



O fenômeno *TikTok*: a influência da rede digital na identidade do adolescente

The TikTok phenomenon: *the influence of social media on identity of teenagers*

Rafaela Pinho Melo de Carvalho¹

Universidade Federal do Maranhão - São Luís/Maranhão

rafaelapmc@hotmail.com

 <https://orcid.org/0009-0006-2325-8460>

Rosinete de Jesus Silva Ferreira²

Universidade Federal do Maranhão – São Luís/Maranhão

rosinete.ferreira@ufma.br

 <https://orcid.org/0000-0001-9020-758X>

RESUMO: Estudos apontam que o *TikTok* – rede social digital – gera mudanças psicossociais em decorrência do seu uso, inclusive em utilizadores adolescentes, um dos seus públicos mais ativos. Nessa perspectiva, objetivamos refletir sobre a influência do *TikTok* na identidade dos adolescentes a partir de uma literatura já existente. Para tanto, realizamos uma revisão narrativa, a qual consiste em explorar teoricamente uma temática sem seguir uma sistematização na busca e coleta dos artigos. Assim, identificamos que o *TikTok* se encontra em posição de influência na identidade do sujeito, pois está incluído no seu cotidiano, caracterizado como um processo em transformação dentro de um contexto sociocultural.

Palavras-chave: Adolescência. Identidade. Revisão narrativa. *TikTok*.

ABSTRACT: Studies show that TikTok – a social media – generates psychosocial changes as a result of its use, including in teenage users, one of its most active audiences. From this perspective, we aim to reflect on the influence of TikTok on the identity of adolescents based on existing literature. To this end, we carried out a narrative review, which consists of theoretically exploring a theme without following a systematization in the search and collection of articles. Thus, we identified that TikTok is in a position of influence on the subject's identity, as it is included in their daily lives, characterized as a process of transformation within a sociocultural context.

Keywords: Adolescence. Identity. Narrative review. *TikTok*.

Recebido em: 21/11/2024

Aprovado em: 17/12/2024

SUMÁRIO: INTRODUÇÃO. 1. TÍTULO DAS SEÇÕES PRIMÁRIAS. 1.1. Título das seções secundárias. 1.1.1 Título das seções terciárias. 2. CONCLUSÃO.

¹Mestranda em Psicologia pela Universidade Federal do Maranhão, Graduação em Psicologia pela Universidade CEUMA.

²Doutora em Psicologia Social pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Graduada em Comunicação Social UFMA.



REFERÊNCIAS.

O artigo obedecerá aos limites mínimos e máximos de paginação, sendo 15 e 30 páginas, respectivamente.

INTRODUÇÃO

Nossa inquietação, diante do tema proposto, surgiu a partir das observações do cotidiano que vem sendo marcado pelo consumo da internet e, conseqüentemente, das redes sociais digitais. Observamos que, nesses locais, o sujeito tem exercido as mais diversas atividades, desde socialização até a atividades de consumo de produtos alimentícios, vestuário, cultural e outros. A praticidade no uso das redes digitais pode ser evidenciada desde uma reunião de trabalho até uma postagem simples de registro do seu dia a dia. Nessa perspectiva, notamos, portanto, que as redes sociais digitais e aplicativos modificaram as nossas interações e relações sociais.

No entanto, as redes sociais existem antes mesmo da era digital. Recuero, Bastos e Zago (2020) discorrem que “redes sociais” se referem a agrupamento sociais, ou seja, relações mantidas pelos sujeitos que estruturam uma sociedade. Assim, elas independem se ocorrem no ciberespaço.

Neste sentido, observamos que o homem, desde a pré-história, se estrutura em “redes” /grupos para organizar sua comunidade e possibilitar sua sobrevivência. Ao decorrer desse desenvolvimento, meios emergiram para facilitar que essas redes surjam e se mantenham. Com o advento do ciberespaço, percebemos elas migrarem também para o digital, permanecendo algumas características e outras novas surgindo. Os autores destacam ainda que “as chamadas ‘redes sociais’ na Internet são traduções das redes sociais dos espaços off-line dos indivíduos, de suas conexões sociais” (Recuero; Bastos; Zago, 2020, p. 23).

Corroborando ainda com este conceito, De Santana *et al.* (2009) apontam que estas redes se classificam com um sistema eletrônico de comunicação que integra todos os outros meios a nível mundial, onde percebemos uma interatividade potencial que convida aqueles que a utilizam a compartilhar informações e experiências. De fato, as redes digitais possibilitam conexões que superam questões como espaço e tempo, além de contribuir positivamente nas tarefas diárias do sujeito.



