



ADICÇÃO AO TIKTOK: UMA INVESTIGAÇÃO PSICANALÍTICA DO CONSUMO DAS REDES SOCIAIS

ADICCIÓN A TIKTOK: UNA INVESTIGACIÓN PSICOANALÍTICA SOBRE EL
CONSUMO DE LAS REDES SOCIALES

ADDICTION TO TIKTOK: A PSYCHOANALYTIC INVESTIGATION OF SOCIAL
MEDIA USE

Sophia Faleiro Quintanilla Flores¹
Victoria Carneiro Santos Clemente²
Maria José Gontijo Salum³

RESUMO: O presente artigo apresenta uma investigação psicanalítica frente às chamadas novas adições, 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 as 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 em coleta de dados e entrevistas com jovens usuários do TikTok. O artigo é resultado da pesquisa homônima desenvolvida com o apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG).

PALAVRAS-CHAVE: Adicção; TikTok; Redes Sociais; Toxicomania; Psicanálise.

RESUMEN: El presente artículo presenta una investigación psicoanalítica frente a las llamadas nuevas adiciones, con el objetivo de discutir el uso excesivo de una red social en específico: TikTok. Para ello, en un primer momento se contextualiza el surgimiento de Internet y de las redes sociales en el marco de la llamada sociedad de consumo contemporánea. A continuación, se analiza el origen, la creciente popularidad y las especificidades del funcionamiento de TikTok para, finalmente, trasladar la comprensión psicoanalítica del significado de la asociación del individuo con la droga y el placer generado en dicha relación al consumo excesivo de esta red social. Para respaldar tales análisis, se realizó una investigación bibliográfica sobre el paradigma de la toxicomanía en el psicoanálisis y una investigación de campo que consistió en la recolección de datos y entrevistas con jóvenes usuarios de TikTok. Este artículo es resultado de una investigación homónima desarrollada con el apoyo del Programa Institucional de Becas de Iniciación Científica (PIBIC), financiada por la Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), fundación estatal brasileña de apoyo a la investigación.

PALABRAS CLAVE: Adicción; TikTok; Redes Sociales; Drogadicción; Psicoanálisis.

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. The article is the result of a research project of the same name, carried out with support from the Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), funded by the Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), the research support foundation of the state of Minas Gerais, Brazil.

KEYWORDS: Addiction, TikTok, Social Media, Drug Addiction; Psychoanalysis.

¹ Psicóloga clínica formada pela PUC Minas. sophiafqfpsi@gmail.com

² Não identificar autoria antes da avaliação.

³ Não identificar autoria antes da avaliação.

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.

Essas plataformas são diversas e passaram a ocupar um papel central no cotidiano social, sendo consumidas diariamente para fins como comunicação, lazer, entretenimento, expressão pessoal e até mesmo trabalho. Sendo assim, elas se tornaram elementos chave para analisar aspectos do laço social.

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, aspecto que será aprofundado no tópico seguinte do presente trabalho.

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 adicções, que diferem da toxicomania classicamente definida pela adicção ao consumo de alguma substância. Feldman (2016) apresenta algumas manifestações desse fenômeno no contemporâneo:

Na clínica se verifica uma nova apresentação de sujeitos que se apropriam desse significante (toxicomania) e procuram tratamento por “adicções sem substância”: jogo patológico, ciber-adicções, adicções sexuais (hypersexuality), compras compulsivas, workaholics, dependências “afetivas” (Feldman, 2016, p. 74).

Sendo assim, em consonância com a premissa presente no Objetivo 3 dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), de “assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todas e todos, em todas as idades” (Organização das Nações Unidas, 2025), no presente artigo, examinamos o impacto do hiperconsumo da rede social TikTok, avaliando se essa relação de uso excessivo pode ser caracterizada como uma adicção, 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 fragmentos de 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 de redes sociais na internet. Consideramos que há uma ligação entre o uso que o sujeito faz dessas plataformas e a sua saúde, principalmente a saúde mental, e, conseqüentemente, o seu bem-estar. Sendo assim, salientamos que as relações estabelecidas pelos sujeitos com os objetos da contemporaneidade situam-se no âmbito das discussões sobre saúde, configurando um tema de extrema relevância para a compreensão dos novos sintomas decorrentes das dinâmicas sociais atuais e dos desdobramentos do desenvolvimento tecnológico que vivenciamos, conforme discutimos ao longo do texto.

