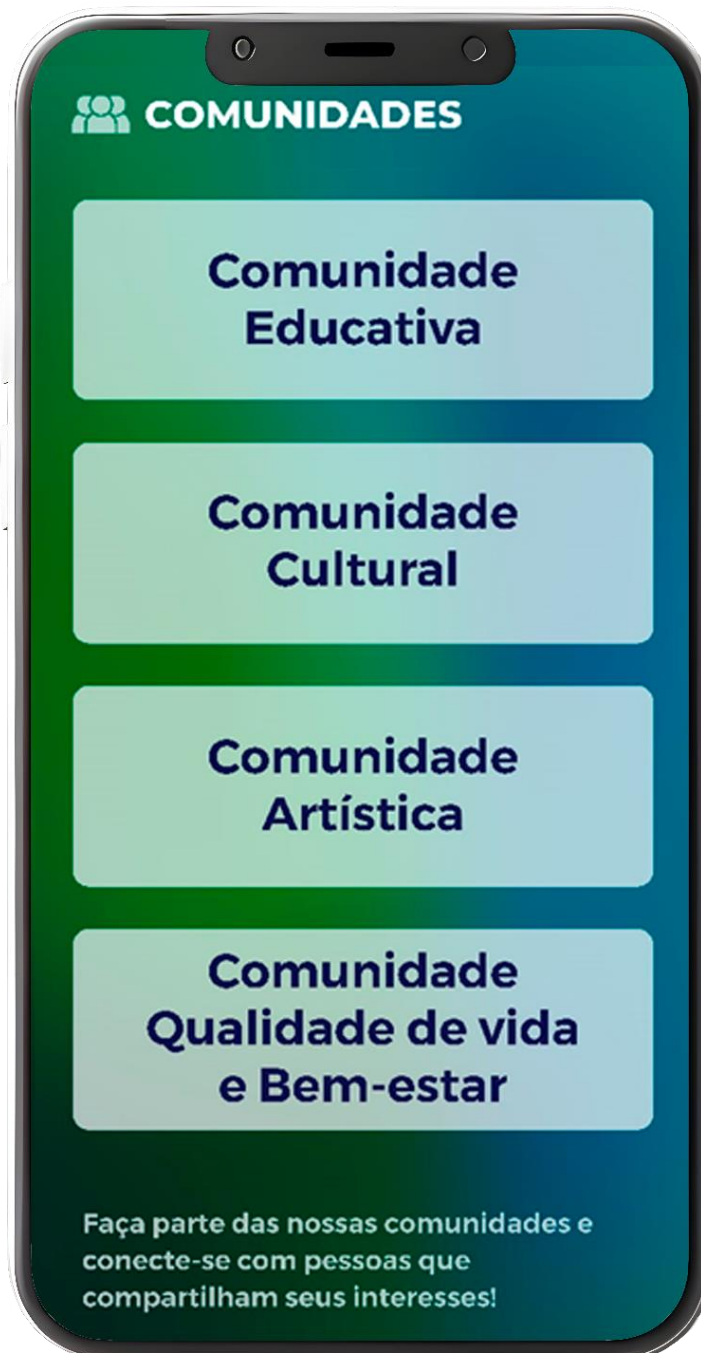
Além disso, será necessário ler e aceitar a Política de Privacidade, assegurando que o aplicativo cumpre com as exigências da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), garantindo a proteção e segurança dos dados pessoais. Dessa forma, o *TikTouch* adota medidas para proteger a privacidade dos usuários, reforçando o compromisso com a segurança e transparência no uso das informações.

Figura 22: Tela de menu

Fonte: O próprio autor (2025)

Após o preenchimento das informações essenciais, o usuário irá acessar o aplicativo, onde poderá explorar as principais telas de acesso. No Botão Menu, o usuário encontrará os seguintes campos de opções: educativo, cultural, artístico, qualidade de vida e bem-estar e comunidades.

Figura 23: Tela de acesso para as Comunidades

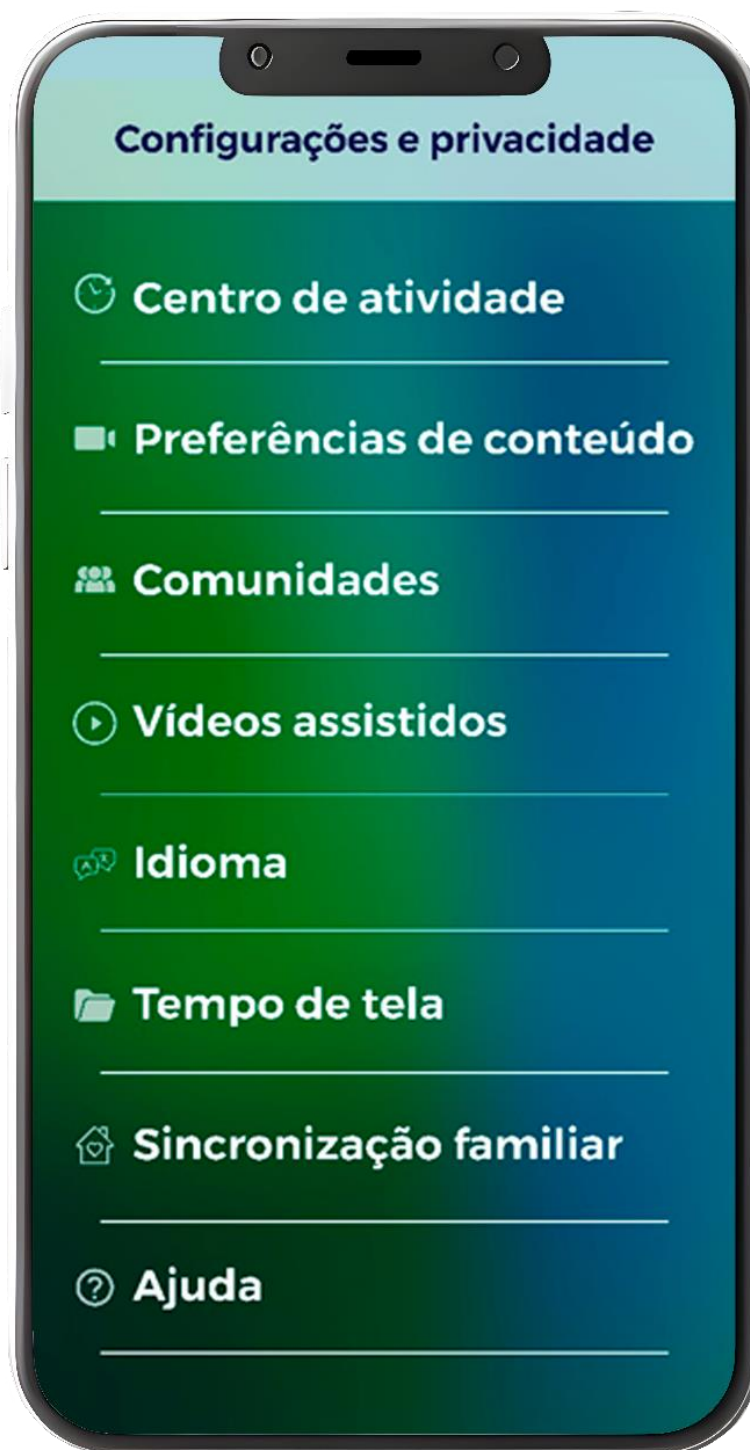


Fonte: O próprio autor (2025)

As Comunidades do *TikTouch* são espaços para compartilhar, aprender e criar conexões reais. O usuário pode explorar Comunidades Educativas, onde o conhecimento é protagonista, trocar ideias sobre cultura em Comunidades Culturais, expressar sua criatividade nas Comunidades Artísticas e buscar equilíbrio nas Comunidades de Qualidade de Vida e Bem-Estar. Seja para

aprender algo novo, se inspirar ou simplesmente se conectar com quem compartilha seus interesses, no *TikTouch*, cada comunidade é um universo de possibilidades.

