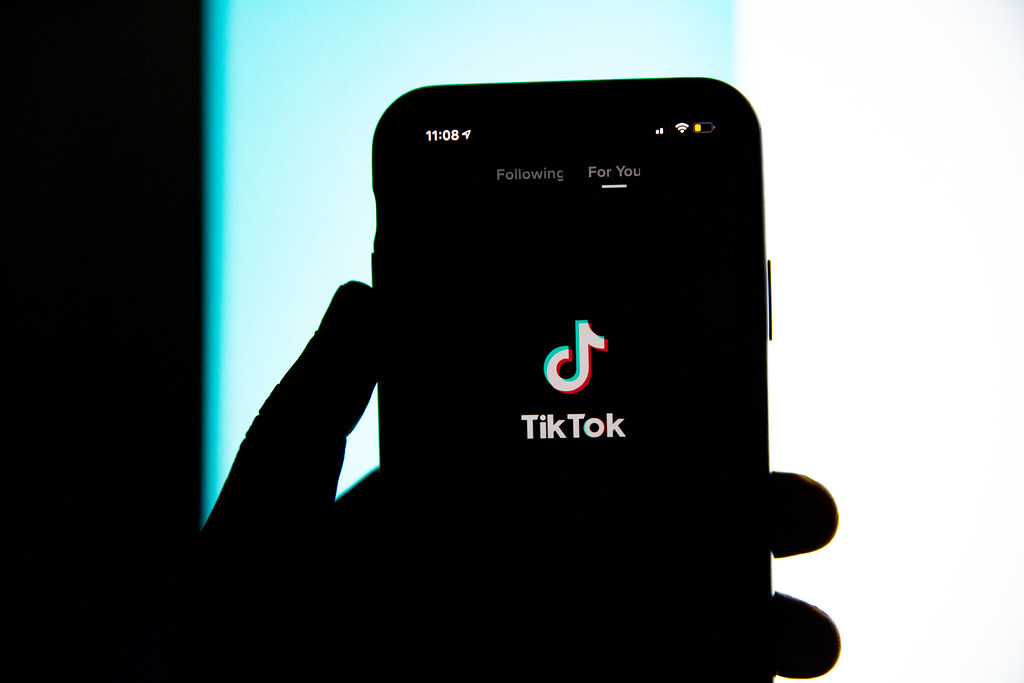
O que nos deixa tão viciados no TikTok, segundo a Ciência

//titulo

**O ambiente digital moderno e, mais especificamente, as redes sociais transformaram completamente nossa forma de interação com o mundo.**

//subtítulo



O Facebook, Twitter, Instagram e WhatsApp tornaram-se plataformas para que os usuários se comuniquem não apenas com seus amigos e familiares, mas também com marcas e organizações, criando um ecossistema que já faz parte da nossa sociedade.

Nesse contexto e ao longo dos últimos anos, o TikTok - rede social lançada em setembro de 2016 pela empresa chinesa ByteDance para o mercado internacional, com o objetivo de criar e compartilhar vídeos curtos - virou um dos aplicativos mais utilizados do mundo, especialmente entre os jovens.

O TikTok foi o aplicativo mais baixado do mundo em 2020 e, nos Estados Unidos, sua popularidade desbancou o Instagram entre a geração Z. Estes dados demonstram o rápido crescimento da indústria de plataformas de vídeos curtos.

O aumento do uso e da popularidade dessas ferramentas fez com que elas se tornassem um fenômeno a ser estudado. Uma das linhas mais frequentes de análise das redes sociais, tanto no campo acadêmico quanto no profissional, é a adesão. Este conceito inclui a ideia de como, no mundo digital, tenta-se atrair os usuários, motivando-os a ficar cada vez mais tempo na plataforma.

**O que nos atrai nas plataformas de vídeo**

//subtitulo

Pesquisas anteriores demonstraram que existem três variáveis que influenciam diretamente a quantidade de horas que um usuário passa nesse tipo de plataforma - ou seja, o nível de adesão a elas.

A primeira variável estudada é a existência de uma motivação constante, compreendida como aquilo que leva o usuário a continuar fazendo uso da plataforma. Essa motivação constante está diretamente relacionada com a satisfação experimentada ao usar as redes sociais, bem como a gerada por receber comentários positivos, curtidas ou outras recompensas disponíveis.

O segundo fator que potencializa o uso das redes sociais é o desejo de compartilhar experiências.

Quando usamos as redes sociais, não procuramos apenas consumir conteúdo. Também desejamos criá-lo, porque esse ato de compartilhamento nos gera uma sensação de pertencimento à comunidade, com o oferecimento de nossas colaborações. Se a colaboração entre a comunidade for incentivada, cresce a adesão dos usuários à plataforma.

Por fim, no caso das plataformas que oferecem a opção de gerar conteúdos em vídeo, é preciso também considerar a capacidade de produzir clipes com qualidade. Para isso, analisa-se de que forma os usuários tendem a fazer uso mais constante da rede social, à medida que percebem que possuem capacidade de criar bons conteúdos em vídeo.