O artigo é resultado da pesquisa homônima desenvolvida com o apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC), financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), no ano de 2023.

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 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 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) . Esse movimento 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 (atualmente “X”). Foi possível verificar uma nova forma de sociabilidade, na qual, segundo 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 salienta o paradoxo de que “o 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 escancararam 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. Trata-se de uma plataforma 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 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, Santiago (2001) complementa 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, refere-se ao fato de que as redes sociais virtuais dos tempos atuais incorporaram a lógica 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 já alinhados aos seus interesses, que prolongam sua estadia nas plataformas, estendendo 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. (Breitenbach, 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 a 3 minutos, 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, que não cessam de chegar de acordo com suas preferências previamente delimitadas pelo algoritmo do aplicativo.

Essa lógica de funcionamento do TikTok nos permite evidenciar que, ao consumir esse conteúdo, o sujeito também é transformado em produto. Apesar de não ser o foco de nossa pesquisa, vale ressaltar que ao interagir com os vídeos veiculados na plataforma, curtir, comentar e compartilhar, o usuário alimenta os algoritmos que, por sua vez, utilizam essas informações para refinar ainda mais o conteúdo oferecido. Assim, é criado um ciclo contínuo no qual o sujeito se torna, simultaneamente, consumidor e produto, já que seus dados, preferências e comportamentos digitais são coletados, analisados e transformados em capital para as grandes corporações tecnológicas que são donas de redes sociais como o TikTok.

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. Dalgalarrondo (2019) caracteriza esses 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” (Dalgalarrondo, 2019, p. 406). A diferenciação entre os dois fenômenos é uma tarefa que implica dificuldades (Generoso, 2016), todavia, vale ressaltar que, no presente artigo, buscamos orientar nossa reflexão através da psicanálise. Essa perspectiva nos permite focar no sujeito

implicado nesses processos, uma vez que incorpora a noção de gozo, que, segundo J3sus Santiago (2001), 3 exclu3da pelo discurso cient3fico:

3 3 considerando que a descoberta freudiana admite e inclui, em seu cerne, um saber sobre essa dimens3o abolida na ci3ncia que a psican3lise se autoriza a encarar as condi3es de produ3o da experi3ncia toxicom3nica. Em outros termos, o saber anal3tico mostra-se qualificado para opinar sobre a rela3o desregrada do sujeito com a droga, a partir do campo do gozo exclu3do do discurso da ci3ncia.
(Santiago, 2001, p. 9)

Ao privilegiar a 3tica do desejo, que considera a dimens3o do gozo presente na toxicomania, a cl3nica psicanal3tica a concebe como “um modo particular de satisfa3o, distinto da depend3ncia biol3gica pr3pria de toda concep3o moral, repreensiva, biologicista em rela3o ao ato do toxic3mano” (Pacheco, 2016, p. 44). Ainda nesse sentido, Faria (2016) acrescenta que a psican3lise permite que localizemos a singularidade da fun3o do uso da droga na vida do sujeito, em oposi3o a determo-nos somente no *objeto droga*.

A compreens3o de gozo, nesse contexto, requer que retornemos a Freud em *Al3m do princ3pio de prazer* (Freud, 1920/1996). Apesar de o termo n3o ser apresentado enquanto conceito pelo autor, foi a partir da no3o de compuls3o 3 repeti3o, retomada neste texto, que Lacan encontrou bases para construí-lo. Freud defende que a partir da primeira mamada o beb3 humano buscar3 continuamente a satisfa3o que, supostamente, encontrou nesta primeira experi3ncia. A busca pelo que se perdeu aparece como marca pulsional no sujeito, que est3 inserido na linguagem. Para Lacan, o gozo encontra-se nesta busca incessante de ultrapassar o princ3pio de prazer, encontrada na repeti3o e fixa3o, e que n3o 3, necessariamente, prazerosa (Miranda J3nior, 2021).