Figura 24: Aba de configurações



Fonte: O próprio autor (2025)

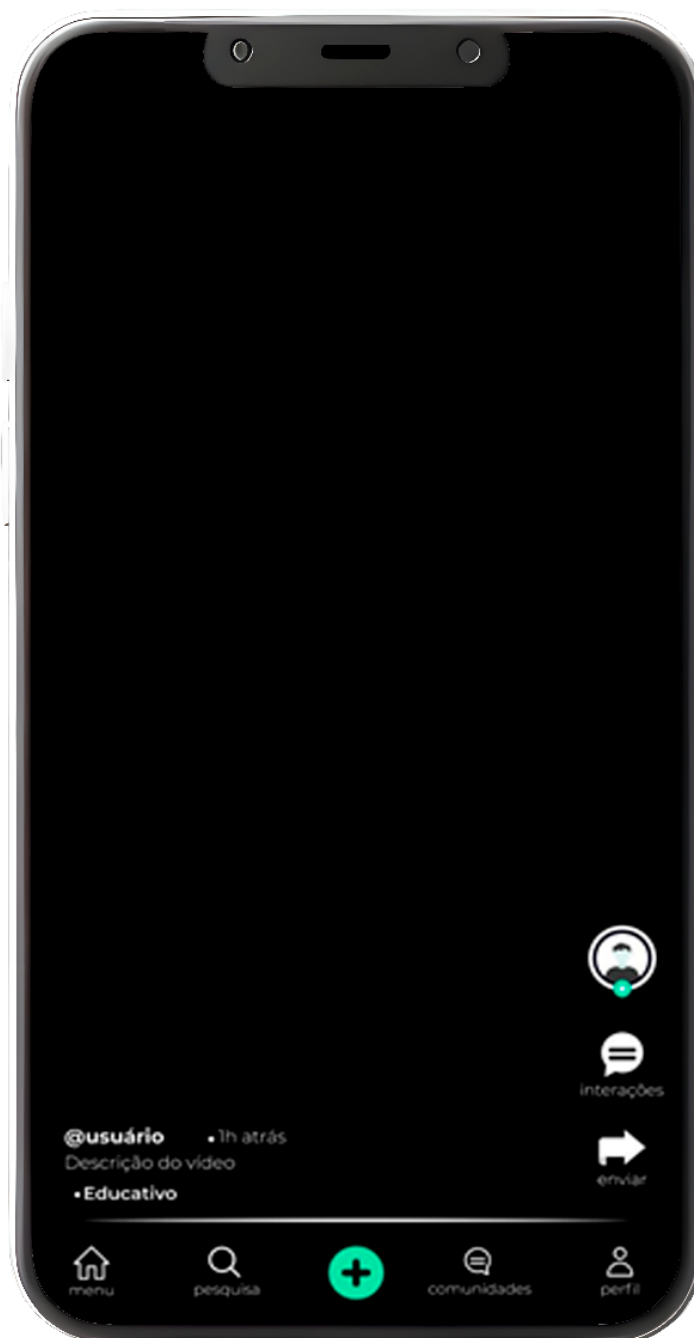
No *TikTouch*, a Central de Configurações e Privacidade foi criada para que o *user* tenha total controle sobre sua experiência na plataforma, garantindo segurança e personalização sem intervenção algorítmica. Dentro dessa central, ele pode acessar o Centro de Atividade, que organiza todas as suas interações, como postagens, comentários e curtidas.

Além disso, ele pode ajustar suas Preferências de Conteúdo, garantindo que o *feed* mostre sempre o que você mais gosta e interage, tornando sua *timeline* ainda mais relevante. O *TikTouch* também oferece a opção de participar de Comunidades, onde o usuário pode se conectar com pessoas que compartilham seus interesses de forma segura e interativa.

Caso queira revisar os vídeos que assistiu, pode acessar o histórico de Vídeos Assistidos. Para tornar a navegação ainda mais personalizada, você pode escolher o idioma de sua preferência, deixando a experiência ainda mais intuitiva. Para garantir um uso equilibrado, a plataforma oferece o Tempo de Tela, permitindo que o *user* acompanhe o tempo de uso diário e defina limites para evitar o excesso. Para famílias, a Sincronização Familiar possibilita o monitoramento do uso de contas, garantindo que todos tenham uma experiência segura.

Se precisar de ajuda, nossa central de apoio está sempre disponível para esclarecer dúvidas e fornecer o suporte necessário. Com todas essas ferramentas, o *TikTouch* permite que você tenha uma experiência personalizada, equilibrada e segura, sempre com total controle sobre seus dados e preferências.

A aba de Configurações do *TikTouch* é o espaço onde o usuário encontra todas as ferramentas necessárias para personalizar sua experiência de maneira completa. Com total suporte e autonomia, ele pode ajustar suas preferências de conteúdo, monitorar seu tempo de tela, gerenciar sua privacidade e acessar recursos que garantem uma navegação mais consciente e segura. Essa centralização de opções não apenas oferece praticidade, mas também incentiva o usuário a ter mais discernimento sobre seu uso da plataforma, permitindo que ele aproveite o *TikTouch* de forma equilibrada e alinhada às suas necessidades e interesses.

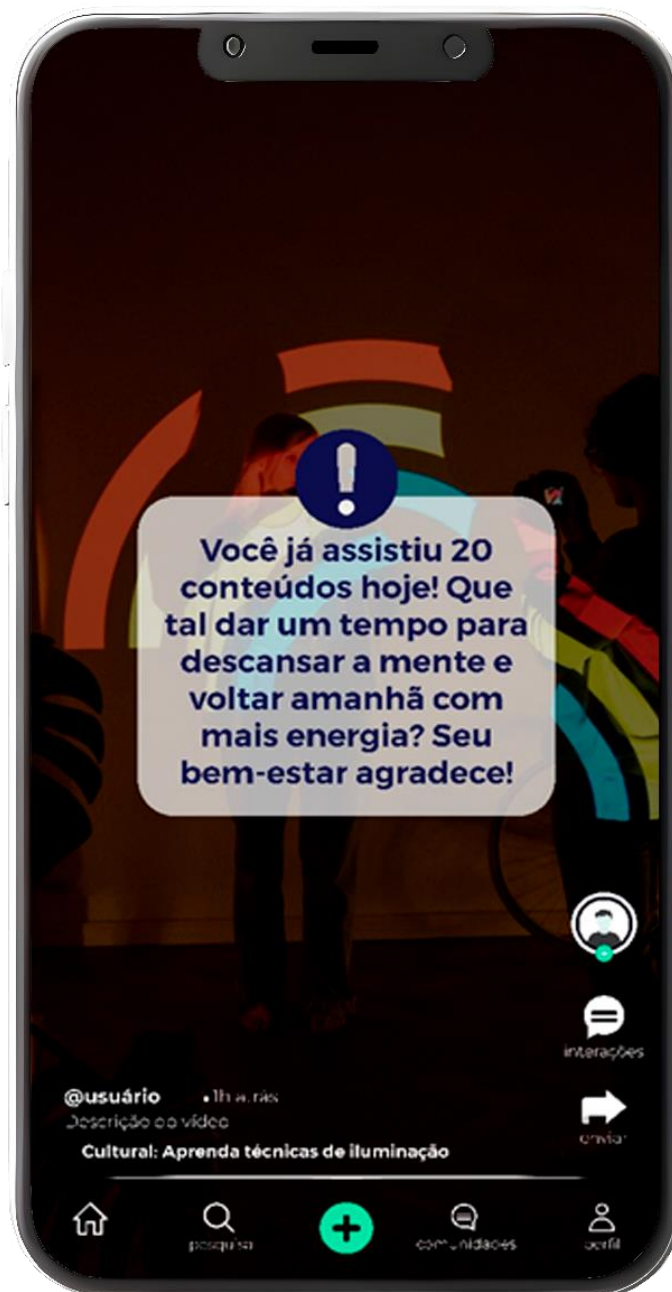
Figura 25: Aba de conteúdos

Fonte: O próprio autor (2025)

Após o usuário selecionar a área desejada, ele terá acesso aos temas da área que ele selecionou, como por exemplo, se ele escolher visualizar conteúdos educativos terá acesso a vídeos desse nicho, não contrastando com outros tipos de conteúdo. Será permitida apenas o uso de interações

(comentários) para os conteúdos, a fim de criar uma conexão mais aprofundada entre os usuários, e não uma competição por curtidas e engajamento.

