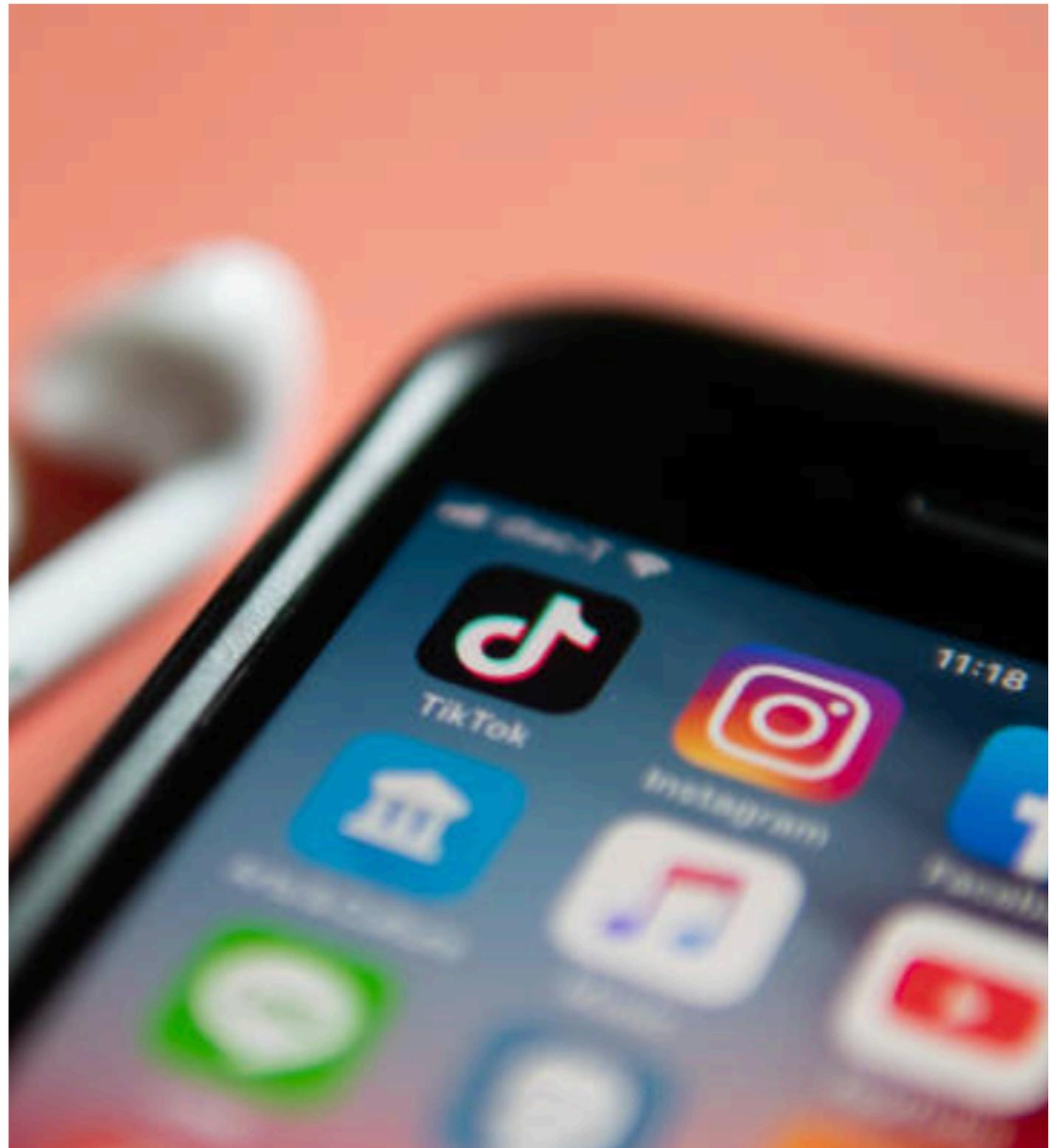

TikTok: uma perpetuação algorítmica da "perfeição"

