

Algoritmos, padrões da Indústria Cultural e suas influências nos usuários do TikTok.Giullia Hartvite¹Marcella Schneider Faria-Santos²**Resumo**

Esse estudo aborda como os padrões da Indústria Cultural servem de parâmetro para o funcionamento dos algoritmos que, por sua vez, influenciam usuários do TikTok. O uso da Teoria Crítica dos participantes da Escola de Frankfurt, é essencial na compreensão dos resultados dos comportamentos de quem utiliza a rede social. Dessa forma, ao relacionar a teoria com a ferramenta principal - algoritmo -, percebeu-se que a padronização personalizada de conteúdos ocasiona a dificuldade de um pensamento crítico do indivíduo, resultando em uma limitação de consciência sobre si mesmo e sobre o mundo, já que consome produtos que reproduzem normas sociais dominantes. Portanto, nos parece fundamental entender criticamente como o uso das estratégias da Indústria Cultural e o funcionamento do algoritmo se relacionam no contexto do TikTok. Através de pesquisa bibliográfica e empírica com observação de perfis e trends do Tik Tok, buscou-se responder a pergunta problema.

Palavras-chaves: Algoritmos; TikTok; Comportamento de Usuários; Indústria Cultural.**Introdução**

A intensa interação com a internet contemporânea se dá através das redes sociais, e a mais famosa do momento, é o Tik Tok. Por ser uma rede social fora dos padrões empresariais americanos, há uma curiosidade a respeito de seu algoritmo, já que a empresa proprietária é chinesa.

¹ Aluna do 2º semestre do curso de Jornalismo da FAPCOM. Realizou Iniciação Científica junto ao Grupo de Pesquisa Mídia, Linguagem e Sociabilidade na era digital.

² Orientadora desta Iniciação científica. Professora da FAPCOM, coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídia, Linguagem e Sociabilidade na era digital.

Corroborando com outros estudos, este artigo visa abordar o modo de funcionamento da entrega de conteúdos da plataforma – por meio de seu algoritmo - aos usuários, relacionando esse modo às análises da Teoria da Indústria Cultural, desenvolvida por Adorno e Horkheimer, buscando compreender os efeitos sociais dessas entregas no comportamento dos usuários.

A padronização e a venda de produtos culturais na sociedade são um dos pilares principais da Teoria Crítica, já o algoritmo do TikTok se adapta às interações de quem o utiliza, podendo definir gostos e preferências.

O motivo que levou aos estudos desse artigo, foi, primeiramente, a observação de crianças em sala de aula. Como seus gostos e comportamentos eram afetados pelo excesso de uso da rede social, Tik Tok. Já que, crianças que não têm a permissão dos responsáveis para o consumo da plataforma digital, apresentavam comportamentos relacionados com as suas respectivas idades, se mantendo com a individualidade infantil. E crianças que consomem os produtos do TikTok, mostram-se massificadas, ou seja, sem experiências individuais, visto que, falam, pensam e agem de acordo com o que assistem.

Segundamente, outro ponto observado para o início dos estudos desse artigo foi a polarização política vivida atualmente, e o fato de muitas informações incorretas de um dos lados políticos interferem profundamente na definição de sociedade e mundo dos usuários, quando compartilhados na plataforma digital.

1. O desenvolvimento da internet e as redes sociais

O ano de 2023 foi repleto de inovações relacionadas ao mundo da tecnologia. O Chat Gpt, da empresa Open IA, com sua linguagem *LLM*³, foi um dos atores que deixou a sociedade preocupada com o futuro dessas Inteligências Artificiais tamanha sua potência de memória e processamento. Para além dos metaversos, inúmeros sensores conectados à aplicativos deram voz a informações antes desconhecidas e é neste contexto, de comunicação entre coisas, dados e pessoas, que iniciamos o interesse e a pesquisa acerca dos avanços da internet.

³ LLM: Large Language Model, ou seja, Grande Modelo de Linguagem. Um modelo de aprendizagem de máquina treinado para aprender a partir de grandes bases de dados.

A IoT ou “Internet das Coisas” denomina a habilidade de conectar internet em objetos físicos ou virtuais, utilizando sensores. Tais arranjos conectivos geram os Big Datas que consistem em um enorme banco de armazenamento de dados em tempo real. Essas tecnologias passaram a estar presentes no dia a dia de todos que utilizam aparelhos conectados à internet e objetos semelhantes, mas para chegar até aqui ocorreu um processo que durou décadas.