Figura 26: Tela de aviso sobre consumo excedido de conteúdos

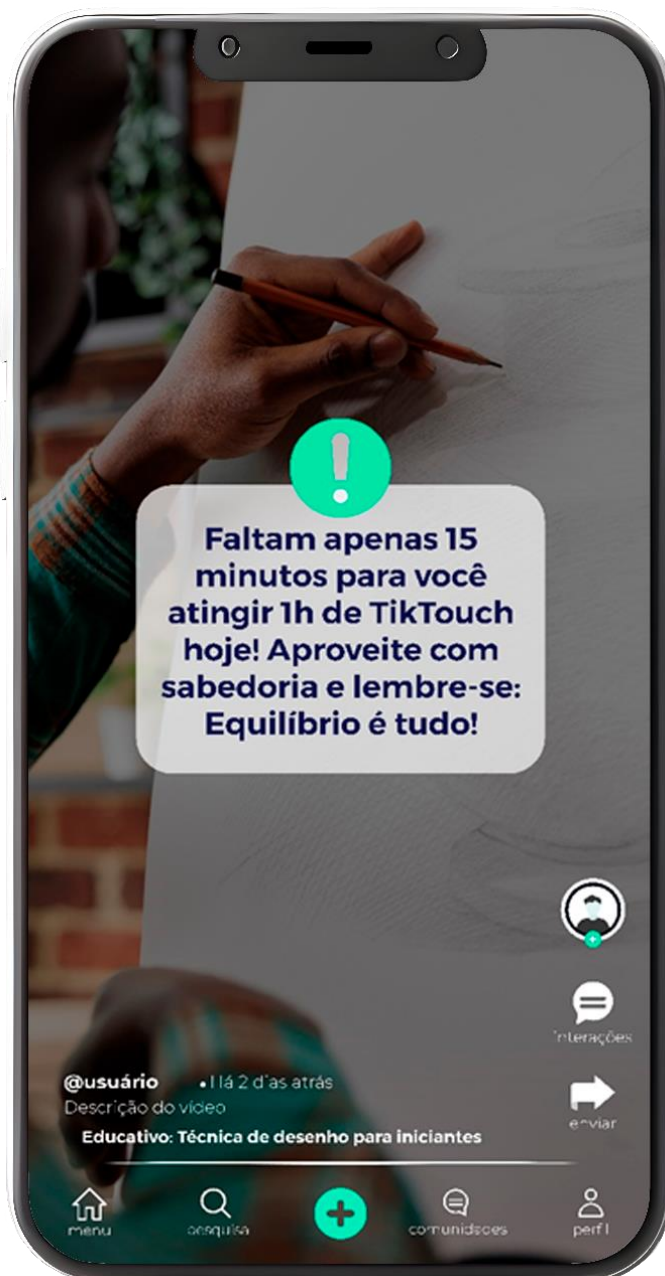


Fonte: O próprio autor (2025)

O *TikTouch* se preocupa com o bem-estar de seus usuários, portanto, ao atingir o limite diário de 20 conteúdos de acordo com os dados da

Organização Mundial da Saúde (OMS)²⁹, crianças e adolescentes entre 6 e 18 anos devem consumir, no máximo, 1 hora diária de telas recreativas. A plataforma enviará um aviso informando que já chegou ao máximo recomendado. Após isso, o acesso ao conteúdo será liberado apenas no dia seguinte, ajudando você a manter um uso equilibrado da plataforma.

Figura 27: Tela de aviso sobre o tempo restante de consumo de conteúdos

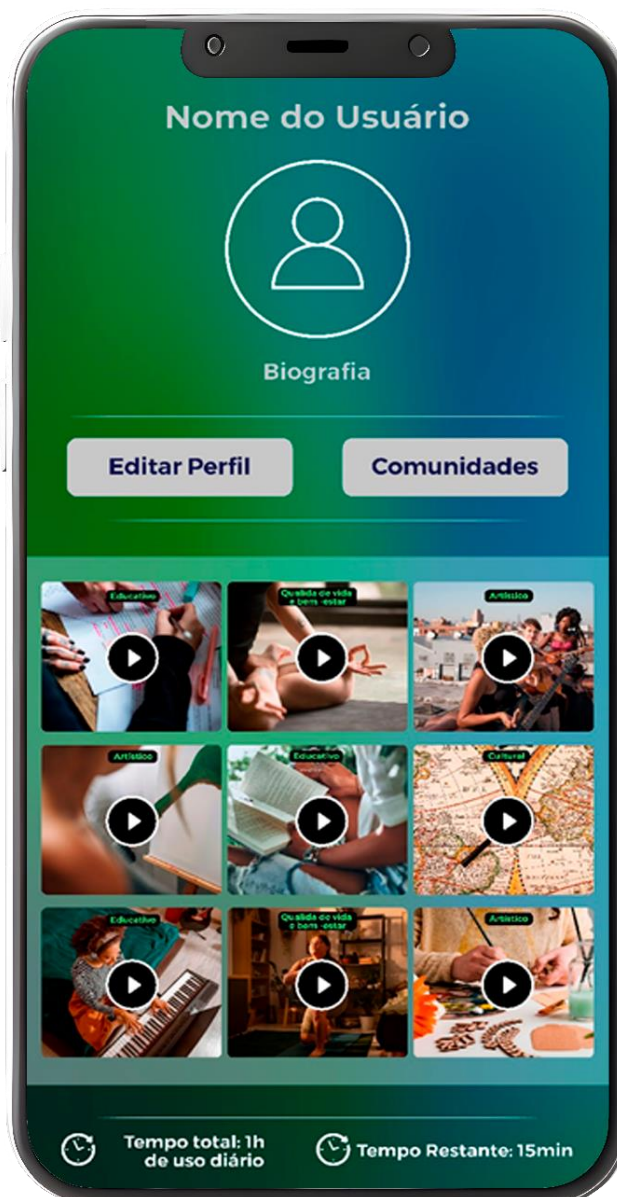


Fonte: O próprio autor (2025)

²⁹ Disponível em: <https://www.who.int/publications/item/9789241550536>. Acesso em: 20 jan. 2025.

O *TikTouch* vai informar o *user* que faltam 15 minutos para ele atingir 1 hora de uso diário na plataforma. Após esse período, o acesso será pausado e só estará disponível novamente no dia seguinte. Essa medida tem como objetivo promover um consumo equilibrado de conteúdo, evitando o uso excessivo. O usuário pode aproveitar esse tempo restante de forma consciente antes da pausa.

Figura 28: Perfil do usuário



Fonte: O próprio autor (2025)

Na seção do perfil do usuário, irá mostrar os conteúdos publicados e salvos pelos usuários, cada vídeo conterá uma categoria na qual ele se insere como: conteúdos educativos, artísticos, culturais ou qualidade de vida e bem-estar; com a possibilidade de edição de informações pessoais na aba de editar perfil, acesso aos grupos e comunidades na qual o indivíduo faz parte e o cronômetro de tempo restante de usabilidade diária do aplicativo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa investigou os impactos do uso do *TikTok* na Geração Z, explorando tanto os benefícios quanto as consequências do consumo excessivo da plataforma. A partir da revisão bibliográfica e da revisão sistemática realizada, verificou-se que o *TikTok* possui um modelo algorítmico altamente engajador, que mantém os usuários imersos em um ciclo contínuo de consumo e produção de conteúdo, favorecendo a viralização, mas também trazendo desafios relacionados ao tempo de exposição, saúde mental e comportamento social.

Essa popularidade tem levantado questões sobre seu impacto na saúde mental e no comportamento social dos jovens usuários. Com a globalização e as transformações midiáticas, o acesso facilitado à informação permitiu aos usuários um contato mais direto com conteúdos compartilhados por amigos em *websites* e redes sociais *on-line*. Sendo assim, a cada novo compartilhamento, o conteúdo é amplificado e pode, em questão de minutos, alcançar uma audiência de milhares ou até milhões. Essa dinâmica exponencial e crescente de compartilhamentos entre usuários, que resulta em uma disseminação rápida em uma rede social online, é conhecida como "viral".

Diante disso, os conteúdos compartilhados por um *hub* (ponto central de distribuição de informações e conteúdos) têm maior probabilidade de ser redistribuídos por um número maior de pessoas, aumentando exponencialmente sua visibilidade e potencial de viralização. Ademais, as plataformas de redes sociais também utilizam algoritmos que amplificam conteúdos populares, contribuindo para sua viralização de diferentes tipos de conteúdos, compostos e distribuídos para as bolhas virtuais, na qual os usuários passam a maior parte do tempo interagindo com outros nativos digitais.

As funcionalidades não só aumentam a visibilidade dos conteúdos, mas também incentivam a criatividade dos usuários, proporcionando uma experiência de uso mais rica e diversificada. Além das ferramentas de edição, o algoritmo de recomendação dessas plataformas desempenha um papel crucial na amplificação dos conteúdos. O *TikTok* utiliza um sistema avançado de inteligência artificial para analisar o comportamento dos usuários e recomendar

vídeos personalizados, aumentando significativamente as chances de um vídeo se tornar viral.

A relação entre esses fatores e o consumo excessivo do *TikTok* pela Geração Z é clara. O algoritmo garante que o conteúdo oferecido seja sempre relevante e interessante, enquanto o design visual e as ferramentas interativas mantêm os usuários engajados e incentivam a criação e consumo contínuos de conteúdo. Essa combinação cria um ciclo de feedback positivo onde o usuário, constantemente recompensado por novos e interessantes vídeos, é levado a passar mais tempo na plataforma. Portanto, o *TikTok* exemplifica como a integração de algoritmos avançados com um design semiótico eficaz pode levar ao uso excessivo de uma plataforma digital. No caso da Geração Z, que já está predisposta a consumir conteúdo digital de forma intensa, o *TikTok* oferece uma experiência tão cativante e personalizada que resulta em um tempo de exposição elevado, levantando questões sobre os impactos a longo prazo desse consumo excessivo.

