

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Programa de Bolsas de Iniciação Científica PIBIC/FAPEMIG, Faculdade de Psicologia

Sophia Faleiro Quintanilla Flores

Victória Carneiro Santos Clemente

ADICÇÃO AO TIKTOK: uma investigação psicanalítica do consumo das redes sociais

Belo Horizonte

2023

Sophia Faleiro Quintanilla Flores

Victória Carneiro Santos Clemente

ADICÇÃO AO TIKTOK: uma investigação psicanalítica do consumo das redes sociais

Projeto apresentado no Programa de Iniciação Científica, no curso de Psicologia de Graduação da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Número do Projeto: PIBIC/FAPEMIG 2022/28676

Orientador(a): Profa. Maria José Gontijo Salum

Belo Horizonte

2023

Adicção ao TikTok: uma investigação psicanalítica do consumo das redes sociais

Addiction to TikTok: A psychoanalytic investigation of social media use

Maria José Gontijo Salum¹

Sophia Faleiro Quintanilla Flores²

Victoria Carneiro Santos Clemente³

RESUMO

O presente artigo apresenta uma investigação psicanalítica frente às chamadas novas adicções, a fim de discutir o uso excessivo de uma rede social em específico: o TikTok. Para isso, inicialmente, localiza-se o advento da Internet e das redes sociais, na chamada sociedade de consumo contemporânea. Em seguida, analisa-se o surgimento, a crescente popularidade e especificidades de funcionamento do TikTok para, por fim, transportar a compreensão psicanalítica do significado da associação do indivíduo com a droga e a obtenção de prazer gerada nessa relação, para o consumo expressivo da rede social em questão. Para subsidiar tais análises foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o paradigma da toxicomania na psicanálise e uma pesquisa de campo que consistiu de coleta de dados e entrevistas com jovens usuários do TikTok.

Palavras-chave: Adicção, TikTok, Redes Sociais; Psicanálise.

ABSTRACT

This article presents a psychoanalytic investigation into the so-called new addictions, aiming to discuss the excessive use of a specific social media: TikTok. To achieve this, it initially locates the advent of the Internet and social media in the contemporary society of consumers. Next, it analyzes the emergence, growing popularity, and specific functioning of TikTok to ultimately translate the psychoanalytic understanding of the meaning of the individual's association with the drug and the pleasure obtained in this relationship to the expressive consumption of the particular social media in question. To support such analyses, a literature review was conducted in the field of the paradigm of addiction in psychoanalysis, along with field research consisting of data collection and interviews with young TikTok users.

Key-words: Addiction, TikTok, Social Media, Psychoanalysis.

¹ Docente de Psicologia da PUC Minas - Praça da Liberdade. E-mail: mariajgontijo@gmail.com.

² Graduanda do curso de Psicologia da PUC Minas - Praça da Liberdade. E-mail: sophiafquintanillaf@gmail.com.

³ Graduanda do curso de Psicologia da PUC Minas - Praça da Liberdade. E-mail: victoriaclemente@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

A pós-modernidade é marcada por uma configuração social na qual o consumismo e o individualismo se apresentam como elementos fundamentais na constituição da subjetividade humana e nos padrões de sociabilidade. Neste contexto, em que as relações de consumo se dão para além da satisfação de necessidades básicas e de sobrevivência, observamos também o advento da Internet e, posteriormente, das chamadas redes sociais, que obtiveram grande popularização a partir do fim da década de 90.

O TikTok é uma dessas redes sociais, que tem chamado atenção devido a seu grande número de usuários e expressivo e contínuo crescimento desde o seu lançamento em 2017. As especificidades do funcionamento da plataforma também são alvo de curiosidade e, frequentemente, são apontadas como possível causa do uso excessivo pelos seus usuários.

A centralidade do hiperconsumo no panorama social atual permite que ele seja objeto de estudo nas mais diversas áreas do conhecimento, inclusive no campo da psicanálise. Este consumo exacerbado tem se direcionado a diversos objetos, sendo possível localizar hoje as chamadas novas adições, que se diferem da toxicomania classicamente definida pela adição ao consumo de alguma substância.

Na clínica se verifica uma nova apresentação de sujeitos que se apropriam desse significante (toxicomania) e procuram tratamento por “adições sem substância”: jogo patológico, ciber-adições, adições sexuais (*hypersexuality*), compras compulsivas, *workaholics*, dependências “afetivas” (FELDMAN, 2016).