A internet passou por gerações, desde a Web 1.0 à Web 3.0 e o aprimoramento das ferramentas e mecanismos que pertencem a esta, tiveram um papel muito importante para a evolução da internet. Mil novecentos e sessenta é a década em que iniciaram-se as pesquisas em torno dessa rede de máquinas interligadas à distância, a qual conhecemos, assim como diz na matéria da Folha de S. Paulo⁴. A ARPANET, agência de projetos de pesquisa avançada, foi a primeira a conseguir se conectar por rede à distância. Foi em 1980 que a agência se expandiu e surgiu a World Wide Web (www) como um sistema de armazenamento de documentos, e apenas em 1991 a Web se expandiu para o uso de pessoas de fora do âmbito do trabalho e da ciência, começando assim sua comercialização.

A Web 1.0 pode ser caracterizada pelas informações contidas nas telas apenas para leitura, dessa forma, a interação com o usuário era mais estática. Já no caso da Web 2.0 aumenta-se a participação dos usuários, momento em que ocorreu a revolução das redes sociais, como o Facebook. E por fim, a geração da Web 3.0, a qual ainda está ocorrendo a transição, é a próxima fase da internet, pode ser exemplificada pelas tecnologias de *blockchain*⁵.

Antes das redes sociais se popularizarem havia as mídias sociais. A relação direta das duas formas de comunicação digitais parecem muito similares quando se pensa no contexto de internet hoje em dia, porém, apesar de um *gap* de décadas, há tecnologias que tiveram sua fama muito antes da rede mundial de computadores. A plataforma Tecmundo⁶ publicou uma matéria sobre os

⁴ Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/paywall/login.shtml?https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>. Acesso em: 07/06/2024.

⁵ Define-se como um mecanismo de banco de dados avançado com um compartilhamento transparente de informações de uma empresa.

⁶ Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-veio-a-comecar-htm>. Acesso em: 07/06/2024.

primórdios da sociabilidade virtual, que tiveram seus primeiros relatos no ano de 1969, com a dial-up - linha discada - e o grande lançamento da época, CompuServe - um dos primeiros serviços online a disponibilizar conexão a internet em nível internacional -, surge então os primeiros relatos de serviços que podem sociabilizar dados.

O envio do primeiro email foi em 1971, e a criação do Bulletin Board System (BBS) - sistema criado para enviar convites e anúncios pessoais -, também teve uma grande importância para os avanços das mídias digitais.

Já em 1984, uma nova tecnologia foi criada para tirar o CompuServe de circulação, o chamado Prodigy. Entretanto, o final da década de 80 ficou marcado pelo América Online (AOL), onde usuários receberam ferramentas para criar perfis virtuais, podendo compartilhar informações pessoais em comunidades. A mais famosa criação da empresa, foram os chats - sistema de mensagens instantâneas.

Dessa forma, finalmente, começa-se a era das redes sociais. Com o GeoCities - serviço fornecedor de ferramentas para usuários criarem páginas na web - a quebra de barreiras foi marcada pela tecnologia, já que a localização dos usuários era uma forma de categorizar as páginas criadas, como afirma na matéria do Rock Content ⁷.

Em 1995, outras duas plataformas foram lançadas, The Globe e Classmates, com o objetivo de interação de usuários. Todavia, o principal fator que usamos hoje em dia nas redes sociais, o compartilhamento de fotos com legendas, surgiu apenas em 2002, com o Fotolog. Logo, apareceu o Friendster, o pioneiro no nome “rede social”. O meio de socialização recebeu 3 milhões de usuários em apenas 3 meses, diz a Tecmundo.⁸

Posteriormente, em 2003, os famosos LinkedIn e MySpace tomaram as plataformas. O primeiro, focado em contatos profissionais, e o segundo, em socialização por lazer.

Até que, a época de faturar muito dinheiro com as redes sociais chega. Em 2004, tivemos o Flickr, voltado a fotografias; Orkut, rede social do Google e a mais usada por muitos anos; e

⁷ <https://rockcontent.com/br/blog/geocities/>. Acesso em: 07/06/2024.