Os resultados provenientes da literatura disponível confirmam que o uso intensivo da plataforma pode comprometer a capacidade de concentração e reflexão crítica dos jovens, levando a interações mais superficiais e influenciando padrões de comportamento e autoimagem. Com essa superficialidade embutida nos conteúdos do *TikTok* e as rápidas interações digitais, a transição das conexões virtuais para o físico se torna mais difícil, impactando negativamente a evolução das relações sociais da Geração Z. Ao priorizar tendências, os algoritmos não apenas moldam o consumo de mídia, mas também têm o poder de influenciar comportamentos e atitudes sociais. Portanto, a interseção entre algoritmos e produção de conteúdo nas redes sociais exige uma análise crítica e a consideração de estratégias para mitigar seus efeitos negativos, promovendo um ambiente digital mais inclusivo e informativo.

Além das diferentes formas de interação nas mídias sociais, a internet revolucionou a maneira como a sociedade recebe, consome e compartilha informação, concedendo uma maior facilidade e velocidade na entrega e alcance de diferentes nichos e comunidades existentes dentro das plataformas. Com isso, o volume de informações a que os usuários estão expostos excede a capacidade de assimilação e absorção, pelo fato de serem diversos conteúdos produzidos e consumidos, e em alguns casos tratados e abordados de maneira

superficial, ocasionando impactos significativos na compreensão dessa informação. Contudo, apesar dos volumes das informações contidas nas trends, as atualizações tecnológicas das redes sociais proporcionam um registro e a documentação dessas informações.

Diante desse cenário, a criação do mockup visual do *TikTouch* surge como uma proposta alinhada com os achados desta pesquisa que remeta a conscientização sobre a saúde como um todo do público, como o *TikTouch* alinhado com os objetivos desta pesquisa pode atuar como uma ferramenta educativa e preventiva, promovendo um uso mais consciente e equilibrado do *TikTok*, incentivando interações criativas e colaborativas na plataforma. O *TikTouch* tem como objetivo principal conscientizar os usuários da Geração Z sobre sua interação digital, promovendo um uso mais equilibrado das plataformas sociais. Através de ferramentas que monitoram o tempo de uso, notificações personalizadas e conteúdos educativos, o aplicativo busca incentivar uma relação mais saudável com a tecnologia.

O *TikTouch* está em conformidade com os resultados encontrados na revisão sistemática e bibliográfica nos seguintes quesitos: mitigação do uso excessivo e controle do tempo de tela por meio da implementação de um limitador de tempo, criação de comunidades temáticas para fortalecer a identidade digital dos usuários e estímulo à autorregulação no consumo de conteúdo. Essas diretrizes buscam minimizar os impactos negativos associados ao uso prolongado de redes sociais, como ansiedade, dependência digital e procrastinação.

Dessa forma, a plataforma propõe um modelo de interação digital mais equilibrado e saudável, alinhado com as necessidades da Geração Z, que apontam a necessidade de estratégias de mitigação para os efeitos negativos do consumo excessivo de redes sociais. Ao fornecer recursos que estimulam a autorregulação e o uso consciente, o aplicativo pode contribuir significativamente para a redução de problemas como ansiedade, dependência digital e procrastinação. Dessa forma, ele se posiciona como um aliado no desenvolvimento de práticas digitais mais saudáveis, capacitando os jovens a utilizarem a tecnologia de maneira mais crítica e produtiva.

Diante disso, a era digital não apenas modifica a maneira como o homem moderno acessa e utiliza a informação, mas também redefine suas interações

sociais e a estrutura das suas redes de conhecimento. As mídias digitais emergem como catalisadoras de uma sociedade mais informada e conectada, onde as barreiras temporais e espaciais são continuamente superadas. A mudança do comportamento digital dos nativos digitais inclui a replicação de desafios e criação de conteúdo para ganhar seguidores, assim como os produtos promovidos por influenciadores, que utilizam conteúdos e trends para criar e estimular nos jovens seguidores desejo de compra, estilo de vida, entre outros fatores. No entanto, essas tendências, interligadas às trends virais nas redes sociais, corroboram mais para estímulos de consumo e alienação, perdendo a sua verdadeira essência, que tem como base informar, interagir e construir uma inteligência coletiva mais energética e rica em informações verídicas.

Futuras pesquisas podem aprofundar a relação entre o *TikTok* e a formação da identidade dos jovens, investigando como o uso contínuo da plataforma influencia a autoimagem, as relações interpessoais e o consumo de conteúdo digital. Além disso, é essencial explorar alternativas para um uso mais equilibrado da plataforma, analisando possíveis estratégias de mitigação dos impactos negativos identificados.

Por fim, este estudo ressalta a importância de compreender o papel das redes sociais na vida dos jovens e sua influência na dinâmica social contemporânea. Diante dos desafios impostos pela crescente digitalização, torna-se fundamental desenvolver uma educação midiática crítica e um letramento digital, que permita aos usuários uma navegação mais consciente e reflexiva nesses ambientes virtuais.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W. **Teoria da semicultura**. Tradução de Newton Ramos de Oliveira, Bruno Pucci e Cláudia B. M. de Abreu. Educação e Sociedade: revista quadrimestral de ciência da educação, ano XVII, n. 56, 1996. Campinas: Papirus.
- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.
- AKERS, Ronald L. **Social learning and social structure: A general theory of crime and deviance**. New Brunswick: Transaction Publishers, 2020.
- ALTER, Adam. **Irresistível: A Última Década da Psicologia do Vício**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2018.
- ARAÚJO, Carlos. **Mídias sociais e cultura digital**. São Paulo: Editora ABC, 2018.
- ARIANA, H.; ALMUHTADI, I.; NATANIA, N. J.; HANDAYANI, P. W.; BRESSAN, S.; LARASATI, P. D. **Influence of TikTok on Body Satisfaction Among Generation Z in Indonesia: Mixed Methods Approach**. *JMIR Human Factors*, 2024. Disponível em: <https://humanfactors.jmir.org/2024/1/e58371>. Acesso em: 26 jan. 2025.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAYAT, Asef. **Revolutions without Revolutionaries: Making Sense of the Arab Spring**. Stanford: Stanford University Press, 2017.
- BERG, Mario. **Tempos virais**. São Paulo: Editora XYZ, 2017.
- BERG, Malcolm. **The tipping point: How little things can make a big difference**. Nova York: Little, Brown and Company, 2000.
- BERNERS-LEE, Tim; FISCHETTI, Mark. **Weaving the Web: The original design and ultimate destiny of the World Wide Web by its inventor**. San Francisco: HarperSanFrancisco, 1999.
- BHANDARI, Aparajita; BIMO, Sara. **TikTok and the “Algorithmized Self”: a New Model of Online Interaction**. *AoIR Selected Papers of Internet Research*, 2020. Disponível em: <https://spir.aoir.org/ojs/index.php/spir/article/view/11172>. Acesso em: 03 jun. 2024.
- BOCCATO, V. R. C. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação**. *Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo*, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.
- BORBA, Ivan. **O Mirc sem segredos 2**. São Paulo: Editora Brasport, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Tradução de Maria Lucia de Arruda Aranha. São Paulo: Bertrand Brasil, 2007.

BOYD, danah. **It's complicated: The social lives of networked teens**. New Haven: Yale University Press, 2014.

BOYD, danah; ELLISON, Nicole, B. **Social network sites: definition, history, and scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, v. 13, n. 1, p. 210-230, out. 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>. Acesso em: 14 mai. 2024.

BRAGA, José Luiz. **Lógicas da mídia, lógicas da midiatização?**. In: FAUSTO NETO, Antônio et al. Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015. E-book.

BRAND, C.; FOCESATTO, C. F.; GAYA, A. R.; SCHUCH, F. B.; LÓPEZ-GIL, J. F. **Scrolling through adolescence: unveiling the relationship of the use of social networks and its addictive behavior with psychosocial health**. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, v. 18, p. 107, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s13034-024-00805-0>. Acesso em: 10 jan. 2025.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Impactos das redes sociais na saúde dos adolescentes**. Brasília: Ministério da Saúde, 2021.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. **Thematic Analysis: A Practical Guide**. London: SAGE, 2022.

BURGESS, J.; GREEN, J. **YouTube: Online Video and Participatory Culture**. Polity Press, 2018.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2003.

CARR, Nicholas. **The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains**. New York: W. W. Norton & Company, 2010.