Assim, ao fazermos uma recapitulação das redes digitais, podemos inferir que elas sempre buscaram facilitar, ao utilizador, a suas interações do dia a dia. A rede social *Orkut*, por exemplo, extinta em 2014, possibilitava a criação de comunidades virtuais para encontro e discussões de temas afins. O *Facebook*, lançado em 2004, foi criado com a finalidade de conexão entre pessoas com afinidades semelhantes. Já o *Instagram*, inaugurado em 2010, proporciona ao sujeito o compartilhamento de suas experiências com amigos e familiares. O *Telegram* e *WhatsApp*, lançados respectivamente em 2013 e 2009, são aplicativos que nos possibilitam contato imediato e, até mesmo, auxílio nas questões de trabalho. Por fim, o *TikTok* – objeto de pesquisa do nosso estudo – foi lançado internacionalmente em 2017, rede social digital de origem chinesa que nasce com a missão de ser o principal veículo de vídeos móvel em formato curto, além de estimular a criatividade de quem o utiliza.

Partindo desta proposta de missão do aplicativo, observamos o crescimento e a difusão dessa rede entre utilizadores de internet, em específico adolescentes, que acompanham e lançam tendências que constantemente as reproduzem, muitas vezes sem alguma espécie de crítica.

Essas tendências influenciam o sujeito para além do seu perfil no *TikTok*. Observamos que esses adolescentes replicam aquilo que encontram na plataforma no seu dia a dia, modificando seus comportamentos, relações e, inclusive, sua própria identidade. Ora, identidade é um processo que, devido a características da era pós-moderna, encontra-se em constante transformação. E as redes, como um artefato cultural do nosso tempo, destacam-se influenciando-a.

É interessante registrar que o sociólogo Stuart Hall (2020) analisa, em seu livro “A identidade cultural na pós-modernidade”, que com o deslocamento de estruturas e processos centrais da sociedade moderna, observamos um abalo nas referências que os sujeitos possuíam. Essas mudanças nas paisagens culturais contribuem para transformações nas identidades pessoais. Logo, essas identidades, na era da pós-modernidade, caracterizam-se por serem descentradas, deslocadas, isto é, fragmentadas.

Nesta perspectiva, o texto em questão tem como objetivo refletir sobre a influência da rede digital *TikTok* na identidade dos adolescentes. A partir de uma revisão narrativa que, de acordo com Cordeiro *et al.* (2007), pode ser definida como uma revisão de literatura a qual apresenta uma temática mais aberta, não exigindo



seguir um protocolo rígido para sua produção, isto é, a busca de dados não é pré-determinada e a seleção dos artigos discutidos é arbitrária.

Dessa forma, iniciamos a discussão explicando o caminho metodológico tomado para a confecção deste artigo. Logo depois, iniciamos a discussão ao qual este estudo objetiva incitar no leitor: a relação entre identidade-adolescência-*TikTok*. Nesta seção, apresentamos os conceitos, as relações entre eles e as possíveis repercussões que cada um provoca no outro. Encerramos com algumas reflexões sobre o tema e pontuando a importância da Psicologia se debruçar sobre as redes sociais digitais.

1. CAMINHO METODOLÓGICO

Diante do exposto acima, discutimos o caminho metodológico apoiadas na perspectiva de Richardson (2012), ao comentar que a metodologia de um trabalho científico consiste em um dos importantes pilares de sua construção. Isto porque indica as regras utilizadas pelo pesquisador ao percorrer os caminhos necessários para responder o problema da pesquisa que está sendo desenvolvido.

Nessa concepção, existem diversas formas de fazer pesquisas acadêmicas, desde entrevistas e questionários com sujeito que está sendo estudado até levantamento de estudos anteriores que retratam o tema discutido. No cenário da pesquisa em questão, utilizamos a revisão narrativa para refletir sobre a influência da rede *TikTok* na identidade de adolescentes. A metodologia posta caracteriza-se por “[...] descrever, de maneira ampla, o desenvolvimento de um assunto específico [...]” (Cavalcante; Oliveira, 2020, p. 86). Esse tipo de revisão bibliográfica objetiva ser mais conceitual e/ou levantar uma discussão sobre determinado tema. Ela não fornece a metodologia utilizada na seleção e análise dos trabalhos visando principalmente descrever o estado da arte, a partir de um ponto de vista teórico ou contextual (Botelho; Cunha; Macedo, 2011).

A partir destas observações, tendo o *TikTok* como uma rede digital recente, optamos por levantar uma discussão conceitual sobre o tema em questão, pois a quantidade de estudos nacionais relacionados à psicologia sobre o que esta pesquisa se propõe ainda são incipientes.

2. IDENTIDADE – ADOLESCÊNCIA – *TIKTOK*



Ao analisarmos a história da internet, observamos que, desde seu surgimento até os dias atuais, ela passou por diversas modificações, alcançando propósitos diferentes. Do seu surgimento, em 1960, para pesquisas militares, até a década de 1990 quando se popularizou, a internet vem alterando áreas como a política, a economia, a cultura, o social e, também, a subjetividade do sujeito. Evidentemente, como posto por Alves e Mancebo (2006), as tecnologias contemporâneas penetram o social, influenciando a forma como o sujeito se relaciona e seus processos de subjetivação a partir da lógica do digital.