No presente artigo, examinamos o impacto do hiperconsumo da rede social TikTok, avaliando se esse modo de agir pode ser caracterizado como uma adição, tomando como paradigma a toxicomania, sob o viés da psicanálise. Para isso, realizamos uma análise bibliográfica a fim de localizar historicamente a incidência dessas ocorrências na contemporaneidade, sua relação com a sociedade de consumo, compreendendo a maneira como a psicanálise, em sua pluralidade, identifica a toxicomania. Em seguida, apresentamos algumas respostas de entrevistas realizadas com usuários de TikTok na faixa etária de 19 a 24 anos. Os resultados foram obtidos através de perguntas vinculadas a um formulário online, direcionado a consumidores da mesma plataforma, propondo reflexões que possam corroborar a proposição inicial da pesquisa. Este estudo teve como objetivo investigar o fenômeno das novas adições na atualidade e contribuir com uma elaboração teórica que busca transportar a compreensão psicanalítica do significado da associação do indivíduo com a droga e a obtenção de prazer gerada nessa relação, para o consumo expressivo de redes sociais, especificamente o TikTok. Por isso, realizou um paralelo entre a drogadição - o uso de drogas ilícitas ou lícitas- e o vício na utilização dessas plataformas de redes sociais na internet.

2 O CONSUMO NA PÓS-MODERNIDADE E O TIKTOK

A cena do consumo na pós-modernidade é marcada por excessos. Houve uma mudança histórica da lógica vivenciada anteriormente, já que o consumo deixou de ser orientado pela necessidade, passando a ser nomeado como *consumismo*.

Este é um tema amplamente discutido na obra de Zygmunt Bauman, sociólogo polonês que se preocupa em fazer uma distinção entre consumo e consumismo, a fim de caracterizar a sociedade moderna. Segundo o autor, o ato de consumir não é realizado apenas para saciar as vontades ou garantir a sobrevivência, mas sim como uma maneira do ser

humano investir em si mesmo, evidenciando uma dimensão implícita ou explícita que garante valor social e autoestima dos indivíduos (BAUMAN, 2008). Dessa forma, o consumidor se transforma também em mercadoria.

Dentro desta perspectiva, é possível compreender o individualismo, outra importante marca da sociedade atual, na qual o ser humano realiza o trabalho individual de buscar desenvolver a si mesmo da melhor forma para se constituir como mercadoria vendável (BAUMAN, 2008). Esse processo se dá de maneira contínua, sendo o consumo uma promessa de alcance de uma estima pessoal. Para o filósofo francês, Gilles Lipovetsky (1986), o individualismo se instaura num movimento de superação da ordem disciplinar que prevalecia até a década de 1950. Lipovetsky argumenta que “foi a transformação dos estilos de vida ligada à revolução de consumo que permitiu esse desenvolvimento dos direitos e desejos do indivíduo, essa mutação na ordem dos valores individualistas” (LIPOVETSKY, 1986, p. 17) . O individualismo garante autonomia aos indivíduos, que acabam por guiar seus anseios pela ótica da cultura de consumo. Essa análise denota um sujeito pós-moderno extremamente autocentrado, em constante busca do enaltecimento de si mesmo.

Diante desse contexto sociocultural, a expansão e a popularização da Internet, no fim da década de 90, promoveu o deslocamento dessas questões sociais para o âmbito virtual, e o consumismo alcançou a esfera particular (LIMA *et al.*, 2016). Esse processo se intensificou com o advento das redes sociais como o SixDegrees, Fotolog, MySpace, Youtube, Facebook e Twitter. Foi possível verificar uma nova forma de sociabilidade, na qual, segundo o sociólogo espanhol Manuel Castells (2001), surgiu um terreno propício para a sustentação do individualismo. Os usuários das redes sociais privatizam a sociabilidade em seus celulares, tablets e computadores. Castells aponta o paradoxo de que “novo padrão de sociabilidade em nossas sociedades é caracterizado pelo individualismo em rede” (CASTELLS, 2001, p.133). Nesse sentido, as pessoas utilizam-se do mecanismo de funcionamento das redes sociais, como os posts ou publicações, para construir uma autoimagem favorável e vendável aos espectadores de suas redes, por exemplo.

Dados do Relatório de Visão Geral Global Digital de 2022, publicado pelas empresas de marketing digital We Are Social (Reino Unido) e Hootsuite (EUA), denotam um crescimento nas tendências de uso de redes sociais virtuais, se comparadas ao início do ano anterior. A população mundial era de 7,91 bilhões em janeiro de 2022, e houve um aumento de 10% de usuários ativos de redes sociais, que passaram a corresponder a 4,62 bilhões. Outro dado importante do Relatório refere-se ao número de usuários de telefones celulares, que é de 5,31 bilhões de pessoas, e o número de usuários da Internet, que corresponde a 4,95 bilhões. Esses dados escancaram uma sociedade extremamente conectada através dos recursos proporcionados pela Internet, como as redes sociais, na atualidade.