CARVALHO, João. **Redes sociais e a construção da cultura digital**. São Paulo: Editora Contemporânea, 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 6. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os Negócios e a Sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Paz & Terra, 2016.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

CASTELLS, Manuel. **The rise of the network society**. Malden: Blackwell, 2000.

CERF, Vinton. **A Evolução das Redes de Comunicação**. São Paulo: Editora XYZ, 2001.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: O Novo Papel dos Recursos Humanos nas Organizações**. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

CIALDINI, Robert B. **Influence: The Psychology of Persuasion**. New York: Harper Business, 2006.

COTTER, K. **Playing the Visibility Game: How Digital Influencers and Algorithms Negotiate Influence on Instagram**. *New Media & Society*, 21(4), 895-913, 2019.

DA COSTA, R. **As Comunidades Virtuais**. *Informática na educação: teoria & prática*, Porto Alegre, v. 8, n. 2, 2005. DOI: 10.22456/1982-1654.8175. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/InfEducTeoriaPratica/article/view/8175>. Acesso em: 24 mar. 2024.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo** seguido do Prefácio à 4.^a edição italiana: Comentários sobre a sociedade do espetáculo. São Paulo: Contraponto, 1997.

DEGENNE, Alain; FORSÉ, Michel. **Introducing social networks**. Londres: Sage, 1999.

DESLANDES, Suely Ferreira; COUTINHO, Tiago. **O uso intensivo da internet por crianças e adolescentes no contexto da COVID-19 e os riscos para violências autoinflingidas**. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 25, supl. 1, p. 2479-2486, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.11472020>. Acesso em: 05 jan. 2025.

DIAS, Carlos. **Psicologia das Redes Sociais: Comportamento, Emoção e Tecnologia**. Editora Atlas, 2018.

DOERING, Nicola. Personal home pages on the Web: **A review of research**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 7, n. 3, 2002. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol7/issue3/doering.html>. Acesso em: 10 mar. 2024.

DUARTE, A.; DIAS, P. **TikTok: usos e motivações entre adolescentes em Portugal**. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n. 147, p. 81-102, 2021. Disponível em: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4419/3423>. Acesso em: 26 dez. 2024.

EISENSTEIN, Elizabeth. **The Printing Press as an Agent of Change**. Cambridge: Cambridge University Press, 1979.

EMMANUEL, S. Geração Z: **Quem são e como se comportam os jovens nascidos na era digital**. São Paulo: Editora XYZ, 2018.

FAUSTO NETO, Antônio. **Fragmentos de uma “analítica” da mediatização**. *Matrizes*, São Paulo, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

- FAUSTO NETO, Antônio. **Midiatização da enfermidade de Lula: sentidos em circulação em torno de um corpo-significante**. Salvador: EDUFBA, 2012.
- FAUSTO NETO, Antônio et al. **Mediatização**. In: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2014.
- FERNANDES, Rita et al. **Problemas de saúde relacionados ao uso excessivo de dispositivos móveis entre adolescentes**. *Revista Brasileira de Saúde*, v. 34, n. 2, p. 123-135, 2020.
- FERREIRA, João; OLIVEIRA, Maria. **Impactos das redes sociais na saúde mental da Geração Z**. Editora Digital, 2021.
- FERREIRA, Mariana; SANTOS, Ricardo. **Algoritmos e visibilidade: A lógica dos mecanismos de busca**. *Revista Brasileira de Comunicação*, v. 15, n. 2, p. 123-139, 2020.
- FREIRE, Paulo. **A influência digital**. São Paulo: Editora XYZ, 2017.
- FRANCIS, T.; HOEFEL, F. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey & Company, Novembro 2018. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/truegen-generation-z-and-its-implications-for-companies>. Acesso em: 12 maio. 2024.
- GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e método: Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica**. Tradução de Roberto Machado. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora Tempo Brasileiro, 2015.
- GENTILE, Douglas A. et al. **Pathological Video Game Use Among Youths: A Two-Year Longitudinal Study**. *Pediatrics*, v. 127, n. 2, p. e319-e329, 2012.
- GLADWELL, Malcolm. **The tipping point: How little things can make a big difference**. Nova York: Little, Brown and Company, 2000.
- GRANT, Maria J.; BOOTH, Andrew. **A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies**. *Health Information & Libraries Journal*, v. 26, n. 2, p. 91-108, 2009.
- GOFFMAN, Erving. **A apresentação do eu na vida cotidiana**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1959.
- GOMES, João; SILVA, Ana. **Algoritmos e personalização em redes sociais**. Editora Tecnologia, 2020.
- GOMES, Pedro Gilberto. **Midiatização: um conceito, múltiplas vozes**. In: FAUSTO NETO, Antônio et al. *Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario: Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015. E-book.
- GONÇALVES, A. F.; AVANCI, J. Q.; NJAINE, K. **As giletes sempre falam mais alto: o tema da automutilação em comunidades online**. *Cadernos de Saúde Pública*, v.

39, n. 4, p. e00197122, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-311XPT197122>. Acesso em: 05 jan. 2025.

GOUGH, David; OLIVER, Sandy; THOMAS, James. **An introduction to systematic reviews**. London: SAGE Publications, 2017.

GUPTA, S.; BROOKS, M. **The Ice Bucket Challenge: Viral philanthropy in the digital age**. Journal of Nonprofit Management, v. 12, n. 3, p. 45-57, 2013.

HAN, Byung.-C. **No enxame: perspectivas do digital**. Petrópolis: Editora Vozes, 2018.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Tradução de Flávio Köthe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. (Biblioteca Tempo Universitário, 76 – Série Estudos Alemães).

HARVEY, David. **The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change**. Oxford: Blackwell, 1989.

HEIDEGGER, Martin. Ser e tempo. Tradução de Marcos Arruda. 13. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2015.

HJARVARD, S. **A midiatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2014.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. **Dialética do Esclarecimento: Filosofia e Psicologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

HOVLAND, C. I.; JANIS, I. L.; KELLEY, H. H. **Communication and persuasion: psychological studies of opinion change**. New York: Greenwood Press, 1953.

HUANG, Y.-L.; CHEN, Y.-K.; LIN, S.-H.; CAO, H.; CHEN, Q. **The effect of short music videos on needs satisfaction and separation anxiety of children's family members during COVID-19: The example of TikTok**. *Frontiers in Pediatrics*, v. 10, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fped.2022.990752>. Acesso em: 27 dez. 2024.

JENKINS, Henry. **Cultura de convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2006.

JENKINS, Henry.; FORD, Sam.; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**. São Paulo: Aleph, 2015.

JONES, Steve. Future social: **How our social lives will evolve in the next decade**. Nova York: Simon & Schuster, 2020.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. **Two hearts in three-quarter time: How to waltz the social media/viral marketing dance**. Business Horizons, v. 54, n. 3, p. 253-263, 2011.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media.** Business Horizons, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.

KEMP, Simon. Digital 2022: Brazil. 9 fev. 2022. **DataReportal – Global Digital Insights.** Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>. Acesso em: 05 fev. 2024.

KING, A. L. S.; NARDI, A. E.; SILVA, A. C. O. **Nomofobia: dependência do computador, internet, redes sociais? Dependência do telefone celular?** Rio de Janeiro: Atheneu, 2014.

KROENKE, K.; SPITZER, R. L.; WILLIAMS, J. B. W. **The PHQ-9: Validity of a brief depression severity measure.** *Journal of General Internal Medicine*, v. 16, n. 9, p. 606-613, 2001. Disponível em: <https://doi.org/10.1046/j.1525-1497.2001.016009606.x>. Acesso em: 25 jan. 2025.

KROSS, Ethan et al. **Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults.** PLOS ONE, v. 8, n. 8, e69841, 2013. DOI: 10.1371/journal.pone.0069841. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>. Acesso em: 26 maio. 2024.

LANGLAIS, M. R.; THALER, A.; WEST, E. **TikTok too much? A qualitative investigation of adolescent TikTok use, motivation, and consequences.** *Youth & Society*, v. 1–22, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0044118X241282347>. Acesso em: 26 jan. 2025.

LASSWELL, Harold. **A estrutura e a função da comunicação na sociedade.** In: COHN, G. (Org.). Comunicação e indústria cultural. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o Social: uma Introdução à Teoria Ator-Rede.** Salvador: Edufba, 2012.

LAZARSFELD, Paul F.; MERTON, Robert K. **Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action.** In: BRYSON, L. (Ed.). The communication of ideas. New York: Harper and Row, 1948.

LIMA, M. **A democratização do entretenimento digital: o fenômeno do TikTok.** Revista de Comunicação e Cultura Digital, v. 5, n. 2, p. 45-60, 2023.