⁸ <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>. Acesso em: 07/06/2024.

finalmente o lendário Facebook, criação de Mark Zuckerberg. Estima-se que cerca de 29 milhões de pessoas ainda o utilizam (TECMUNDO, 2012).⁹

A plataforma do Facebook, foi lançada inicialmente com o objetivo de se parecer com a Classmates¹⁰, de 1995, porém teve sua popularização não só na Universidade de Harvard, mas também em todo o mundo, em 2006. A partir do “boom” do Facebook, que outras plataformas desenvolvidas pela empresa, conhecida hoje como Meta, foram também se popularizando entre os usuários. Podendo-se citar o Instagram, que atualmente é usado como rede social e um meio de trabalho para empresas e comércios, assim como diz a plataforma Medium¹¹.

Todos esses meios de comunicação citados anteriormente, são considerados personalizados, por conta dos níveis interpessoais e de maneira direta entre indivíduos ou grupos pequenos. Entende-se que o público emissor e receptor se torne limitado em relação a escala da entrega das informações.

Ao contrário dos meios personalizados, há os meios de comunicação de massa. São ferramentas usadas em trocas de informações destinadas a uma grande quantidade de pessoas. São esses: rádio, televisão, jornal, revista e internet.

Logo, a comunicação digital da terceira geração da internet e umas das principais redes usadas atualmente é o Tik Tok, um aplicativo de mídia onde os usuários podem assistir e criar vídeos curtos. O Portal Insights¹² afirma que o app foi lançado em 2016 por Zhang Yiming, na China, e após um ano do lançamento o app já obteve 100 milhões de usuários. Foi em 2018, que a Tecnoblog divulgou que a empresa ByteDance - dona do TikTok - comprou o aplicativo Musical.ly¹³ e se fundiu a ele, fazendo com que acelerasse o crescimento e se disponibilizasse para mais de 150 países.

⁹ <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>. Acesso em: 07/06/2024.

¹⁰ Classmates foi uma plataforma de socialização digital, uma das primeiras redes sociais criadas.

¹¹ <https://medium.com/@workwithaqsu/the-evolution-of-facebook-from-social-networks-to-global-phenomenon-4a2c15dd8b24>. Acesso em: 07/06/2024.

¹² <https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/em-que-ano-foi-lancado-o-tiktok-no-brasil>. Acesso em 07/06/2024.

¹³ Aplicativo de vídeos curtos para que os usuários pudessem produzir conteúdos musicais.

Por ser uma plataforma que engloba pessoas de diversas culturas, a mídia se baseia em algoritmos que entregam a cada usuário conteúdos de sua preferência, assim como afirma o Portal Sebrae¹⁴. Essa funcionalidade é comum entre as redes sociais, mas o algoritmo do TikTok chama a atenção de estudiosos. Uma pesquisa foi realizada na Universidade de Boston, por Karen Vombatkere¹⁵, e diz que através do Regulamento Geral de Proteção de Dados (GDPR) pôde analisar e determinar como o algoritmo funciona. Consiste em indicações de conteúdos baseados em dados, como o que a pessoa curte, quem ela segue e até mesmo sites que ela visitou dentro e fora da plataforma. A pesquisa mostra que não há muita transparência do app ao esclarecer como funciona a coleta de dados, já que algumas das perguntas da pesquisa não foram possíveis de serem respondidas por esse motivo.

Em entrevista à “Futurity” a cientista afirma que, a ferramenta da plataforma se baseia em pressuposições de dados obtidos por engajamentos de cada usuários, para o envio dos conteúdos. Não é uma pessoa escrevendo os códigos de cada usuário e do que cada um gosta ou não gosta, são recomendações fundamentadas em números e símbolos, ou seja, dados no geral. Karen Vombatkere ainda continua dizendo que se uma pessoa tem um distúrbio alimentar ou problemas com a saúde mental, ela provavelmente receberá vídeos relacionados a isso, o que pode ser muito prejudicial e perigoso. Ela termina expressando que: “lembre-se que a plataforma e o algoritmo podem mudar como você enxerga o mundo e como você interage com o conteúdo”.

A revista Forbes¹⁶ publicou em 2022 uma matéria no qual pesquisas suspeitam que o aplicativo “está mapeando a jornada dos usuários em seu navegador”, ou seja, além de ser um aplicativo de vídeos curtos, ele tem a capacidade de coletar dados de quem os usa, e usufruir desses dados para a seleção de vídeos com conteúdos do qual a pessoa prefere. De acordo com o SEBRAE¹⁷, um artigo publicado em 2023 explica que o algoritmo “se baseia nas interações do

¹⁴ https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-como-funciona-o-algoritmo-do-tiktok_d307c4ee6b5f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em 07/06/2024.