Dessa forma, 3 poss3vel refletir sobre as especificidades do gozo do toxic3mano, que age em dire3o 3 repeti3o e ao excesso, conforme aponta Miller (2016), n3o estando ligado ao princ3pio de prazer, mas al3m dessa l3gica. Conforme exposto anteriormente, a busca de satisfa3o nem sempre visa o prazer. Para Freud (1920/1996), 3 esse princ3pio que introduz um limite na satisfa3o e, como vimos, o uso da droga pelo toxic3mano caracteriza um modo de satisfa3o que se localiza al3m do princ3pio de prazer. Para Miller (2016):

(...) a experi3ncia toxicom3nica justifica que se introduza o termo de gozo para qualificar o que, nesse caso, se situa mais al3m do princ3pio do prazer, o que n3o est3 ligado a um temperamento da satisfa3o, mas, ao contr3rio, a um excesso, a uma exacerba3o da satisfa3o que conflui com a puls3o de morte (MILLER, 2016, p. 27).

Na perspectiva psicanalítica, desde as primeiras formulações freudianas, prazer e satisfação nem sempre coincidem, podendo-se ter algum tipo de satisfação com objetos que nem sempre causam prazer, como nas toxicomanias.

Outra característica a se destacar na operação de satisfação diz respeito ao objeto e ao Outro. O conceito de Outro, escrito com letra maiúscula, foi introduzido na psicanálise por Lacan (1956-1957/1995) para diferenciar do semelhante: o outro. Na experiência inaugural proposta por 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, que se torna objeto da falta, do desejo, devendo ser buscado no Outro, no mundo externo. É importante ressaltar que a partir desse Outro, lugar da lei, das normas, dos interditos e da linguagem, se constitui o sujeito para a psicanálise, que é estruturalmente faltante.

Nas toxicomanias, 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 autoerotismo “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). Dessa forma, o gozo do toxicômano é ilimitado e rompe com as mediações simbólicas que estruturam o sujeito através da renúncia ao grande Outro.

Em O mal-estar na civilização, Freud (1930/2006) apresenta o mal-estar como cerne da condição humana e ponto estrutural do sujeito, devido à impossibilidade de realização plena de seus desejos. Partindo desse texto seminal, Viganó argumenta que:

[...] o sofrimento nos espreita, tanto a partir de nosso próprio corpo, como do mundo exterior e das inevitáveis relações com os outros. Lacan colocou com precisão, seguindo a letra freudiana, que esta aflição é inerente à nossa qualidade de seres falantes. De maneira tal que conhecemos os sabores e os dissabores da vida porque nossa existência é falada-falante. Cada cultura e cada sujeito têm seus modos de aliviar o mal-estar [...] (Viganó, 2016, p.70).

No caso das toxicomanias, o uso de substâncias tem efeitos que promovem o alívio desse mal-estar no corpo, de diferentes maneiras. Com seus efeitos estimulantes, tranquilizantes ou alucinógenos, o uso excessivo de substâncias lícitas ou ilícitas se apresenta como saída que não considera outras possibilidades de mediações simbólicas.

No presente artigo, referimo-nos ao uso excessivo da rede social TikTok por parte dos usuários entrevistados, que pode ser compreendido como uma relação aditiva, embora não envolvendo o consumo de uma substância química externa como no caso das toxicomanias. Trata-se de uma relação estabelecida com um objeto externo que, diferentemente das substâncias psicoativas, não produz efeitos pela sua inserção direta no corpo, mas sim pelo uso externo do aplicativo.