No seu início, com a *Web 1.0*, ela constituía-se como um local destinado a *hiperlinks*, uma espécie de “biblioteca” de textos (Lévy, 1999). Neste sentido, o utilizador somente consumia os conteúdos a qual entrava em contato em blogs e outras plataformas, não sendo, em sua maioria, responsável por sua produção.

No entanto, observamos que a partir do advento da *Web 2.0*, esse cenário muda. A internet passa a ser configurada como um espaço de construção e socialização entre indivíduos no mundo. O sujeito adota uma postura mais ativa e participativa do que na versão anterior, onde as interações eram mais limitadas. Devemos, assim, ressaltar que se antes os utilizadores eram consumidores daquilo que encontravam na internet, hoje eles também participam no processo de criação destes conteúdos. Nos deparamos, portanto, com uma era em que os sujeitos se classificam em uma espécie de fusão entre consumidores e produtores, conhecidos como a era dos *prosumers* (Costa *et al.*, 2013). Como bem pontua Tapscott (2010), o utilizador não se caracteriza mais como um espectador passivo das informações vindas pelas grandes mídias, mas em um sujeito ativo, questionador e em uma posição de criar coisas novas com aquilo que contacta no on-line.

Nesta versão, as redes sociais digitais podem ser inseridas de forma mais dinâmica na vida dos sujeitos que a utilizam, seja produzindo sentido através do entretenimento, criatividade; ou desenvolvendo conexões e relações comunicacionais; ou criando tendências e influências. Por outro lado, verificamos também que essas mídias digitais têm uma relação com a autoimagem e autoestima, educação e aprendizado do utilizador. Todas essas perspectivas, no entanto, dependem do direcionamento que queremos e a forma como as consumimos.

Cabe salientar que esse consumo e a forma de experienciar o mundo está diretamente ligada a cada cenário político, econômico, cultural e social vigente. Essa



preposição nos demonstra que não existe um modelo único de ser humano, isto é, não há somente uma única forma de ser, sentir e pensar presente na sociedade. A forma como o digital irá afetar o sujeito não ocorre de maneira universal, sendo necessário levar em consideração os possíveis recortes sociais e culturais que circundam este utilizador. Como apontado por Ana Maria Jacó-Vilela (2001), o sujeito é produto do momento específico em que vive. Caracteriza-se pela “não naturalidade” no modo de ser.

Neste contexto, os estudos sobre o digital podem se atentar a tais questões. Ora, podemos observar que as criações humanas expressam a realidade a qual o sujeito se encontra (González-Rey, 2003). Pensar em um indivíduo estático, a-histórico, seria ignorar as influências que as relações exercem sobre ele.

Dessa forma, a Psicologia – e outros campos das ciências humanas – tem tido o homem como centro de seus estudos na tentativa de compreender as vivências e complexidade de cada momento. Mas, de acordo com Fialho e Martins (2007), para evitar um objeto genérico, deve-se colocar em questão as produções históricas que o envolvem e indicar aquilo que é próprio da ciência psicológica: o ser humano e seus processos psicossociais (tarefa essa de grande complexidade).

Logo, não há um só sujeito durante toda sua experiência de vida. Aquilo que distinguem alguém ou um grupo – a identidade — caracteriza-se pela multiplicidade. Como apontado por Stuart Hall (2020), o sujeito, com a era pós-moderna, tornou-se fragmentado, isto é, composto por várias identidades, não possuindo uma identidade única, fixa e permanente. Definida a partir das transformações do seu contexto histórico, político, econômico e social.

Por sua vez, Ciampa (1989) corrobora com tal discussão ao discorrer que a construção da identidade ocorre ao longo da vida do sujeito e entende-a como uma metamorfose, ou seja, como um processo que está em constante transformação. Assim como Hall (2020), Ciampa propõe uma ideia de identidade que se opõe ao essencialismo e ao ahistoricismo, pensando este conceito como um processo marcado pelo contexto cultural, social e histórico ao que está inserido.

Como pensar, então, na identidade atrelada a um contexto cultural cibernético onde as sociabilidades, formas de comunicação e mobilizações sociopolíticas passam também por mudanças? Com o surgimento de novas tecnologias, assim como as redes sociais digitais – *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*, *Facebook* –, originou-se uma forma de cultura, nominada cibercultura. Estamos vivendo um momento em que – o



ciberespaço – se caracteriza como um meio de comunicação que influencia os planos políticos, econômicos, culturais e humanos (Lévy, 1999).

Dados da Statista (2024), apontam que, até o mês de outubro de 2024, 5.52 bilhões de pessoas fazem uso da internet ao redor do mundo, o que equivale 67,5% da população global. Isso mostra como a internet está presente na vida do homem. O dia a dia dos sujeitos foi invadido por essa tecnologia, influenciando diversas áreas da vida, como a profissional, familiar, lazer, entre outros. São, portanto, locais de compartilhamento do cotidiano, problemas e pensamentos (Santaella, 2010).

As redes sociais digitais também ganharam espaço. Aproximadamente, existem cerca de 5,22 bilhões de utilizadores ativos nessas redes no mundo (Statista, 2024). Portanto, observamos que elas servem a uma maioria, podendo ser vistas como sinônimo de comunicação, tecnologia e informação.