por Rachel Kisela

traduzido por Fernanda

Lee



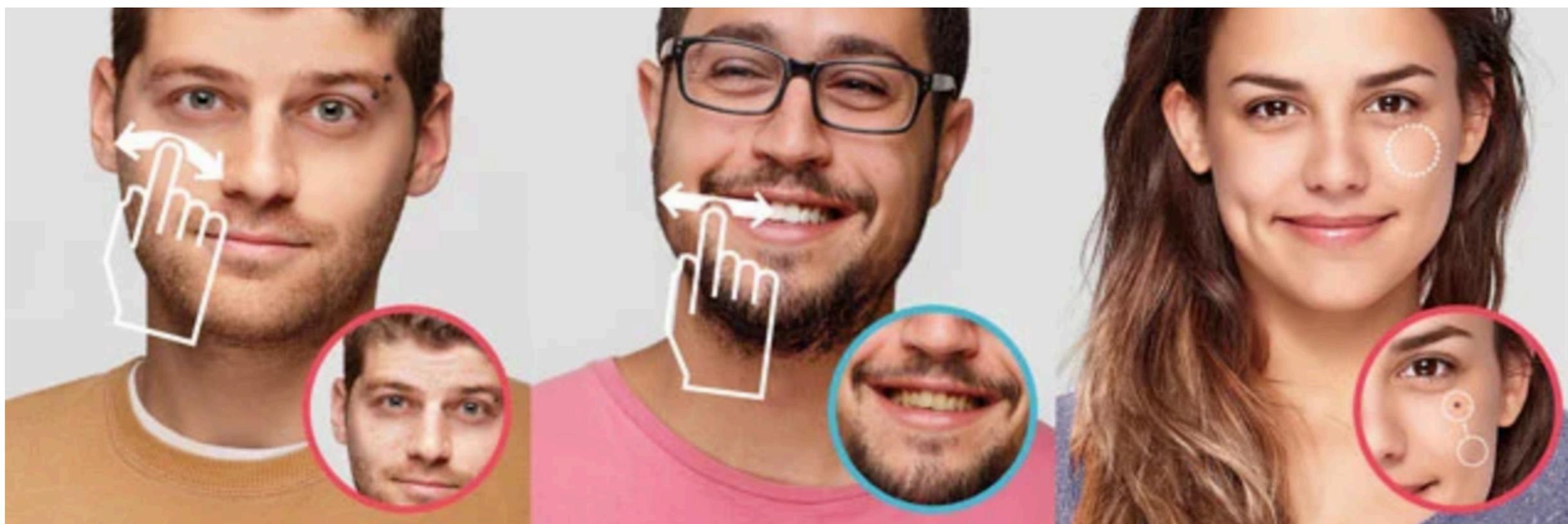
O aplicativo

Se você está familiarizado com o TikTok, deve estar ciente das notícias recentes de que o aplicativo está sendo considerado para uma proibição nacional nos Estados Unidos.

Independentemente da legitimidade por trás da ameaça de banir o TikTok em dispositivos americanos, se você é um dos quase 800 milhões de usuários ativos do TikTok, deve ter refletido sobre as implicações mais amplas para o aplicativo. Como o rápido crescimento e queda do aplicativo mudou a maneira como funcionamos como humanos, tanto online quanto offline?

Se você não me conhece, eu sou Rachel. Estou estudando Sociologia na Universidade de Washington. Também sou uma editora de vídeo em meio período e não hesitaria em me rotular como uma entusiasta da internet. Estou interessada em conteúdo online e nas interações sociológicas que são mediadas pela internet. Coincidentemente, TikTok é uma mina de ouro para os curiosos sociologicamente. Apesar das preocupações significativas com a segurança, é um dos aplicativos móveis de crescimento mais rápido no mundo.





Minha intenção não é repetir a impressionabilidade de sua jovem base de usuários, ou sua comercialização - a Geração Z é uma mina de ouro para anunciantes. Em vez disso, o que quero discutir não é necessariamente apenas o mundo online, mas o que podemos trazer para o mundo offline e para nossas cabeças. Expectativas improváveis de corpo e aparência sempre foram empurradas de forma não solicitada para o primeiro plano nas mentes de muitas mulheres jovens, mas com o TikTok é quase impossível desviar o olhar. Todo o império das mídias sociais é construído em torno da aparência. O FaceTune, um dos aplicativos mais populares da Apple App Store em todo o mundo, desenvolveu rapidamente a normalização da distorção corporal nas redes sociais.