Entretanto, as diferenças entre as duas experiências, a toxicomania e a que nomeamos nesse artigo como adição ao TikTok, não se limitam a esse aspecto. Nessa última, o sujeito cola-se à tela de seu dispositivo móvel, conforme observamos nas entrevistas que serão apresentadas no tópico a seguir, diminuindo suas interações com o mundo que o rodeia, numa experiência de excesso de consumo alimentado pelo feed contínuo do aplicativo, organizado pelo algoritmo. No TikTok a satisfação não passa pelo Outro, como abordamos acima, mas pelas imagens que o sujeito consome ao navegar no aplicativo. Ou seja, prevalece o campo do imaginário das dancinhas, memes e outros tipos de postagens presentes na plataforma. Na lógica algorítmica, o usuário se submete a esse ciclo vicioso que determina o que o sujeito deveria assistir e, conseqüentemente, consumir. Dessa forma, a plataforma mantém seus usuários em um uso excessivo.

Ademais, a tela, nesse caso, funciona como um anteparo que quase não abre brecha para terceiros, à exceção dos casos em que o usuário compartilha com outras pessoas algum conteúdo que assistiu, conforme visto nas entrevistas realizadas, ou no caso de criadores de conteúdo de TikTok, que produzem vídeos na plataforma que abrem um campo para o diálogo, mesmo que fugaz. Nesse sentido, Faria (2016) conclui:

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).

Por fim, outro aspecto notável no que tange esse fenômeno é 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?

4.1 As entrevistas

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 usuários da plataforma, 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 que consistia em seis perguntas. Essas questões buscavam compreender desde o tempo de uso e as motivações iniciais e atuais para acessar o aplicativo até os tipos de conteúdo consumidos e os principais atrativos da plataforma. Também investigavam os sentimentos desencadeados durante o uso, a frequência e os horários de acesso, além da percepção dos próprios participantes sobre se seu padrão de utilização era moderado ou excessivo e como reagiam em situações de falta de acesso a ele.

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.

4.2 As respostas

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. A partir da análise das respostas dadas nas entrevistas foram feitas algumas observações 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 o mesmo ano para se referir ao momento em que baixaram o aplicativo.

Também 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, o 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 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 a serem experimentadas na realidade. Ainda sobre esse tema, A afirma que “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. Conforme discutido anteriormente neste trabalho, o TikTok possui um algoritmo que, a partir da interação do indivíduo com determinado conteúdo, passa a apresentar a essa pessoa vídeos que têm maior probabilidade de se assemelhar ao seu gosto, baseado no monitoramento das interações realizadas no aplicativo. Esses vídeos aparecem na For You — termo que pode ser traduzido para o português como “para você” — página inicial do aplicativo e, nele, o principal meio de navegação do usuário. Nesse contexto, os respondentes da entrevista, em diversos momentos dos diálogos com as pesquisadoras, comentaram a

respeito do algoritmo, N por exemplo declara que “é impossível falar do TikTok 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 é personalizado e que captura a satisfação do usuário. Portanto, compreende-se a possibilidade, trazida por essa estratégia de exposição dos vídeos aos usuários, de culminar em um vício, assim como 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”. Aqui, ressaltamos também o lugar que o aplicativo ocupa frente aos usuários, determinando para eles o que deve ser visto e, mais do que isso, o lugar daquele que sabe o que deve ser visto, um lugar de Outro.

Um 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 comenta: “[...] 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 TikTok's 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?
(Entrevistada S)

Percebemos que, nesse caso, o TikTok se apresenta explicitamente como um elo que liga os sujeitos que o utilizam, como uma maneira de enlaçamento entre os usuários. Isso não

acontece no caso das toxicomanias, em que os agrupamentos formados promovem trocas utilitaristas em torno de uma substância e não levam ao reconhecimento de terceiros como parceiros discursivos, tal como nas coletividades presentes no laço social.