Essa presença, todavia, não passa sem deixar marcas. Existe uma influência clara na vida do sujeito que utiliza as redes. Segundo Neumann e Missel (2019, p. 76), “as mudanças advindas nas últimas décadas que incidiram sobre a estrutura das famílias tiveram, sem dúvidas, uma grande influência dos meios de comunicação, Internet, celular, entre outros”.

As redes sociais digitais impactaram a vida humana a nível tanto individual quanto coletivo. Observamos que as configurações estabelecidas das relações entre duas ou mais pessoas foram modificadas pela presença de um dispositivo móvel e as redes que lá se encontram. Essa presença é constante e observamos, como afirma Turkle (2011), nossa intimidade sendo moldada por essas tecnologias. Comunicar-se e relacionar-se com alguém nunca foi tão fácil. Não precisamos mais está no mesmo tempo ou local.

Cabe salientar, como destaca Recuero (2020), que com a multiplicidade de ferramentas e tecnologias, a comunicação ganha novas formas de ocorrer, inclusive, mesmo quando o sujeito não está conectado ao ciberespaço. A autora descreve sobre o aparecimento de interações síncronas e assíncronas, ou seja, interações que ocorrem em tempo real e aquelas a qual a expectativa da resposta não é imediata. Como ela pontua, a diferença temporal causada por essa forma de mediação, atua justamente na expectativa do emissor de uma resposta.

As comunicações, ou melhor, as repostas tornam-se “urgentes”. Esperamos que ao entrar em contato com alguém, seu retorno venha em poucos minutos e



quando não obtemos tal cenário nos preocupamos. Essas preocupações são diversas e podem gerar angústia e conflitos nas relações estabelecidas entre os sujeitos.

Neste sentido, é bom lembrar que os celulares e as redes adquirem quase a característica da onipresença. São vistos como uma extensão do corpo do homem. Como descrito por McLuhan (1972), quando uma nova tecnologia estende ou prolonga as ações dos sentidos humanos no social, observamos repercussões na forma de relacionarmos os nossos sentidos na cultura que foi afetada.

É bem verdade que as redes – e o digital como um todo – vem alterando a: cognição, afetividade, educação, saúde física, mental e o funcionamento familiar dos sujeitos (Caprì *et al.*, 2019; Mauricio; Pareschi; Mill, 2023; Sales; Da Costa; Gai, 2021; Varela, 2023). Observamos que existem incidências delas no comportamento, sentimentos e sentidos atribuídos por seus utilizadores em suas atividades dentro desse espaço (Rosa; Santos, 2015). Aliás, diante deste contexto, podemos apontar também que a era das redes influencia a identidade do sujeito.

Segundo os autores Guimarães, Aleixo e Costa (2020), ao usar as redes digitais, o utilizador depara-se com diversas informações que podem exercer influências nas relações individuais e sociais, influenciando o processo de subjetivação do sujeito. Um novo modo de ser, sentir e pensar se desenha.

Dentro desse espaço, os adolescentes se caracterizam com um público ativo. Cerca de 78% dos utilizadores de internet na faixa etária de 9 a 17 anos acessam as redes sociais (CGI, 2022). Isto demonstra o espaço expressivo que elas vêm ganhando no cotidiano desses indivíduos nessa fase da vida. E a cada dia novas redes digitais aparecem com novos objetivos.

E estes sujeitos nesta fase da vida também vivenciam as repercussões em decorrência do uso das redes sociais. É interessante registrar uma pesquisa realizada por Sales, Da Costa e Gai (2021), em que analisam os impactos da exposição dessas mídias na saúde mental do adolescente. Eles observaram que as mídias digitais são utilizadas pelos adolescentes para desenvolverem as suas identidades e receberem um retorno dos amigos sobre elas. Elas podem influenciar na autoestima, na imagem e na aceitação do próprio corpo. Em síntese, esse estudo constata que:

Embora não possam ser apontadas como único fator causal, as mídias sociais podem contribuir substancialmente com estereótipos de comportamentos e o desenvolvimento de hábitos e práticas dos adolescentes. A idade de início e o excesso de tempo nas mídias digitais, pode afetar os hábitos alimentares, sedentarismo, comportamentos violentos ou agressivos, uso ou abuso de substâncias lícitas e ilícitas, depressão,



transtornos de imagem corporal, alterações no ciclo sono/vigília, hiperatividade e transtornos de conduta (2021, p. 7).

No meio dessas inovações, em 2017, observamos surgir no mundo todo, o *TikTok*. Considerado o aplicativo mais baixado em 2021 (Statista, 2022), o *TikTok* ganha espaço entre aqueles que utilizam as redes sociais digitais. Essa plataforma caracteriza-se pela possibilidade, de filmar e compartilhar vídeos curtos. Seu funcionamento se dá a partir do sistema de recomendações de vídeos personalizados, ou seja, aquilo que é consumido está relacionado aos seus dados de atividade – vídeos curtidos, comentados, compartilhados; os perfis que seguem; as configurações do aplicativo e da conta.