LIMA, F. C. L.; LIMA, L. C. C. **A influência das redes sociais na saúde emocional dos alunos da primeira série do ensino médio da Escola de Referência em Ensino Médio Clementino Coelho.** *Id on Line Revista de Psicologia*, v. 17, n. 67, p. 57-76, 2023. DOI: 10.14295/online.v17i67.3807.

LEIVA CASTILLO, Jacqueline; RABANAL CARRASCO, Mariela; CABRERA PALMA, Daira; CANALES ABARCA, Javiera; GORMAZ AGUIRRE, Marielle; MEZA ESPINOZA, Javiera; MORANDÉ MORALES, Valeria. **Conductas sociales y de salud de la adolescencia representadas en TikTok.** *Enfermería: Cuidados Humanizados*, v. 12,

n. 1, p. e3078, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.22235/ech.v12i1.3078>. Acesso em: 05 jan. 2025.

LEMOS, André. **Cibercultura, cultura e identidade**. Direção a uma “Cultura Copyleft”, v. 2, 2004.

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

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LEWIN, Kurt. **Frontiers in Group Dynamics: II**. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research. Human Relations, v. 1, n. 2, p. 143-153, 1947.

MACHADO, R. **Algoritmos e bolhas de informação nas redes sociais digitais**. Revista de Mídia e Sociedade, v. 6, n. 3, p. 71-85, 2021.

MANICAVASAGAR, V.; SILOVE, D.; WAGNER, R. **Adult separation anxiety disorder: A disorder comes of age**. *Current Psychiatry Reports*, v. 5, n. 4, p. 298-305, 2003.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARQUES DE MELO, José. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 2003.

MARTÍN, C. V.; BLASCO, M. M.; MORALES, M. J. **Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception**. *Humanities and Social Sciences Communications*, v. 11, n. 1444, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03984-5>. Acesso em: 26 jan. 2025.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Midiatização: a vivência do conceito**. In: CARVALHO, Carlos Alberto de (orgs.). *Midiatização e textualidades: dimensões teóricas e aplicações empíricas*. Belo Horizonte: PPGCOM UFMG, 2017.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas**. In: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (orgs). *Mediação & midiatização*. Salvador: EDUFBA, 2012.

MARWICK, Alice E. **To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter**. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, v. 17, n. 2, p. 139-158, 2011.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEYROWITZ, Joshua. **No sense of place: The impact of electronic media on social behavior**. Nova York: Oxford University Press, 1985.

MONTAG, C.; MARKETT, S. **Depressive inclinations mediate the association between personality (neuroticism/conscientiousness) and TikTok Use Disorder tendencies.** *BMC Psychology*, v. 12, p. 81, 2024.

MONTEIRO, Carlos. **A influência das redes sociais na opinião pública.** In: SILVA, João; PEREIRA, Maria (Orgs.). *Comunicação e Sociedade*. Lisboa: Editora Lusófona, 2018. p. 123-139.

MOREIRA, C. R. M.; PATZLAFF, M. H. A.; FITARONI, J. B. **O impacto do TikTok na autoestima dos jovens adultos: uma análise qualitativa.** *Revista Contemporânea*, 2024.

MORIN, Edgar. **O Espírito do Tempo: Cultura de Massa no Século XX.** 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1967. p. 32.

NORMAN, Donald. **O design do dia a dia.** Rio de Janeiro: Rocco, 2013.

NEWHAGEN, John E.; RAFAELI, Sheizaf. **Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue.** *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 1, n. 4, 1996. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/rafaeli.html>. Acesso em: 11 abr. 2024.

NIETZSCHE, Friedrich. **Além do bem e do mal: Prelúdio a uma filosofia do futuro.** Tradução de Paulo César de Souza. 5. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: O que a internet está escondendo de você.** Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PENTEADO, Antonio. **A relação entre mídia e política nas redes sociais.** *Revista de Comunicação Política*, v. 10, n. 3, p. 56-68, 2021.

PENTEADO, Julio. **A revolução digital e suas implicações sociais.** In: SANTOS, Ricardo (Org.). *Sociedade em transformação*. São Paulo: Editora Moderna, 2019. p. 89-105.

PENTEADO, Julio. **Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e os jovens.** São Paulo: Editora Contemporânea, 2020.

PEREIRA, Marcos. **A era dos algoritmos nas redes sociais.** Rio de Janeiro: Editora Digital, 2021.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

POP, L. M.; IORGA, M.; IURCOV, R. **Body-esteem, self-esteem and loneliness among social media young users.** *International Journal of Environmental Research and Public Health*, v. 19, n. 5064, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/ijerph19095064>. Acesso em: 15 jan. 2025.

RAMÍREZ LEYVA, F. M. **Condicionantes de saúde, estética e violência em narrativas de streamers e sua audiência.** *Dixit*, v. 37, n. 2, p. 69-80, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.22235/d.v37i2.3352>. Acesso em: 15 jan. 2025.

RHEINGOLD, Howard. **A comunidade virtual.** Lisboa: Gradiva, 1996.

RIBEIRO, Tiago. **Redes sociais e a construção da identidade digital.** Rio de Janeiro: Editora XYZ, 2019.

ROGOWSKA, A. M.; CINCIO, A. **Procrastination mediates the relationship between problematic TikTok use and depression among young adults.** *Journal of Clinical Medicine*, v. 13, n. 1247, p. 1-17, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/jcm13051247>. Acesso em: 15 jan. 2025.

ROJAS, Herling; PUCCI, Jéssica. **As redes sociais e a construção da subjetividade contemporânea.** São Paulo: Editora Universitária, 2018.

RUFINO, J. V.; RODRIGUES, R.; MESAS, A. E.; GUIDONI, C. M. **O papel mediador da dependência de mídia social e da qualidade do sono na associação entre tempo de uso de mídia social e sintomas depressivos em universitários.** *Cadernos de Saúde Pública*, v. 40, n. 5, p. e00097423, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-311XPT097423>. Acesso em: 26 jan. 2025.

SAMPAIO, José Luiz; MANCINI, Maria Célia. **Métodos de pesquisa em ciências sociais.** São Paulo: Atlas, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea.** São Paulo: Editora Paulus, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura.** São Paulo: Paulus, 2013.

SANTAELLA, Lúcia. **A emergência da inteligência artificial e a simbiose das culturas.** São Paulo: Paulus, 2022.

SANTOS, A. L. dos; AMBROSOLI, L. S.; PINHEIRO, A. M. da S. G. **O impacto do uso das redes sociais no nível de ansiedade.** *Recima21*, v. 3, n. 12, 2022. Disponível em: <https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/2418/1827>. Acesso em: 26 dez. 2024.

SANTOS, Maria; ALMEIDA, Bruno. **A influência dos influenciadores digitais nas decisões de consumo.** *Revista Brasileira de Marketing*, v. 18, n. 2, p. 132-147, 2020.

SANTOS, Darlene P. M. dos; OLIVEIRA, André L. B. **A Internet e a construção da subjetividade: entre o desejo e a dependência.** Petrópolis: Editora Vozes, 2022.

- SCHMIDT, Eric; COHEN, Jared. **The new digital age: Reshaping the future of people, nations and business**. Nova York: Alfred A. Knopf, 2013.
- SGORLA, Fabiane. **A “visibilidade midiática” - da “sociedade midiática” à “sociedade midiaticizada”**. Revista Tecer, Belo Horizonte, v. 3, n. 4, p.01-10, maio. 2010.
- SIBILLA, P.; DIOTAIUTI, P. **The role of social networks in the development of young people's self-esteem**. Journal of Youth Studies, v. 23, n. 1, p. 103-116, 2020.
- SIBILLA, P.; DIOTAIUTI, P. **The role of social networks in the development of young people's self-esteem**. Journal of Youth Studies, 23(1), 103-116, 2020.
- SILVA, Carlos. **Algoritmos e mídia digital: Impactos e dinâmicas na era da informação**. São Paulo: Editora Acadêmica, 2021.
- SILVA, N.; GONÇALVES, C. **Como o TikTok tem influenciado a sociedade moderna e quais os seus impactos a curto prazo**. *Estudos e Negócios Academics*, v. 8, 2024. Disponível em: <https://portalderevistas.esags.edu.br>. Acesso em: 25 jan. 2025.
- SILVA, João. **O impacto das redes sociais na indústria musical**. Rio de Janeiro: Editora Música Digital, 2022.
- SILVA, J. A. **Semiótica e interatividade nas plataformas digitais: uma análise do TikTok**. Revista de Mídia e Sociedade, v. 7, n. 2, p. 58-70, 2021.
- SILVA, Patrícia. **Influência Digital e Viralização: Estratégias de Engajamento nas Redes Sociais**. Editora Atlas, 2020.
- SILVA, Tarcisio. **As redes sociais na construção do conhecimento coletivo**. In: PEREIRA, Maria (Org.). *Sociedade digital*. Lisboa: Editora Lusófona, 2020. p. 145-162.
- SILVA, Tarcisio. **Influência digital: A nova era dos formadores de opinião**. São Paulo: Editora XYZ, 2021.
- SILVA, Tarcisio. **Redes sociais e conhecimento coletivo**. Lisboa: Editora Lusófona, 2020.
- SIMMEL, Georg. **Sociologia: Estudos sobre as formas de socialização**. São Paulo: Ed. Unesp, 2006.
- SIMONS, John. **Social media marketing for dummies**. Hoboken: John Wiley & Sons, 2021.
- SOUZA, A. B.; CARLESSO, J. P. P. **Nomofobia e o impacto do uso do TikTok no comportamento dos adolescentes**. *Revista Aracê*, v. 7, n. 1, p. 1543-1561, 2025.
- SOUZA, Carla. **Influência digital na era das redes sociais**. São Paulo: Editora XYZ, 2018.