No presente artigo, pretendemos analisar as condições do uso excessivo de uma rede social em específico: o TikTok. Essa plataforma se constitui em um aplicativo grátis, disponível para sistemas IOS e Android, presentes em dispositivos móveis. Ela foi desenvolvida e lançada em 2017 pela empresa chinesa de tecnologia denominada ByteDance e, cinco anos mais tarde, a agência Reuters veiculou uma notícia informando que o TikTok já havia atingido, em julho de 2021, a marca de 1 bilhão de usuários ativos mensalmente em escala global, dado que representa um crescimento de 45% em comparação com o mesmo

mês do ano anterior. Em outubro de 2023, a empresa alemã Statista, especializada em dados mercadológicos e de consumo, divulgou uma pesquisa em que o Brasil se situa como o terceiro país que mais possui usuários do TikTok: 94,96 milhões de utilizadores. Trata-se, portanto, de uma plataforma com extrema relevância devido ao seu lançamento recente e crescimento notável nos últimos anos.

Os números referentes ao expressivo crescimento do TikTok, especialmente durante a pandemia da Covid-19, em âmbito global e nacional, chamam a atenção para a notoriedade e popularidade dos conteúdos disponíveis no aplicativo para o consumo de seus usuários. A experiência da Pandemia escancarou diversas problemáticas psicossociais para a sociedade. A lida frequente com a morte e as crises políticas e sociais instauradas nesse período remetem à ideia de Freud ([1930]/2006) em *O mal estar-na civilização* de que satisfações substitutivas e imediatas ou até mesmo o uso de substâncias tóxicas se constituem como um mecanismo para evitar o retorno do recalcado: uma realidade que impõe limites ao prazer do homem. Sobre isso, o psicanalista Jésus Santiago completa que Freud concebeu a experiência toxicomaniaca “tendo em vista que a droga aparece como uma técnica substitutiva que auxilia o sujeito frente aos percalços insuportáveis da vida” (SANTIAGO, 2001, p. 14). Para muitos, o período da pandemia também foi um momento de transposição de atividades cotidianas presenciais, como a escola, o trabalho e os encontros familiares, para o âmbito virtual, o que explica também uma maior afinidade com o uso das redes sociais.

Ademais, outro aspecto que remete às condições do uso excessivo de TikTok, referem-se ao fato de que as redes sociais virtuais dos tempos atuais incorporaram a lógica da acelerada da cultura de consumo pós-moderna, em que "há uma retração do tempo social e individual, com a produção acelerada de objetos, o que nos leva a consumir cada vez mais" (LIMA *et al.*, 2016). Atualmente, muitas das redes sociais são organizadas a partir de algoritmos, que fazem com que os sujeitos tenham, predominantemente, acesso a conteúdos de seu interesse, que prolongam sua estadia nas plataformas, de forma a estender o tempo de uso. A inédita interface do aplicativo é simples e facilita a permanência do usuário na For You ou Para Você, página inicial do usuário do TikTok:

Diferente de outras redes sociais, que se baseiam nas conexões e contatos entre os usuários, o TikTok se concentra no interesse e afinidade pelo conteúdo exibido. (...) o feed do aplicativo é infinito, onde vídeos são tocados automaticamente em tela cheia, e conforme o usuário se envolve com esse conteúdo, os próximos vídeos que aparecerão se tornaram cada vez mais personalizados e de acordo com o gosto dele. (BREINTENBACH, 2021, p. 56)

Segundo o site oficial da plataforma, sua proposta é a veiculação de vídeos móveis de formato curto que sirvam para “inspirar a criatividade e trazer alegria” (TIKTOK, 2022). Essas mídias podem abranger múltiplos temas — danças, dublagens cômicas, tutoriais etc. — e dialogar com variados públicos, além de exigirem um esforço, por parte de quem produz, para a confecção de conteúdos breves, de 15 segundos à 3 minutos, e agradáveis para quem assiste. Na busca de uma experiência de satisfação constante e efêmera, os usuários passam horas navegando e consumindo conteúdos produzidos no aplicativo. A lógica presente no TikTok está de acordo com Faria (2016), ao afirmar que no sistema capitalista há um culto ao consumo excessivo, associado a um imperativo de felicidade e uma crença de que ela pode ser alcançada através do consumo de objetos.

3 A TOXICOMANIA E NOVAS ADICÇÕES NA PSICANÁLISE

No contexto atual, ocorre uma ampla discussão frente às novas adições, como forma

de continuação e atualização do estudo da toxicomania. O psiquiatra Paulo Dalgallarrondo faz a caracterização desses casos como “quadros de dependência que, embora não tenham o elemento bioquímico de uma substância agindo no cérebro, têm muitos elementos semelhantes às dependências químicas” (DALGALLARRONDO, 2019, p. 406). Todavia, no presente artigo, buscamos orientar nossa reflexão através da ética da psicanálise, em contraposição a uma visão exclusivamente biológica do usuário. Essa perspectiva nos permite focar no sujeito implicado nesses processos, uma vez que incorpora a noção de *gozo*, que, segundo Jéssus Santiago (2001), é excluída pelo discurso científico:

É considerando que a descoberta freudiana admite e inclui, em seu cerne, um saber sobre essa dimensão abolida na ciência que a psicanálise se autoriza a encarar as condições de produção da experiência toxicomaniaca. Em outros termos, o saber analítico mostra-se qualificado para opinar sobre a relação desregrada do sujeito com a droga, a partir do campo do gozo excluído do discurso da ciência. (SANTIAGO, 2001, p. 9)

Ao privilegiar a ética do gozo, a clínica psicanalítica concebe a toxicomania "como um modo particular de satisfação, distinto da dependência biológica própria de toda concepção moral, repreensiva, biologicista em relação ao ato do toxicômano" (PACHECO, 2016, p. 44). Ainda nesse sentido, Faria (2016) acrescenta que a psicanálise permite que localizemos a singularidade da função do uso da droga na vida do sujeito, em direção oposta de determos-nos somente ao *objeto droga*.

A compreensão de gozo, nesse contexto, requer que retornemos a Freud em *Além do princípio de prazer* (FREUD, 1920/1996). Apesar do termo não ser apresentado enquanto conceito pelo autor, foi a partir da noção de compulsão à repetição, retomada neste texto, que Lacan encontrou bases para construí-lo. Sendo assim, a partir da primeira mamada o bebê humano buscará continuamente a satisfação que, supostamente, encontrou nesta primeira experiência. A busca pelo que se perdeu aparece como marca pulsional no sujeito, que está inserido na linguagem. Para Lacan, o gozo encontra-se nesta busca incessante de ultrapassar o princípio de prazer, encontrada na repetição e fixação, e que não é, necessariamente, prazerosa (MIRANDA JÚNIOR, 2021).

Dessa forma, é possível refletir sobre as especificidades do gozo do toxicômano, que age em direção à repetição e ao excesso, conforme aponta Miller (2016), não estando ligado ao princípio do prazer, mas além dessa lógica. Como já foi abordado acima, a busca de satisfação nem sempre visa o prazer. Para Freud, é o princípio do prazer que introduz um limite na satisfação e, como vimos, o uso da droga pelo toxicômano caracteriza um modo de satisfação além do princípio do prazer. Ou seja, para a psicanálise, prazer e satisfação nem sempre coincidem, pode-se ter satisfação com objetos que nem sempre causam prazer, como nas adições.

Outra característica a se destacar na operação de satisfação diz respeito ao objeto e ao Outro. Na experiência inaugural proposta por Freud (FREUD, 1920/1996), a mãe oferece um objeto que satisfaz a necessidade da criança. Como alguém que consegue realizar a ação que tira a criança do desamparo, ela será investida de um lugar para a criança, será um Outro, aquele que detém o objeto de satisfação presente no mundo e que serve de referência ao sujeito. Nesse movimento, marca-se para a criança a perda do objeto, tornando-se objeto da

falta, do desejo, devendo ser buscado no Outro, no mundo externo.

Nas toxicomanias, ao contrário, o sujeito rompe com o Outro e obtém um gozo que passa agora pela droga, um gozo da substância no corpo. Isso está de acordo com a perspectiva freudiana que considera esse modo de agir, orientado pelo auto-erotismo "na medida em que o sujeito, ao deparar-se com a impotência frente às possibilidades de satisfação no mundo externo, promove em si mesmo, no mundo interno, o alcance de prazer por meio da (auto)intoxicação" (AZEVEDO, LIMP, 2019, p. 378).

No presente artigo, referimo-nos ao uso excessivo da rede social TikTok por parte de alguns usuários, que pode ser compreendido como uma relação aditiva, embora não envolvendo o consumo de uma substância química externa como no caso das toxicomanias. Nesse caso em específico, o sujeito rompe com o Outro e cola-se a tela de seu dispositivo móvel, conforme denotamos nas entrevistas que serão apresentadas no tópico a seguir. Através do olhar, o sujeito faz laços e a tela funciona como um anteparo que não abre brecha para terceiros conforme argumenta Lima (2020).

Temos, no consumo, variadas maneiras de adição dos sujeitos aos produtos oferecidos pela cultura que, também, deixam cada um sozinho com seu gozo, tentando aliviar o mal-estar de viver. Objetos de demanda, que entram como pura exigência de repetição, fazendo da cultura um campo fértil para a intoxicação generalizada. (FARIA, 2016, p.55).

Ademais, é notável que o usuário do TikTok não busca somente consumir conteúdos que podem inspirar experiências de prazer, ao acessar essa plataforma, já que há também uma dimensão de repetição e passividade neste ato, conforme discutido no tópico a seguir.