Essa rede social digital mantém desde o seu surgimento um ritmo constante de crescimento e vem, inclusive, mudando a forma das outras redes se estruturarem. O *TikTok* busca ser o principal veículo de vídeos no formato curto e é possível perceber que após seu lançamento, plataformas como o *Youtube* e o *Instagram* lançaram um espaço em suas redes destinados aos vídeos curtos, conhecidos como *Youtube Shorts* e *Reels*, respectivamente (Statista, 2023).

Neste sentido, devemos também ressaltar que segundo dados da própria empresa, em 2021, a plataforma atingiu cerca de 1 bilhão de utilizadores ativos (TikTok, 2021). Ademais, 58% dos utilizadores brasileiros de internet com idades de 9 a 17 anos possuem um perfil no *TikTok* (CGI.BR, 2022).

Esses dados chamam atenção e fazem nos indagar quais as influências que o *TikTok* possui nos adolescentes. Alguns artigos pesquisados (Lin, 2023; Seekis; Kennedy, 2023; Gao, 2023; Hao; Xuan; Chien, 2022) já apontam para esses efeitos e indicam que há mudanças na forma de socializar, nos hábitos e consumo, no conhecimento e na criatividade dos indivíduos em decorrência do uso dessa rede digital.

Alguns estudos disponíveis confirmam que a rede *TikTok* influencia a vida familiar, os estudos e os relacionamentos entre pares (Gao, 2023); aumenta o comportamento do sujeito de auto comparação e afeta na forma como eles pensam e sentem sobre si mesmo (Suchland; Smith-Goodwin; Dick, 2022). Além disso, observamos também que esse aplicativo pode até mesmo modificar a forma de o sujeito organizar e compartilhar a experiência de viagem (Wang *et al.*, 2022), afetando, portanto, nas decisões tomadas durante esse momento (Zhou; Sotiriadis; Shen, 2023).



O pesquisador Zheng Lin (2023) no artigo “Análise do impacto psicológico do *TikTok* nos adolescentes da contemporaneidade” indica tanto impactos positivos e negativos gerados por essa rede social. O autor discorre que o *TikTok* pode funcionar como uma ferramenta para passar o tempo, além de poder ser um ambiente de inspiração, criatividade, e, também, socialização entre grupos. No entanto, também pode causar prejuízos psicológicos ao adolescente, como (1) vício comportamental; (2) exposição à discurso de ódio, como racismo, antissemitismo, fascismo, xenofobia, sexismo, entre outros; (3) imitação de comportamento no *TikTok*, através das chamadas “*trends*” sem se importar com as possíveis consequências para seu cotidiano; (4) *cyberbullying* e as decorrências a vítima e ao agressor.

Dentre essas vivências, destacamos a identidade como uma delas, cuja construção se caracteriza como um importante passo para o sujeito se tornar um adulto produtivo e maduro (Schoen-Ferreira; Aznar-Farias; Silhares, 2003). E ao ser exposto a uma grande quantidade de informações, o adolescente pode ver esse processo sendo influenciado diretamente pelas redes sociais digitais, inclusive pelo *TikTok*.

O sociólogo francês, David Le Breton (2017) afirma que as redes funcionam para os adolescentes como ferramentas de socialização e experimentação, além de um lugar de confrontação da experiência íntima com a experiência dos outros. O autor ainda discorre:

A paixão dos adolescentes pelas redes sociais encontra, então, sua razão de ser, encontrar enfim um espelho para si mesmo, encontrar no leque de convidados ou de concorrentes um modelo para se comportar ou se vestir. [...] As redes sociais promovem uma exposição de múltiplas identidades (Le Breton, 2017, p. 19-20).

Portanto, percebemos que as redes sociais digitais influenciam diretamente na construção dos sujeitos pela forma como se inserem na sociedade. A forma de vestir, as músicas que escutam, filmes e séries que consomem, além de como se organizam e se sentem no dia a dia, possui influência do que foi visto no seu perfil da rede social. A rede *TikTok* é categorizada com uma delas e é possível observar pesquisas que apontam para isso.

Dois estudos, produzidos pelo programa de Psicologia da Universidade Autônoma de Bucaramanga da Colômbia, apontam que existe uma relação entre o uso da rede *TikTok* e a formação da identidade em jovens e adolescentes (Cuadros Rincón; Muñoz, 2022; Gómez Gómez; Campo; Mancilla, 2022). Como vimos, julga-se



interessante repetir algumas colocações, extremamente apropriadas feitas por esses autores, referindo-se a esta rede.

Segundo Gómez Gómez, Campo e Mancilla (2022), partindo de uma perspectiva geral, com base nos resultados obtidos com os participantes da sua pesquisa, observaram que os utilizadores jovens e adolescentes são influenciados pelas tendências das redes e apresentam um uso inadequado delas – isto é, despendem um bom tempo do seu dia usando-as. É certo, como pontuado pelos autores, que este uso leva a alterações no humor e comportamento, alterando de forma significativa a esquematização da identidade.