Conforme argumenta Faria (2016), enquanto as toxicomanias implicam no consumo excessivo de uma substância externa ao corpo, que é então introduzida nele, as chamadas novas adições dizem respeito a um ato marcado por uma relação de excesso com objetos da cultura, como os dispositivos eletrônicos, celulares e redes sociais. Sendo assim, para além dessa distinção, é possível notar que, nas novas adições, como no caso relatado pelos entrevistados que reconhecem uma relação excessiva de uso do TikTok, resiste uma forma de laço com outras pessoas, ainda que frágil, no momento em que ocorre o uso. No caso do TikTok, vemos que os conteúdos trocados entre os usuários terminam, inclusive, por virar assunto entre grupos de pessoas, possibilitando a criação de vínculos e trocas. Nas toxicomanias isso não ocorre, já que o gozo do toxicômano se caracteriza como um gozo que age diretamente sobre o real do corpo, sem intermédio de terceiros. Trata-se de um gozo que não passa pelo campo do Outro nem pelas mediações simbólicas da palavra, mas que incide de forma imediata sobre o corpo invadindo o sujeito por uma satisfação que ultrapassa o prazer e toca o corpo fora de regulações simbólicas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da localização da sociedade de consumo e do advento das redes sociais foi possível, no presente artigo, examinar um fragmento dos impactos do 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.

O uso excessivo do TikTok se apresenta, também, como uma tentativa de amenizar ou até mesmo evitar a experiência de mal-estar inerente ao sujeito. Essa tentativa de tamponamento da angústia é característica marcante das formações sintomáticas contemporâneas, nas quais predomina um imperativo de felicidade constante. Frente a isso, há uma incidência de práticas de consumo desenfreado, sustentadas na crença de que a satisfação subjetiva plena pode ser alcançada por meio dos objetos presentes na cultura. O TikTok, como rede social, se apresenta como um desses objetos. Com sua interface acelerada e altamente responsiva, a plataforma intensifica essa lógica, oferecendo uma sequência ininterrupta de estímulos que buscam eliminar a falta, funcionando como um dispositivo contemporâneo de gozo.

Conforme exposto anteriormente, as entrevistas feitas durante a pesquisa de campo 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 utilizadas, 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 adições, 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 que estão sempre inovando na oferta de objetos que possam ocupar esse lugar.

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. Entendemos que as redes sociais são criadas com frequência, e que as que já existem, como o TikTok, passam por constantes atualizações e modificações, permitindo que investigações como a proposta no presente artigo sejam revisadas e complementadas, visando a ampliação do campo de estudo. Acreditamos também que ao considerarmos a incidência das novas adições na clínica contemporânea, deve-se priorizar a vivência de cada sujeito diante dessas experiências, apostando na construção de um saber que ultrapassa considerações generalizáveis a respeito desse fenômeno. Nesse sentido, a ética da psicanálise se mostra fundamental, pois orienta a prática clínica a partir da escuta singular e atenta do sujeito e seu sintoma.

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.

GENEROSO, Claudia Maria. Toxicomania e adição num caso de adolescente. Revista Pharmakon Digital, v. 2, p. (8-10), nov., 2016. Disponível em: http://pharmakondigital.com/wp-content/uploads/2020/03/pharmakon_Ed02_PT.pdf. Acesso em: 7 jun. 2023.

LACAN, Jacques. (1956[1957]). O Seminário Livro 4 A relação de objeto. Texto estabelecido por Jacques-Alain Miller. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor. 1995.

LIMA, Nádia 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, Nádia 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. Acesso em 21 ago 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

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 3: Saúde e Bem-Estar. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/3>. Acesso em: 3 jul. 2025.

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-comp-any-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.

VIGANÓ, Ana. Com a mandíbula dormente. Revista Pharmakon Digital, v. 2, p. (70-72), nov., 2016. Disponível em: http://pharmakondigital.com/wp-content/uploads/2020/03/pharmakon_Ed02_PT.pdf. Acesso em: 6 jun. 2023.