Embora os anúncios sejam legalmente obrigados a serem divulgados nas postagens do Instagram para evitar enganos, o uso do FaceTune e filtros para remover manchas, poros lisos e contorções de corpos é quase onipresente entre os influenciadores do Instagram. No entanto, o TikTok desempenha um papel único no desenvolvimento da imagem corporal porque depende fundamentalmente de curadoria autônoma e ativa. A interface do usuário do TikTok é insidiosamente fácil de usar, lançando infinitamente centenas de vídeos de 15 a 60 segundos de uma vez.

Controle algorítmico autônomo

Quando você abre o aplicativo pela primeira vez, sem nem mesmo um questionário ou link de “inscrição”, o TikTok imediatamente começa a mostrar o conteúdo. Nos dias seguintes, ele aprende o que você assiste, com o que se envolve e ajusta o algoritmo para você. O que você assiste e se envolve não é necessariamente o que faz você se sentir bem consigo mesmo, e pode nem mesmo ser o tipo de conteúdo que você decidiu assistir no TikTok. Na prática, o recurso de pesquisa mal funciona, já que cada vídeo contém tão poucos metadados de texto que é difícil para o mecanismo de pesquisa rastrear. Isso difere das plataformas que trabalham ativamente para preencher o conteúdo com metadados pesquisáveis, como YouTube ou Instagram. Outra escolha de design exclusiva e pontual feita pela TikTok a fim de maximizar o uso do algoritmo é tornar a página “For You” a página inicial padrão para o aplicativo. TikTok descaradamente direciona seus olhos para o algoritmo, curando de forma autônoma o que você consome para mantê-lo engajado o maior tempo possível.

Imagem corporal

É aqui que fica complicado. A maioria das plataformas, como YouTube e Twitter, são basicamente auto-moderadas. Existem esforços predominantemente bem-sucedidos em nome da empresa para remover conteúdo

ilegal, mas áreas cinzentas legais, como discurso de ódio, são deixadas para os usuários decidirem se é ou não prejudicial o suficiente para denunciar. Recentemente, a Internet viu uma das maiores influenciadoras do YouTube, Jenna Marbles, se cancelar e se lembrar de ter excluído manualmente seus vídeos antigos ao longo dos anos em uma clara demonstração de autopreservação por meio de automoderação. Frequentemente, a tarefa de moderar o YouTube para conteúdo desagradável recai sobre os ombros dos criadores, e não sobre a própria empresa. No entanto, o TikTok opera em um nível muito mais alto de moderação, tanto que cria um ambiente totalmente censurado. Vamos dar uma olhada em um exemplo de um dos meus criadores TikTok positivos para o corpo favoritos, Mik Zazon.