Em tal sentido, corroboram com tal ideia, Cuadros Rincón e Muñoz (2022). Eles argumentam que o *TikTok*, em decorrência do algoritmo que possui, modifica os comportamentos do seu utilizadores. A autonomia do jovem é alterada através desta rede ao tentar satisfazer suas necessidades de explorar e interagir com seu entorno social, uma vez que suas decisões, opiniões e crenças são também adquiridas nesta plataforma. Desta forma, o estudo aponta que é possível observar que jovens e adolescentes desenvolvem uma identidade virtual a partir das relações que estabelecem nesse espaço digital.

Assim, pelo que se acabou de expor, observamos que a identidade se modifica com essa influência das redes, assim como pelo *TikTok*. Ela não é uma categoria genérica e sim, produto do momento na qual o sujeito se insere sendo historicamente construído (Prado Filho; Martins, 2007). Isto é, não há como falar de identidade partindo da ideia de ela ser isolada do contexto a qual está inserida. O sujeito não nasce com uma identidade específica, ao qual fica intacta para o resto da vida. Ele (o sujeito) – como já discutido – não é estático e a-histórico, mas sim produto de uma série de eventos da época em que vive, incluindo a cultura a qual está inserido. Visto que, a cultura permeia toda a sociedade, sendo produto e produtor das relações aos quais os sujeitos estabelecem uns com outros e/ou com os artefatos/produtos produzidos por eles mesmos. E estas relações repercutem diretamente na formação da identidade.

Diante do exposto, é importante pontuar que a cultura possui um papel fundamental na constituição dos sujeitos. Ela permeia todos os âmbitos, os influencia e por eles é influenciada. E, assim como a política e economia, ela classifica-se como uma das forças determinantes que compõe a complexidade presente na sociedade (Escosteguy, 2000).



Considerada uma categoria importante, nos permite entender que uma prática de vida não consegue ser constituída sem as outras (During, 2007). Elas estão entrelaçadas, criando uma rede a qual se influenciam mutualmente.

Assim, com base nesta pontuação feita, notamos que a rede *TikTok* configura-se como um artefato resultante da nossa cultura. Logo, as relações que possuem com aqueles que a utilizam são de influência mútua, onde ambas são criações e resultados. Os sujeitos ao mesmo tempo que criam vídeos e “trends” que repercutem na plataforma, também são “criados” por esses mesmos conteúdos que consomem.

Paul Du Gay *et al.* (1997), no seu livro “Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman”, afirmam que o artefato é cultural, pois associa-se a conjunto de práticas sociais e grupos de pessoas que possuem um certo perfil e identidade. Ou seja, esse artefato possui uma cultura própria, composta por diversas práticas e sentidos. E, como propomos, o *TikTok* caracteriza-se como um.

Neste sentido, é possível observar um conjunto de atividades, comportamentos e identidades próprios dos utilizadores desta rede. A exemplo disso, podemos citar as danças popularizadas pelo aplicativo que possuem um formato específico para encaixar no tempo e enquadramento do *TikTok*; ou ainda as músicas que cada vez estão mais curtas para se enquadrar no funcionamento desta rede.

Como Du Gay *et al.* (1997) escrevem, os meios de comunicação de massa, os sistemas e fluxos globais de informação e as formas visuais de comunicação possuem um impacto na forma que é organizada a vida dos sujeitos e como eles a compreendem e como se relacionam consigo mesmo e com os outros. Logo, o *TikTok* é um desses meios que, como posto neste texto, repercute na identidade do adolescente.

3. CONSIDERAÇÕES

Propomos, portanto, a partir do estudo em questão, refletir sobre a influência do *TikTok* na identidade do adolescente. Para isso, realizamos esta revisão narrativa que atendeu ao objetivo proposto.

Foi possível perceber, a partir das discussões levantadas, que a rede social digital *TikTok* é um artefato/produto da cultura e, logo, influencia e é influenciada pelos sujeitos que a compõe. Os sentidos que são criados e compartilhados através dessa



rede representam os mais diversos significados, emoções, pensamentos, ideias e sentimentos do utilizador e, até mesmo, de uma época.

Cabe salientar que o *TikTok* se caracteriza como uma rede digital que cada vez mais ganha notoriedade na atualidade, influenciando diretamente a constituição dos adolescentes. Notamos que a forma de vestir, as músicas que escutam, filmes e séries, a forma como se organizam e se sentem no dia a dia, possui influência do que foi visto no seu perfil da rede social.

Neste sentido, observamos que a identidade, como um processo em constante transformação pelo contexto a qual está inserida, encontra na rede digital *TikTok* influências para suas mudanças. Os adolescentes expostos a diversas “tendências”, informações, narrativas e publicidades, encontram-se em um mar de opções para constituir uma identidade que logo mais poderá substituir por outra.