4 ENTREVISTAS: O QUE OS JOVENS TÊM A DIZER SOBRE O USO DO TIKTOK?

Com o objetivo de obter subsídios para uma melhor compreensão dos padrões de uso e dos significados que a utilização do Tiktok e o consumo dos conteúdos presentes nessa rede têm para os indivíduos, foram propostos dois momentos distintos no que se refere à pesquisa empírica. Primeiro, foi elaborado um questionário direcionado a jovens de 19 a 24 anos e que possuía seis perguntas ligadas aos indivíduos e à frequência de dias por semana e horas por dia de uso da rede social em questão; em seguida, as pesquisadoras entraram em contato com todas as pessoas que alegaram possuir disponibilidade para participar de uma entrevista on-line, o que permitiu ampliar, quantitativa e qualitativamente, os dados relativos aos padrões e modos de uso do TikTok por essas pessoas entrevistadas.

Inicialmente, partindo das respostas coletadas via *Google Forms*, constatou-se que mais da metade dos 66 jovens que responderam à primeira questão (66,66%) acessam o Tiktok pelo menos cinco vezes por semana. Além disso, dentre os 65 respondentes da segunda questão, 49 (75,38%) navegam em tal rede social entre meia hora a duas horas por dia. Essas informações obtidas sinalizaram, para as pesquisadoras, como o Tiktok faz-se presente no cotidiano do grupo consultado, fato que instigou a continuidade da investigação proposta no estudo.

Em um segundo momento, foram realizadas seis entrevistas individuais, de caráter semi-estruturado, a fim de possibilitar que os entrevistados discorressem livremente sobre a utilização da rede social em voga. No tópico seguinte pontuaremos algumas observações realizadas a partir da análise das respostas dadas nas entrevistas que corroboram com a hipótese inicial da presente pesquisa.

Seguindo a tendência mencionada anteriormente no presente artigo, referente ao aumento da utilização do TikTok durante a pandemia de COVID-19, em muitos países, os jovens entrevistados citaram tal evento histórico como um marco para localizar há quanto tempo utilizam a rede social em pauta. Além disso, os indivíduos consultados que não fizeram menção direta à problemática do Coronavírus no Brasil em 2020 mencionaram tal ano para se referir ao momento em que baixaram o aplicativo.

Além disso, foi possível identificar a dimensão do gozo do sujeito adicto, presente no uso do TikTok, em algumas das respostas dadas pelo grupo entrevistado. Mais da metade dos entrevistados afirmou avaliar seu padrão de uso da rede como excessivo e, ao discorrer sobre, pontuaram que utilizam o aplicativo por muitas horas, diariamente, sem se dar conta. Sobre esse aspecto, destacam-se as falas de duas entrevistadas. A afirma que "(...) chegou uma hora na escola que eu assistia (os vídeos do TikTok) até sem áudio, só ficava rolando a tela, as pessoas até comentavam que era demais, que eu tinha que desligar aquilo". Tal afirmação remete ao aspecto de passividade e repetição presente no gozo já que, nesse caso, a usuária não está buscando consumir algum conteúdo específico ou sequer está tendo a experiência de navegar pela plataforma podendo ser surpreendida por um vídeo que possa lhe satisfazer. Sendo assim, fica evidente que a relação de excesso com o objeto, TikTok, não é necessariamente prazerosa, mas mesmo assim é marcada pela repetição.

J pontuou que, muitas vezes, passa horas de seu dia no aplicativo, porém, depois percebe que ao fazer isso "não "tá" agregando em nada" em sua vida, apesar de proporcionar momentos de "risada rápida, um alívio (...) rápido (...)". O significante "alívio", utilizado pela entrevistada, remete à ideia de que o uso abusivo das redes sociais, é uma maneira encontrada pelo sujeito de evitar o contato com o sofrimento e com as possíveis problemáticas e vivências impostas na realidade. Ainda sobre esse tema, A diz "O TikTok me faz esquecer da realidade, do que está acontecendo na vida real, no mundo."

Com as entrevistas realizadas, foi possível observar como o funcionamento da plataforma facilita a navegação e, conseqüentemente, o seu uso prolongado, sendo um atrativo para a aversão à realidade do dia a dia.

Nesse sentido, é preciso levar em conta a forma como o TikTok oferece os conteúdos a seus utilizadores e como tal fornecimento possibilita a personalização de uma experiência para cada usuário, fato citado por quase todos os entrevistados da pesquisa. Primeiramente, como foi dito previamente neste trabalho, o Tiktok possui um algoritmo que, a partir da interação do indivíduo com determinado conteúdo, passa a apresentar a essa pessoa — o *For You*, que pode ser traduzido para o português como "para você"— vídeos que têm maior probabilidade de se assemelhar ao gosto do utilizador em questão. Nesse contexto, os respondentes da entrevista, em diversos momentos dos diálogos com as pesquisadoras, comentaram a respeito do algoritmo, por exemplo N.: "é impossível falar do Tik Tok sem falar do algoritmo dele, porque (...) é bem certo, então aparece muita coisa que me interessa, sabe?"