- SOUZA, Fernando. **Transformações Digitais e a Nova Era Midiática**. Editora Campus, 2021.
- STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Grounded theory methodology: An overview**. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Eds.). *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage, 1994. p. 273-285.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- TIKTOK. **About TikTok**. 2023. Disponível em: <https://www.tiktok.com/about>. Acesso em: 4 fev. 2024.
- TUFEKCI, Zeynep. **Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest**. Yale University Press, 2014.
- TURKLE, Sherry. **Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other**. Nova York: Basic Books, 2011.
- TWENGE, Jean M. **iGen: Por que a geração digital está além do que imaginamos e o que podemos fazer sobre isso**. Tradução de Sérgio Flaksman. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca, 2018.
- VAZ, Paulo. **Estratégias de Comunicação nas Redes Sociais**. In: CARVALHO, João; MELO, Rafael (Orgs.). *Comunicação e Mídia Digital*. São Paulo: Editora Contemporânea, 2021. p. 101-118.
- VIEIRA, João; SANTOS, Ricardo. **A Geração Z e as redes sociais**. In: MORAES, Carlos (Org.). *Juventude e Cultura Digital*. Rio de Janeiro: Editora XYZ, 2019. p. 45-60.
- WEEKS, K. M.; VARGAS, L. **The Social Media Revolution**. New York: Routledge, 2020.
- WHITE, David Manning. **The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News**. *Journalism Quarterly*, v. 27, n. 3, p. 383-390, 1950.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- WINTER, Samantha. **Redes sociais e os desafios da comunicação contemporânea**. In: SILVA, João (Org.). *Desafios da Comunicação Digital*. São Paulo: Editora Contemporânea, 2021. p. 63-80.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- WOOLLEY, S. C.; HOWARD, P. N. **Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

YE, J-H. et al. **Effects of short video addiction on the motivation and well-being of Chinese vocational college students.** *Frontiers in Public Health*, v. 10, 2022. DOI: 10.3389/fpubh.2022.847672.

YEUNG, A.; NG, E.; ABI-JAOUDE, E. **TikTok and Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder: A Cross-Sectional Study of Social Media Content Quality.** *The Canadian Journal of Psychiatry*, v. 67, n. 12, p. 899-906, 2022. DOI: [10.1177/07067437221082854](https://doi.org/10.1177/07067437221082854)

ZENG, Lili; KAYE, Linda. **TikTok and the New Media Ecology.** Routledge, 2022.

ZHU, C. et al. **The relationship between short-form video use and depression among Chinese adolescents: Examining the mediating roles of need gratification and short-form video addiction.** *Heliyon*, v. 10, 2024. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e30346>. Acesso em: 15 jan. 2025.

ZUBOFF, Shoshana. **O capital no século XXI: a era do capitalismo de vigilância.** São Paulo: Editora Intrínseca, 2019.

Apêndices



mídia e
tecnologia
programa de pós-graduação



Faculdade de
Arquitetura, Artes,
Comunicação
e Design

Tabela 3: Categorias de publicações recuperadas: Periódicos da Capes.

EXPRESSÕES	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES ENCONTRADAS	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS	DATA DE RECUPERAÇÃO
"Geração Z" e "TikTok"	2 Resultados	0	13/12/2024
"Geração Z" e "Excess" e "TikTok"	0 Resultado	0	13/12/2024
"Geração Z" e "TikTok" e "Viral"	0 Resultado	0	13/12/2024
"Geração Z" e "Viral"	0 Resultado	0	13/12/2024
"Gen Z" e "TikTok"	57 Resultados	0	13/12/2024
"Gen Z" e "TikTok" e "Viral"	7 Resultados	0	13/12/2024
"Gen Z" e "TikTok" e "Health"	6 Resultados	0	13/12/2024
"TikTok" e "Saúde"	1 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" e "Conteúdo"	34 Resultados	1: Características comportamentais e uso de gratificações.	20/12/2024
"TikTok" e "Algoritmo" e "Viral"	0 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" e "Viral"	3 Resultados	0	20/12/2024
"TikTok" e "Jovens" e "Saúde"	4 Resultados	0	20/12/2024
"TikTok" e "Jovens" e "Educação"	8 Resultados	1: Dopamina, saúde emocional e redes sociais.	20/12/2024
"TikTok" e "Viralização"	0 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" e "Vício"	0 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" e "Dependência"	3 Resultados	1: Vício, saúde e redes sociais.	20/12/2024
"TikTok" e "Efeitos"	9 Resultados	1: TikTok, ansiedade, fysicalismo e estética.	20/12/2024
"TikTok" e "Impacto"	0 Resultado	0	20/12/2024

Acadêmico" e "Adolescentes"			
"Redes sociais" e "Vício Digital" e "TikTok"	0 Resultado	0	20/12/2024
"Geração Z" e "Redes Sociais" e "Efeitos"	0 Resultado	0	20/12/2024
"Plataformas digitais" e "Jovens":	39 Resultados	0	05/01/2025
"TikTok" e "Brasil" e "Jovens"	3 Resultados	0	05/01/2025
"TikTok" e "Brasil" e "GenZ"	0 Resultado	0	05/01/2025
"TikTok" e "Viral" e "Jovens"	0 Resultado	0	05/01/2025
"Mídia Digital" e "Jovens" e "Saúde"	3 Resultados	0	05/01/2025
"TikTok" e "Comportamento Social" e "Brasil"	7 Resultados	0	05/01/2025
"TikTok" e "Tendência"	16 Resultados	1: Procrastinação e gestão de tempo.	05/01/2025
"TikTok" e "Comparação"	4 Resultados	1: Autoestima, autoimagem e comparação.	05/01/2025
"TikTok" e "Influenciadores" e "Saúde Mental"	0 Resultado	0	05/01/2025
"Geração Z" e "Depressão" e "Tecnologia"	1 Resultado	1: Nomofobia, depressão e ansiedade.	06/01/2025
"Geração Z" e "Depressão" e "Rede Social"	0 Resultado	0	06/01/2025
"Geração Z" e "Ansiedade" e "Rede Social"	1 Resultado	0	06/01/2025
"Jovens" e "Ansiedade" e "Rede Social"	5 Resultados	1: Dopamina e redes sociais.	06/01/2025
"Jovens" e "Vício" e "Rede Social"	0 Resultado	0	06/01/2025
"Jovens" e "Saúde Mental" e "Rede Social"	2 Resultados	0	06/01/2025

"Jovens" "Psicológico" "Rede Social"	e e	3 Resultados	0	06/01/2025
"Jovens" "Dependência" "Mídias"	e e	10 Resultados	0	06/01/2025
"Jovens" "Transtorno" "TikTok"	e e	15 Resultados	1: Depressão na adolescência e TikTok.	07/01/2025
"TikTok" "Isolamento"	e	3 Resultados	0	07/01/2025
"TikTok" "Zoomers"	e	5 Resultados	0	07/01/2025
"TikTok" "Algoritmos" "Adolescentes"	e e	2 Resultados	0	07/01/2025
"TikTok" "Adolescentes" "Vício"	e e	0 Resultado	0	07/01/2025
"TikTok" "Exposição"	e	3 Resultados	0	07/01/2025
"TikTok" "Viralização"	e	0 Resultado	0	07/01/2025
"Adolescentes" "Digital" e "Saúde"	e	105 Resultados	1: Direitos da Criança e do Adolescente, saúde mental e neurodireitos.	07/01/2025

Fonte: O próprio autor (2025)

Tabela 4: Categorias de publicações recuperadas: PubMed.