Não resta dúvidas, Bauman (2005) afirma que em uma sociedade marcada pela liquidez, comprometer-se com uma única identidade para a vida é algo “arriscado”, visto que elas são feitas para usar e exibir. Nesta concepção, podemos comparar esta afirmação de Baumann com os vídeos do *TikTok*. Eles, assim como as identidades no mundo contemporâneo, são curtos e substituíveis pelo próximo que logo surge.

É interessante registrar que o Paul Du Gay *et al.* (1997) apresenta, dentro de suas pesquisas sobre o *walkman*, que o artefato cultural representa uma metáfora da cultura ou estilo de vida tecnológico e pós-moderno. Neste sentido, nos indagamos se o *TikTok* não representaria também o contexto social e cultural do século XXI, marcado pela multiplicidade e volatilidade dos processos.

Por isso, pontuamos que é importante que pesquisadores se debrucem sobre este tema. Necessitamos buscar conhecer sobre essa rede digital e as consequências dela para o sujeito e sociedade. Já existem estudos internacionais que mostram as repercussões do *TikTok* na identidade, nas relações sociais, na educação e outras áreas e processos que compõe o sujeito.

Essas pesquisas apontam para repercussões tanto positivas quanto negativas deste uso. Neste contexto, é importante que tenhamos em mente que a tecnologia sozinha é isenta de características positivas e negativas, uma vez que esta rede digital é uma ferramenta a ser utilizada pelo homem, isto é, é um meio e não um fim.

Em resumo, é necessário que a Psicologia – assim como outras áreas do conhecimento – desenvolvam pesquisas sobre o digital, incluindo o *TikTok*, visto que, como já afirmado, exerce uma influência direta no sujeito. O uso excessivo e sem



consciência pode trazer repercussões negativas, inclusive em adolescentes que se encontram em uma posição de vulnerabilidade.

Como vimos, o adolescente pode ser exposto a conteúdos impróprios ou reproduzir comportamentos sem alguma criticidade e, inclusive, ser prejudicado por eles. Além de outras vulnerabilidades como: roubos de dados, roubos, assédios, dentre outro. Um outro aspecto que também observamos é que o uso sem moderação pode levar a alterações emocionais, cognitivas e físicas (Patrão, 2019).

Assim, pelo que se acabou de expor, a Psicologia tem um papel, além de conhecer tais mudanças, de viabilizar conhecimento que orientem a sociedade sobre o uso indevido e suas consequências ao sujeito. Profissionais devem estar qualificados para identificar e orientar tanto os adolescentes quanto os pais, visto que é um fenômeno presente no cotidiano de ambos que afeta a identidade deles e as relações que mantêm.

Concluindo nossas considerações, observamos que os estudos nacionais sobre tal temática discutida nesse estudo ainda são incipientes, principalmente na área da Psicologia, fazendo-se, importante, o desenvolvimento de cada vez mais pesquisas e atualizações sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ALVES, Priscila Pires; MANCEBO, Deise. Tecnologias e subjetividade na contemporaneidade. **Estudos de Psicologia (Natal)**, v. 11, p. 45-52, 2006.

BAPTISTA, Maria Manuel. Estudos culturais: o quê e o como da investigação. **Carnets. Revue électronique d'études françaises de l'APEF**, n. Première Série-1 Numéro Spécial, p. 451-461, 2009.

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

BOTELHO, Louise Lira Roedel; CUNHA, Cristiano Castro de Almeida; MACEDO, Marcelo. **Gestão e Sociedade**, v. 5, n. 11, p. 121-136, 2011.

CAPRÌ, Tindara *et al.* The influence of media usage on family functioning. **Current Psychology**, v. 40, p. 2644-2653, 2021.

CAVALCANTE, Livia Teixeira Canuto; OLIVEIRA, Adélia Augusta Souto de.
MÉTODOS DE REVISÃO BIBLIOGRÁFICA NOS ESTUDOS



CIENTÍFICOS. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 26, n. 1, p. 83-102, abr. 2020.

CORDEIRO, Alexander Magno *et al.* Revisão sistemática: uma revisão narrativa. **Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões**, v. 34, n. 6, p. 428–431, nov. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rcbc/a/CC6NRNtP3dKLgLPwcmV6Gf/?lang=pt#>. Acesso em: 11 dez. 2024.

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

Countries with the largest TikTok audience as of April 2022. **Statista**, 2022. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>. Acesso em: 18 dez. 2022.

Countries with the largest TikTok audience as of April 2023. **Statista**, 2023. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>. Acesso em: 10 jul. 2023.

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

CUADROS RINCON, Josselyn Valentina; TORRA MUÑOZ, Sarith Alejandra. **Tik Tok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes**. 2022. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Psicologia), - Facultad de Ciencias de la Salud - Programa de Psicología, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga, 2022.

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

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

DURING, Simon. **The Cultural Studies Reader**. 3. ed. Nova Iorque: Routledge, 2007.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os estudos culturais. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, p. 151-170, 2001.