Assim, é possível estabelecer um paralelo, tratando-se do tema da adicção, entre a função de um *dealer* para um drogadicto e o papel do Tiktok para um indivíduo engajado no acesso a tal rede social. Da mesma forma que um comerciante de drogas é responsável pela

oferta de uma determinada substância para o sujeito, o Tiktok, por meio de seu algoritmo, oferece ao usuário da rede social um conteúdo que aparentemente é personalizado e que captura a satisfação do usuário. Portanto, compreende-se a possibilidade trazida por essa estratégia de exposição dos vídeos aos usuários resultar em um vício semelhante ao apresentado em quadros de toxicomania, como ilustra a fala de N.: "eu acho que o principal é o algoritmo que sabe perfeitamente o que você quer ver. (...) Então eu fico assim, horas e horas e horas e horas nesse ciclo".

Outro aspecto relevante denotado nas entrevistas, se relaciona ao fato de muitos entrevistados terem comentado sobre o uso do TikTok como maneira de interagir com pessoas do seu ciclo através do intercâmbio de conteúdos. Para dizer sobre como começou a utilizar a rede social em questão, S respondeu: "(...) bombou e todos os meus amigos usavam, então eu comecei a usar também". O mesmo aconteceu com A.: "Acho que no começo era muito porque eu gostava de trocar Tik Toks com os meus amigos, eu achava interessante essa troca tipo eu mandar os que eu achava legal, que eles iriam curtir, eles mandavam o que eles achavam que eu iria curtir e eu achava isso bem legal".

Tais observações nos permitiram relacionar esse fenômeno com a formação de grupos sintomáticos na toxicomania através do uso de alguma droga específica. Esses grupos de pessoas se unem pela satisfação que encontram no uso repetido e continuado de um mesmo objeto. No caso da adicção discutida no presente artigo, os usuários se unem pelo uso da mesma rede social, o TikTok. Esse processo pode ser denotado na seguinte fala de S:

Eu acho que é uma rede que filtra muito o que você gosta, então ele é alimentado e filtrado e você consome só aquele conteúdo que é para você, então é um pouco viciante, sabe? É separado para você e todo mundo vê, então acaba sendo um objeto de conversa também muito presente em todos os meus grupos, entendeu?

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da localização da sociedade de consumo e do advento das redes sociais foi possível, no presente artigo, examinar o hiperconsumo da rede social TikTok. Nesse sentido, através da revisão bibliográfica proposta e da coleta de dados obtidos na pesquisa de campo, verifica-se que esse modo de agir pode ser caracterizado como uma adicção, a partir do paradigma da toxicomania na psicanálise.

Conforme exposto anteriormente, as entrevistas foram estruturadas de maneira a incentivar que os entrevistados falassem de maneira livre e fluida sobre como utilizam o TikTok. Assim, foram levantados no presente artigo recortes dessas entrevistas que permitiram encontrar interseções entre a adicção, o uso excessivo desta rede social e a drogadicção, através da base teórica proporcionada pelas referências bibliográficas aproveitadas, principalmente no campo da psicanálise. As interseções apresentadas se originam na presença de um sintoma estabelecido numa relação de excesso com um objeto, que na toxicomania é uma droga, e nas novas adicções, os objetos culturais da contemporaneidade, como as redes sociais e o TikTok.

Ao analisar o contexto sócio-histórico em que tal fenômeno ocorre, denotamos o funcionamento da sociedade de consumo que está em consonância com a interface do TikTok, que propicia e induz seu uso excessivo. Tal cenário reflete o fato de que há um mercado que lucra através do hiperconsumo e, por isso, deve-se levar sempre em consideração que ao tratarmos de redes sociais, estamos tratando de empresas.