EXPRESSÕES	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES ENCONTRADAS	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS	DATA DE RECUPERAÇÃO
"TikTok" and "Gen Z"	2 Resultados	1: Vídeos curtos, saúde mental e adolescentes.	20/12/2024
"TikTok" and "Health"	13 Resultados	0	20/12/2024
"TikTok"	5 Resultados	1: Rede social e algoritmo.	20/12/2024
"TikTok" and "Anxiety"	25 Resultados	1: Mídia social, vício e ansiedade.	20/12/2024
"TikTok" and "Depression" and "Use"	20 Resultados	1: Uso excessivo, problemas psicológicos.	06/01/2025
"TikTok" and "Teens" and "Health"	79 Resultados	1: Adolescentes, redes sociais e saúde mental.	06/01/2025
"TikTok" and "Gen Z" and "Health"	0 Resultado	0	06/01/2025
"TikTok" and "Gen Z" and "Depression"	0 Resultado	0	06/01/2025
"TikTok" and "Impact" and "Health" and "Teens"	19 Resultados	1: Adolescentes, saúde e bem-estar.	06/01/2025
"TikTok" AND "Teens" AND "Health"	80 Resultados	1: Condições físicas e saúde mental.	06/01/2025

Fonte: O próprio autor (2025)

Tabela 5: Categorias de publicações recuperadas: ScieELO.

EXPRESSÕES	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES ENCONTRADAS	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS	DATA DE RECUPERAÇÃO
"Jovens" and "Dependência" and "Mídias"	1 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" and "Depressão"	0 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" and "Saúde"	1 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" and "Algoritmo"	0 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" and "Saúde" and "Jovens"	0 Resultado	0	20/12/2024
"TikTok" and "Ansiedade"	0 Resultado	0	20/12/2024
"Isolamento" and "Adolescentes"	36 Resultados	1: COVID-19, TikTok e uso excessivo.	06/01/2025
"Geração Z" and "Redes Sociais"	6 Resultados	0	06/01/2025
"Depressão" and "Rede Social"	36 Resultados	0	06/01/2025
"Ansiedade" and "Rede Social" and "Jovens"	2 Resultados	0	06/01/2025
"Rede Social" and "Saúde Mental"	27 Resultados	0	06/01/2025
"Jovens" and "Uso" and "Internet"	13 Resultados	0	06/01/2025
"Suicídio" and "Redes Sociais"	5 Resultados	1: Depressão e trends (desafios).	06/01/2025
"Depressão" and "Jovem" and "Online"	2 Resultados	0	06/01/2025
"Redes Sociais" and "Ansiedade"	25 Resultados	0	06/01/2025
"Redes Sociais" and "Internet" and "Saúde" and "Jovens"	8 Resultados	0	06/01/2025

"TikTok" "Saúde"	AND	3 Resultados	1: Saúde mental, estética e pressão social.	06/01/2025
---------------------	-----	--------------	---	------------

Fonte: O próprio autor (2025)

Tabela 6: Categorias de publicações recuperadas: Scopus.

EXPRESSÕES	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES ENCONTRADAS	NÚMERO DE PUBLICAÇÕES RECUPERADAS	DATA DE RECUPERAÇÃO
“TikTok” and “GenZ” and “Health”	0 Resultados	0	10/01/2025
“TikTok” and “Teenagers” and “Health”	17 Resultados	1: Satisfação corporal, cyberbullying, uso de mídia social e jovens.	10/01/2025
“TikTok” and “Teenagers” and “Depression”	3 Resultados	0	10/01/2025
“TikTok” and “Teenagers” and “Algorithmics”	0 Resultados	0	10/01/2025
“TikTok” and “Teenagers” and “Impacts”	18 Resultados	1: Saúde psicossocial, adolescentes, celular e redes sociais.	10/01/2025
“TikTok” and “Teenagers”	72 Resultados	2: Bem-estar digital, auto percepção e adolescentes.	10/01/2025

Fonte: O próprio autor (2025)

Tabela 7: Qualificação do local de publicação dos artigos: PubMed.

REVISTA	AUTOR	ARTIGO	ÍNDICE
Psychiatry Research	Chao et al. (2023)	TikTok use and psychosocial factors among adolescents: Comparisons of non-users, moderate users, and addictive users	h = 171 / Q1
Frontiers in Public Health	Huang et al. (2022)	The effect of short music videos on needs satisfaction and separation anxiety of children's family members during COVID-19: The example of TikTok	h = 74
BMC Psychology	Montag e Markett (2024)	Depressive inclinations mediate the association between personality (neuroticism/conscientiousness) and TikTok Use Disorder tendencies	h = 40
International Journal of Environmental Research and Public Health	Pop, Iorga e Iurcov (2022)	Body-Esteem, Self-Esteem and Loneliness among Social Media Young Users	h = 167
International Journal of Environmental Research and Public Health	Qin, Musetti e Omar (2023)	Flow Experience Is a Key Factor in the Likelihood of Adolescents' Problematic TikTok Use: The Moderating Role of Active Parental Mediation	h = 229
Journal of Clinical Medicine	Rogowka e Cincio (2024)	Procrastination Mediates the Relationship between Problematic TikTok Use and Depression among Young Adults	h = 74
Frontiers in Public Health	Ye (2022)	Effects of Short Video Addiction on the Motivation and Well-Being of Chinese Vocational College Students	h = 101
The Canadian Journal of Psychiatry	Yeung, Ng E e Jaoude (2022)	TikTok and Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder: A Cross-Sectional Study of Social Media Content Quality	h = 139

Heliyon	Zhu (2024)	The relationship between short-form video use and depression among Chinese adolescents: Examining the mediating roles of need gratification and short-form video addiction	h = 99
---------	------------	--	--------

Fonte: O próprio autor (2025)

Tabela 8: Qualificação do local de publicação dos artigos: Periódicos da Capes.

REVISTA	AUTOR	ARTIGO	QUALIS
Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación	Duarte e Dias (2023)	TikTok: usos e motivações entre adolescentes em Portugal	A2
ID on-line Revista de Psicologia	Lima e Lima (2023)	A Influência das Redes Sociais na Saúde Emocional dos Alunos da Primeira Série do Ensino Médio da Escola de Referência em Ensino Médio Clementino Coelho	B3
Revista Contemporânea	Matos e Cruz (2024)	Percepção da imagem corporal feminina: Influência das mídias sociais	B1
IOSR Journal of business and management	Moreira, Patzlaff e Fitaroni (2024)	O impacto do TikTok na autoestima dos jovens adultos: uma análise qualitativa	A2
RECIMA21 – Revista Científica Multidisciplinar	Mont et al. (2022)	O impacto das redes sociais no nível de ansiedade	B4
Estudos e Negócios Acadêmicos	Silva e Gonçalves (2024)	Como o TikTok tem influenciado a sociedade moderna e quais seus impactos a curto prazo	B2
DIGE – Direito Internacional e Globalização Econômica	Silva e Santana (2024)	Crianças e TikTok: Desafios à salvaguarda do melhor interesse na era digital	B2
Revista Aracê	Souza e Carlesso (2024)	Nomofobia e o impacto do uso do TikTok no comportamento dos adolescentes	A2

Fonte: O próprio autor (2025)

Tabela 9: Qualificação do local de publicação dos artigos: SciELO.

REVISTA	AUTOR	ARTIGO	QUALIS
Enfermería: Cuidados Humanizados	Castillo et al. (2023)	Conductas sociales y de salud de la adolescencia representadas en TikTok	B2
Cadernos de Saúde Pública	Gonçalves, Avanci e Njaine (2023)	“As giletes sempre falam mais alto”: o tema da automutilação em comunidades online	A1
Dixit	Leyva (2023)	Determinantes de salud, estética y violencia en narrativas de streamers y su audiencia	B1
Cadernos de Saúde Pública	Rufino et al. (2024)	O papel mediador da dependência de mídia social e da qualidade do sono na associação entre tempo de uso de mídia social e sintomas depressivos em universitários	A1

Fonte: O próprio autor (2025)

Tabela 10: Qualificação do local de publicação dos artigos: Scopus.

REVISTA	AUTOR	ARTIGO	ÍNDICE
JMIR HUMAN FACTORS	Ariana et al. (2024)	Influence of TikTok on Body Satisfaction Among Generation Z in Indonesia: Mixed Methods Approach	h = 30
Child and Adolescent	Brand et al. (2024)	Scrolling through adolescence: unveiling the relationship of the use of social networks and its addictive behavior with psychosocial health	h = 65
Sage Journals	Langlais, Thaler e West (2024)	Qualitative Investigation of Adolescent TikTok Use, Motivation, and Consequences	h = 151
Nature: Humanities & Social Sciences Communications	Martín, Blasco e Morales (2024)	Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception	h = 35

Fonte: O próprio autor (2025)