GAO, Xinting. The Impact Of Douyin (Chinese TikTok) On The Socialization Of Chinese Youth. **SHS Web Conf.**, v. 155, 2023.

GÓMEZ GÓMEZ, Diany Michell; ARIAS MANCILLA, Zaira Alejandra; GARAY CAMPO, Leire Natalia. **Efecto del uso de la red social Tik Tok en la formación de**



identidad virtual, popularidad y socialización virtual en adolescentes. 2022.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharel em Psicologia), - Facultad de Ciencias de la Salud - Programa de Psicología, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Floridablanca, 2022.

GONZÁLEZ- REY, Fernando Luis. **Sujeito e subjetividade.** São Paulo: Thomson, 2003.

GUIMARÃES, Águita da Mota; ALEIXO, Livia da Silva. REDES SOCIAIS: INFLUÊNCIAS NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DOS ADOLESCENTES. 2020.

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

HAO, Tham Jia; XUAN, Sarah Tan Yu; CHIEN, Ker Yee. The Impact of TikTok Toward the Daily Life of Young Adults in Kuala Lumpur, Malaysia. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, v.12, n.7, p.1123-1229, 2023.

JACÓ-VILELA, Ana Maria. Concepções de pessoa e a emergência do indivíduo moderno. **Interações**, v. 6, n. 12, p.11-40, 2001.

LE BRETON, David. O corpo e a virtualidade. In: LIMA, Nádia Laguárdia, STENGEL, Márcia, DIAS, Vanina Costa. (Orgs.). **Subjetividade e Cultura Digital.** 1. ed. Belo Horizonte: UFMG/PUC Minas, 2017.

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

LIN, Zheng. Analysis of the Psychological Impact of Tiktok on Contemporary Teenagers. **SHS Web of Conferences**, v. 157, p. 1-4, 2023.

MCLUHAN, Marshall. **A galáxia de Gutenberg.** São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1972.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érick. **Introdução aos Estudos Culturais.** São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

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

NEUMANN, Débora Martins Consteila; MISSEL, Rafaela Jarros. Família digital: a influência da tecnologia nas relações entre pais e filhos adolescentes. **Pensando fam.**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 75-91, 2019.

Number of internet and social media users worldwide as of October 2024. **Statista**, 2024. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>. Acesso em: 11 dez. 2024.



PATRÃO, Ivone. **Guia: Dependências Online. Orientações para a Gestão Saudável dos Comportamentos Online.** Centro Internet Segura e Fundação para a Ciência e a Tecnologia, 2019. Disponível em: <https://www.internetsegura.pt/GuiaDependenciaOnline>. Acesso em: 11 dez. 2024.

PRADO FILHO, Kleber; MARTINS, Simone. A subjetividade como objeto da(s) psicologias(s). **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 3, p. 14-19, 2007.

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

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

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ROSA, Gabriel Artur. Marra; SANTOS, Benedito Rodrigues dos. Repercussões das redes sociais na subjetividade de usuários: uma revisão crítica da literatura. **Temas psicol.**, Ribeirão Preto, v. 23, n. 4, p. 913-927, 2015.

SALES, Synara Sepúlveda; DA COSTA, Talita Mendes; GAI, Maria Julia Pegoraro. Adolescentes na Era Digital: Impactos na Saúde Mental. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 9, p. 1-10, 2021.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo.** 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010.

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

SEEKIS, Veya; KENNEDY, Richelle. The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. **Body Image**, v. 45, p. 117-125, 2023.

SPINK, Mary Jane Paris. Prefácio. In: GUARESCHI, Neuza Maria de Fátima; BRUSCHI, Michel Euclides. (Eds.). **Psicologia Social nos Estudos Culturais: perspectivas e desafios para uma nova psicologia social.** Petrópolis: Vozes, 2003. p. 9-19.

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

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



TIC Kids Online Brasil 2021: 78% das crianças e adolescentes conectados usam redes sociais. **CGI.br**, 2022. Disponível em: <https://www.cgi.br/noticia/releases/tic-kids-online-brasil-2021-78-das-criancas-e-adolescentes-conectados-usam-redes-sociais/>. Acesso em: 12 dez. 2024.

Um bilhão de vezes obrigado!. **TikTok**, 2021. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/um-bilhao-de-pessoas-no-tiktok>. Acesso em: 11 dez. 2024.

VARELA, Daniela de Jesus Gordicho. **Comportamentos aditivos sem substâncias e dependência de ecrãs**: um projeto de intervenção comunitária. 2023. Dissertação (Mestrado em Enfermagem) - Instituto Politécnico de Setúbal, Setúbal, 2023.

WANG, Cheng *et al.* Exploring short video apps users' travel behavior intention: Empirical analysis based on SVA-TAM model. **Frontiers in Psychology**, v. 13, p. 912177, 2022.

ZHOU, Qing; SOTIRIADIS, Marios; SHEN, Shiwei. Using TikTok in tourism destination choice: A young Chinese tourists' perspective. **Tourism Management Perspectives**, v. 46, p. 101101, 2023.