Por fim, consideramos que a popularização das redes sociais e sua presença no cotidiano social é algo recente e, apesar disso, são notáveis os impactos que elas produzem na subjetividade dos indivíduos, sendo de extrema importância o fomento de estudos sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Izabella.; LIMP, Thaís. **VIRTUALIDADE E TOXICOMANIA: REFLEXÕES SOBRE A “DROGA”, O USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS E A PSICANÁLISE**. Pretextos - Revista da Graduação em Psicologia da PUC Minas, v. 4, n. 8, p. 373-388, 16 dez. 2019.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BREINTENBACH, Daniel Bueno. **O TikTok como experiência formadora de hábito**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2021.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução de: Maria Luiza X. de A. Borges. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- DALGALARRONDO, PAULO. **Psicopatologia e Semiologia dos Transtornos Mentais**. 3a. ed. Porto Alegre: Artmed, 2019.
- DATA REPORTAL. **Digital 2022: Global Overview Report**. 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>. Acesso em: 14 maio 2022.
- FARIA, Maria Wilma S. **A especificidade da toxicomania**. Revista Pharmakon Digital, v. 2, p. (54-57), nov., 2016. Disponível em: http://pharmakondigital.com/wp-content/uploads/2020/03/pharmakon_Ed02_PT.pdf. Acesso em: 8 mar. 2023.
- FELDMAN, Nelson. **De uma adição a outra**. Revista Pharmakon Digital, v. 2, p. (73-75), nov., 2016. Disponível em: http://pharmakondigital.com/wp-content/uploads/2020/03/pharmakon_Ed02_PT.pdf. Acesso em: 22 abr. 2022.
- FREUD, Sigmund. (1920). **Além do princípio de prazer**. Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud, vol. XVIII. Rio de Janeiro: Imago, 2006.
- FREUD, Sigmund. (1930 [1929]). **O mal-estar na civilização**. Edição Standard Brasileira das Obras Completas de Sigmund Freud, vol. XXI. Rio de Janeiro: Imago, 2006.
- LIMA, Nádía Laguárdia de. **"Eu não sei se o professor está me olhando": o olhar e a tela**. Desidades, Rio de Janeiro, n. 28, p. 13-25, dez. 2020. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2318-92822020000300002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 20 mar. 2023.
- LIMA, Nádía Laguárdia de et al. **As redes sociais virtuais e a dinâmica da internet**. Gerais, Rev. Interinst. Psicol., Juiz de fora, v. 9, n. 1, p. 90-109, jun. 2016. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1983-82202016000100008&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 21 agosto. 2023.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Tradução de Therezinha Monteiro Deutsch. 1 ed. Barueri, SP: Manole, 2005.

MILLER, Jacques-Alain. **Para uma investigação sobre o gozo auto-erótico**. Revista Pharmakon Digital, v. 2, p. (25-30), nov., 2016. Disponível em: http://pharmakondigital.com/wp-content/uploads/2020/03/pharmakon_Ed02_PT.pdf. Acesso em: 20 mar. 2023.

MIRANDA JÚNIOR, Hélio. **Gozo- Teoria Psicanalítica: Conceitos em Lacan**. Youtube, 16 de mar. de 2021. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_QbmHGC3eAM

PACHECO, Lilany. **A ruptura com o gozo fálico e suas incidências no uso contemporâneo das drogas**. Revista Pharmakon Digital, v. 2, p. (44-46), nov., 2016. Disponível em: http://pharmakondigital.com/wp-content/uploads/2020/03/pharmakon_Ed02_PT.pdf. Acesso em: 6 jun. 2023.

REUTERS. **TikTok hits 1 billion monthly active users globally - company**. 2021. Disponível em: <https://www.reuters.com/technology/tiktok-hits-1-billion-monthly-active-users-globally-company-2021-09-27/>. Acesso em: 21 de abril de 2022.

SANTIAGO, Jésus. **A droga do toxicômano: uma parceria cínica na era da ciência**. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

STATISTA **Countries with the largest TikTok audience as of October 2023**. 2023. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/#:~:text=As%20of%20October%202023%2C%20the,on%20TikTok%20watching%20short%2Dvideos>. Acesso em: 28 de outubro de 2023.

TIKTOK. **Missão**. 2022. Disponível em: https://www.tiktok.com/about?lang=pt_BR. Acesso em: 21 de abril de 2022.

APÊNDICES

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

N.º Registro CEP: CAAE 59940322.7.0000.5137

Título do projeto: ADICÇÃO AO TIKTOK: uma investigação psicanalítica do consumo das redes sociais

Perguntas:

- 1- Informações sobre o entrevistado: nome, idade, escolaridade e gênero.
- 2- Há quanto tempo você usa o Tik Tok?
- 3- Por que você começou a usar o Tik Tok? Por que mantém o uso?
- 4- Qual tipo de conteúdo você costuma consumir no Tik Tok?
- 5- Quais atrativos o Tik Tok tem para você?
- 6- Quais sentimentos desencadeados a partir do acesso ao Tik Tok?
- 7- Você acessa o Tik Tok diariamente? Quanto tempo por dia? Se não fizer o uso todo dia, em quais dias da semana costuma acessar o Tik Tok?
- 8- Você costuma fazer o uso do Tik Tok em quais horários?
- 9- Como você avalia seu padrão de uso do Tik Tok? Acha moderado ou excessivo? Explique sua avaliação?
- 10- Já aconteceu de você ficar sem acesso ao Tik Tok? Se sim, foi difícil para você? Em caso de dificuldade, explique o porquê.



PUC Minas

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Pró-Reitoria de Pesquisa e de Pós-graduação Comitê de
Ética em Pesquisa - CEP

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

N.º Registro CEP: CAAE 59940322.7.0000.5137

Título do projeto: ADICÇÃO AO TIKTOK: uma investigação psicanalítica do consumo das redes sociais

Prezado Sr(a),

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa que estudará sobre o consumo da rede social TikTok. Para isso, pretendemos entrevistar indivíduos de 18 a 24 anos, que façam o uso dessa rede social, buscando compreender aspectos relacionados a esse consumo e verificar se podemos caracterizá-lo como um hiperconsumo e uma adicção, dentro de uma perspectiva psicanalítica.