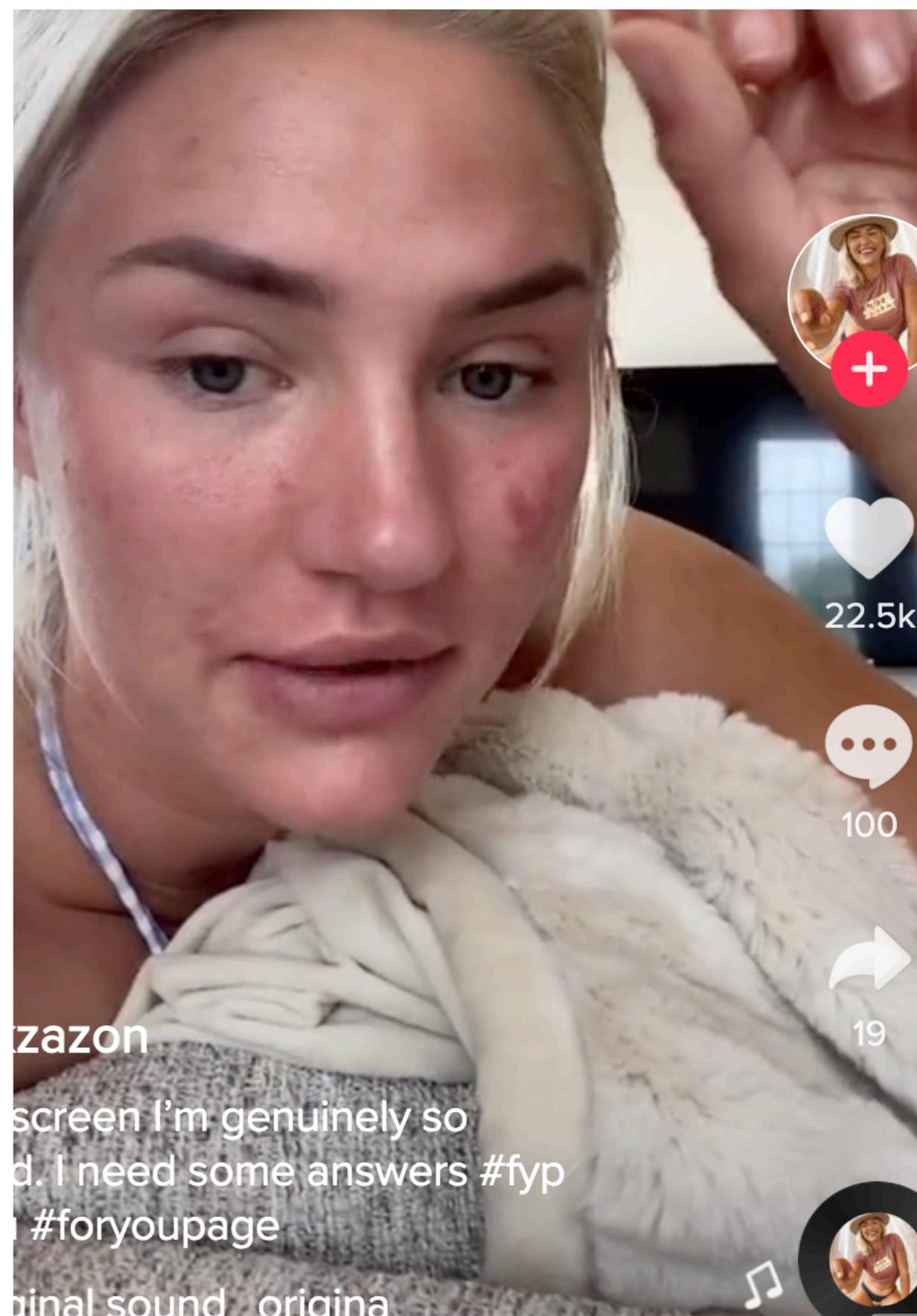
#acne

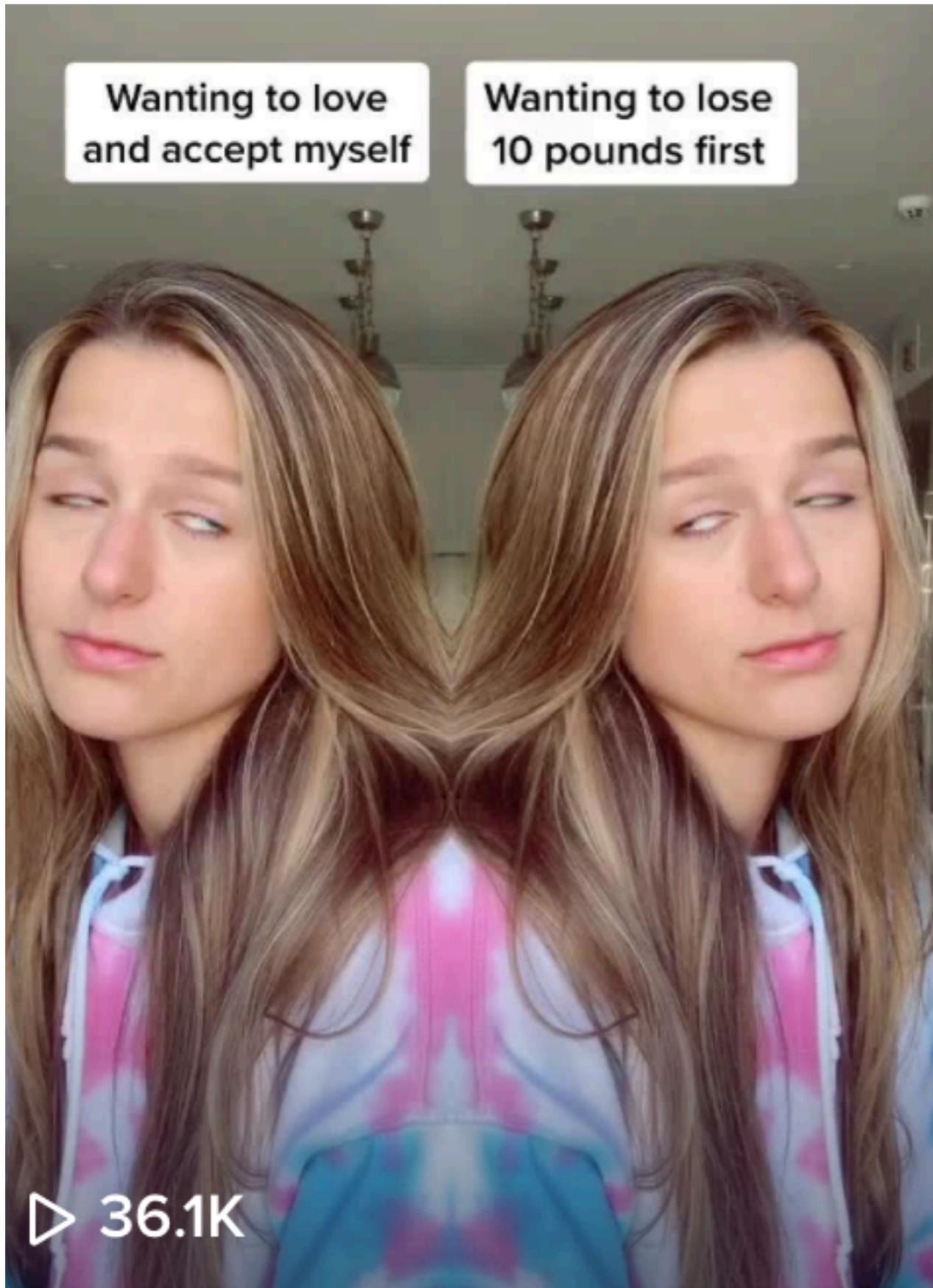
O TikTok censurou uma postagem que tinha a hashtag “acne” e permitiu que passasse outra idêntica que não continha a hashtag. Para um aplicativo controlado por algoritmo, isso fala com os valores da plataforma. De acordo com documentos chineses que vazaram e adquiridos pelo *The Intercept* em março, o TikTok promove ativamente as postagens de usuários “bonitos” e rebaixa as postagens de usuários “feios”,

"pobres" e "deficientes". O motivo, de acordo com os documentos? "O vídeo ficará muito menos atraente, não valendo ser recomendado para novos usuários."

Quase metade das adolescentes está infeliz com seus corpos. A dismorfia corporal e os transtornos alimentares em jovens de todos os gêneros têm aumentado constantemente nos últimos anos. Pensar que o TikTok é uma influência autônoma nesta batalha negligencia o reconhecimento do quadro mais amplo, portanto, embora eu pretenda chamar a atenção para o TikTok, o que realmente preocupa é a sociedade em geral e o que estamos dispostos a negociar por pontos de vista, poder e dinheiro.

Uma pequena vitória para a comunidade TikTok, no entanto, é o movimento reacionário de positividade corporal. Uma comunidade crescente de criadores e espectadores, incluindo a ex-atleta D1 Victoria Garrick e a defensora da positividade corporal Brittani Lancaster, confronta diretamente os valores incorporados da TikTok postando conteúdo que funciona contra a corrente do algoritmo. Este conteúdo prega ironicamente a autoaceitação e o amor próprio em uma das plataformas de mídia social mais restritivas até hoje, e busca quebrar o condicionamento social de "perfeição" que TikTok cultiva.