Você foi selecionado(a) devido à resposta dada no formulário Google, compartilhado via WhatsApp, em que você respondeu que é usuário da rede social TikTok e que estaria disposto a participar de uma entrevista, para coleta de dados a serem utilizados na pesquisa “ADICÇÃO AO TIKTOK: uma investigação psicanalítica do consumo das redes sociais”. A sua participação nesse estudo consiste em uma entrevista, a ser realizada presencialmente ou em formato remoto, virtual e síncrono, mediante sua disponibilidade e das pesquisadoras, na qual perguntaremos a respeito do seu uso do TikTok: tempo de uso, momentos em que esse uso é feito, com que frequência etc.

Os riscos e/ou desconfortos decorrentes da participação nesse estudo são relacionados ao possível embaraço ou vergonha para responder a algumas questões feitas, por se tratarem de aspectos pessoais. Nesse sentido, ressaltamos que o participante deve responder somente àquilo que se sentir confortável. Esse aspecto será lembrado no momento da entrevista.

Sua participação é muito importante e voluntária e, conseqüentemente, não haverá

pagamento por participar desse estudo. Em contrapartida, você também não terá nenhum gasto. As

entrevistas poderão ser realizadas online através de uma plataforma gratuita (Google Meets ou chamada de vídeo do WhatsApp) ou presencialmente, em local previamente acordado, maneira que não haja gastos para o participante e as pesquisadoras se locomovam até o local, caso seja do desejo do participante.

As informações obtidas nesse estudo serão confidenciais, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação em todas as fases da pesquisa, e quando da apresentação dos resultados em publicação científica ou educativa, uma vez que os resultados serão sempre apresentados como retrato de um grupo e não de uma pessoa. Você poderá se recusar a participar ou a responder as questões a qualquer momento, não havendo nenhum prejuízo pessoal se esta for a sua decisão.

Todo material coletado durante a pesquisa ficará sob a guarda e responsabilidade do pesquisador responsável pelo período de 5 (cinco) anos e, após esse período, será destruído.

Os resultados dessa pesquisa servirão para agregar conhecimentos relacionados ao uso do TikTok, uma rede social que teve popularização recente e está em constante crescimento na atualidade. Pretendemos analisar aspectos relacionados ao uso dessa rede, considerando que o consumo de redes sociais é crescente, e pensar as motivações por trás desse hiperconsumo é interessante para a articulação de saberes que poderão ser acessados para a formulação de políticas públicas que promovam o bem-estar da população dessa faixa etária.

Para todos os participantes, em caso de eventuais danos decorrentes da pesquisa, será observada, nos termos da lei, a responsabilidade civil.

Você deve guardar uma cópia deste termo onde constam os dados de contato do pesquisador responsável, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação, agora ou a qualquer momento.

Pesquisador responsável: Maria José Gontijo Salum, (31) 99958-5456,

mariajgontijo@gmail.com

Este estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo Seres Humanos da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, coordenado pela Prof.^a Cristiana Leite Carvalho, que poderá ser contatado em caso de questões éticas, pelo telefone (31) 3319-4517 ou e-mail cep.proppg@pucminas.br.

O Comitê de Ética em Pesquisa é uma autoridade local e porta de entrada para os projetos de pesquisa que envolvem seres humanos, e tem como objetivo defender os direitos e interesses dos participantes em sua integridade e dignidade, contribuindo também para o desenvolvimento das pesquisas dentro dos padrões éticos.

autorizo gravação em áudio autorizo gravação em vídeo não autorizo gravação

Ao selecionar o botão abaixo, o (a) Senhor (a) concorda em participar da pesquisa de acordo com as informações registradas neste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Declaro que li e concordo em participar desta pesquisa.

Eu, Maria José Gontijo Salum, comprometo-me a cumprir todas as exigências e responsabilidades a mim conferidas neste termo e agradeço pela sua colaboração e sua confiança.

Assinatura do pesquisador

Data

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a FAPEMIG que nos possibilitou ter o privilégio de, ainda durante a graduação, ter contato com o mundo da produção acadêmica, através do fomento a pesquisa.

Agradecemos aos profissionais da PROPPG PUC Minas que sempre foram muito solícitos ao nos ajudarem com nossas eventuais dúvidas durante esse trajeto.

Agradecemos a profa. Maria José Gontijo pela sua orientação na produção do artigo.

Por fim, agradecemos nossos amigos e familiares que nos apoiaram e acreditaram em nosso potencial desde o momento em que estávamos elaborando o projeto de pesquisa.