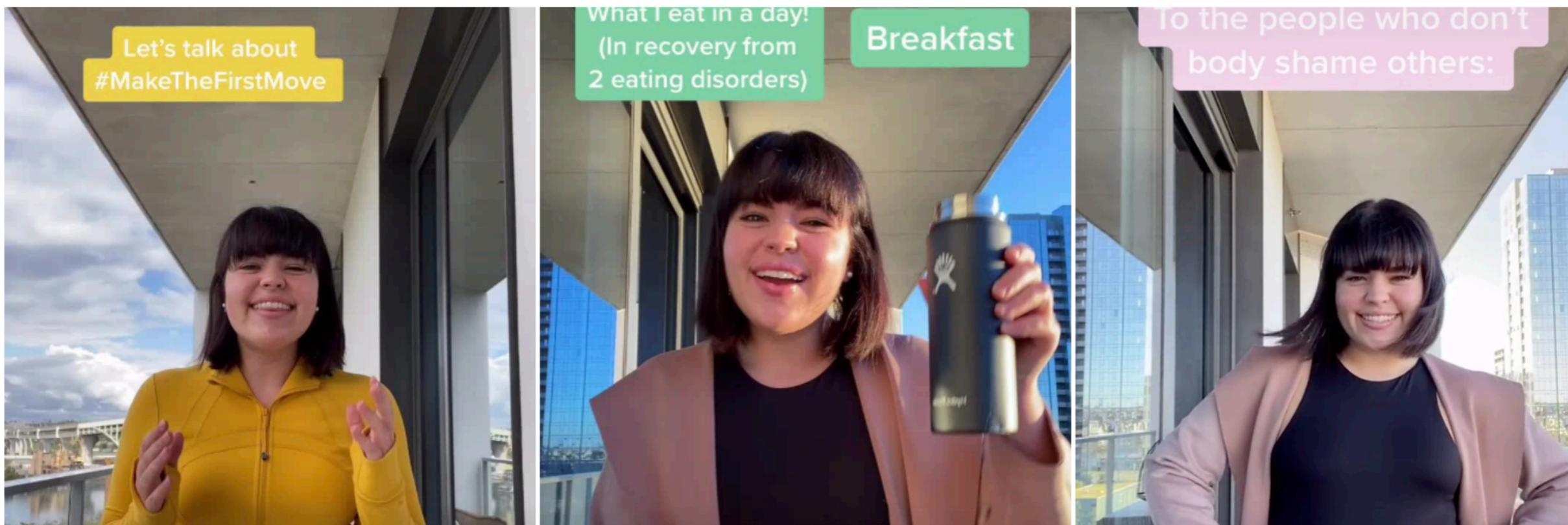




Ao seguir um perfil você dá o seu voto

Se tem um aprendizado com tudo isso é: “Ao seguir um perfil você dá o seu voto” é o “voto com seu dólar” para a Geração Z economicamente endividada e movida pela mídia. A contagem de seguidores é uma indicação do século 21 de status e popularidade, assim como o acúmulo de dólares de um consumidor. Mesmo que não custe nada para você, seu acompanhamento indica seu apoio. Portanto, quando você decidir seguir um perfil na rede social ou um influenciador, pergunte a si mesmo:

- Em quais valores você deseja votar ao seguir um perfil?
- Que tipo de cultura você deseja perpetuar?
- Que tipo de ideias você quer divulgar?
- Que tipo de imagens você quer ver, quer que um jovem do mundo inteiro veja ou que seu futuro filho veja?
- Que imagens você gostaria de ter visto 5 anos atrás? Como isso pode ter mudado seu pensamento agora?
- Isso é o que quero dizer quando digo “ao seguir um perfil você dá o seu voto”.



Parta para ação

Embora este artigo seja uma reflexão, é também um apelo à ação. O TikTok é apenas um componente de uma tendência maior de controle algorítmico. Certos aspectos da autonomia são atraentes para vidas humanas, mas embutido em cada decisão algorítmica está um conjunto de valores. Quando construímos tecnologia imersiva antes de considerar nossos próprios valores, sejam eles saúde, felicidade ou amor, esses valores desaparecem de nossa vida diária. “Ao seguir um perfil você vota” deve ser uma escolha consciente aos olhos dos consumidores de rede social. Se realmente queremos usar a tecnologia para melhorar a sociedade, precisamos fazer um trabalho melhor para manter nossas plataformas de rede social em altos padrões de justiça, representação igualitária e transparência.

Influenciadores positivos do corpo

- Mik Zazon — [@mikkzazon](#) on TikTok, [@mikzazon](#) on Instagram
- Victoria Garrick — [@victoriagarrick4](#) on TikTok, [@victoriagarrick](#) on Instagram
- Brittani Lancaster — [@brittanilancaster](#) on TikTok, [@brittanilancaster](#) on Instagram
- Larry Welsh (“Jellopus”) — [@jellopus](#) on TikTok, [@larrytwelsh](#) on Instagram