¹⁵ <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3589334.3645600>. Acesso em: 07/06/2024.

¹⁶ <https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/09/algoritmo-do-tiktok-permite-monitorar-teclas-de-usuarios-aponta-pesquisa/>. Acesso em 07/06/2024.

¹⁷ https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-como-funciona-o-algoritmo-do-tiktok_d307c4ee6b5f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD. Acesso em 07/06/2024.

usuário, informações dos vídeos e configurações do dispositivo", e continua, afirmando que esses dados são privados apenas para a plataforma e que ele serve como um conjunto de regras que “definem para quem será entregue cada conteúdo”.

2. Algoritmos: vigilância e personalização

O histórico da evolução da internet junto com os algoritmos utilizados pelas redes sociais, transformam a experiência dos usuários em uma limitação, algo abordado indiretamente na obra: “O Filtro Invisível: O que a internet está escondendo de você” de Eli Pariser. O autor explica que o uso dos algoritmos utilizados por aplicativos de socialização digital formam “bolhas” porque as pessoas quando os utilizam, uma vez que recebem conteúdos que contém os mesmos gostos e opiniões, passam a ter acesso limitado a informações diferentes do que concordam.

O ato da personalização dos conteúdos recebidos transforma a utilização do aplicativo mais confortável, entretanto, há um lado negativo. Assistir e receber aquilo que consiste apenas na mesma opinião pode limitar a visão de sociedade do usuário, prejudicando o debate público saudável. Forma-se assim uma polarização de opiniões e aumenta a disseminação de desinformações e fake news.

A problemática do algoritmo do TikTok pode ser compreendida a partir do conceito “Capitalismo de Vigilância”, que é o que acontece depois das coletas de dados dos usuários nas redes sociais. Mais precisamente, a 10ª edição da Revista Paulus aborda o termo e explica que, desde 2001 sites e redes sociais são capazes de armazenar os mais variados tipos de informações de usuários da plataforma, podendo ser gostos, sentimentos, projetos, hábitos online e offline, posições políticas, sociais, religiosas e quaisquer outros dados que envolvem o comportamento humano. O conceito criado em Harvard pela acadêmica norte-americana Shoshana Zuboff (Verbete Draft, 2019), afirma que informações pessoais podem ser capturadas, desde publicações nas redes sociais até formas mais drásticas sem consentimento, como a câmera do celular e escutas

nos microfones dos dispositivos. Apesar do método ser negado pelas empresas, não faltam reportagens e pesquisas que dizem o contrário.

O site “Projeto Draft”¹⁸, publicou em 2019, um artigo que fazia uma comparação do Capitalismo de Vigilância, através do chamado “instrumentarismo”¹⁹ com os regimes totalitários do século 20, onde afirmava que ambos negam a liberdade da sociedade, e que a única diferença sugerida seria a não aniquilação física do instrumentarismo, mas que os dois mantêm a tendência de manipular o comportamento do indivíduo.

Apesar da cultura comunicacional atual ser digital, já no início do século XX sociólogos, filósofos, psicólogos, se ocuparam de estudar esse fenômeno social da alienação de massas, como por exemplo o corpo de autores que formavam a chamada Escola de Frankfurt, que desenvolveu sua análise social baseada no marxismo. Quando se pensa na Escola de Frankfurt, pensa-se em Theodor W. Adorno, um filósofo e sociólogo que fugiu do nazismo da Alemanha para ficar exilado nos EUA. Lá, foi o lugar do qual percebeu que a classe média e a classe trabalhadora eram diferentes umas das outras, e que através das atividades culturais voltadas ao lazer, a Indústria Cultural estabelecia um controle mental e comportamental dessas classes a fim de diferenciá-las.

3. Sociedade da comunicação e cultura de massa

Forma-se assim a Teoria Crítica, um estudo sobre as consequências da Indústria Cultural (1944), nome este dado por conta da relação entre as linhas de produção das indústrias modernas e o fato do trabalhador ter uma relação com o produto do seu trabalho mediado pela venda de seu tempo. A experiência da vida social passa a ser mediada pela circulação das informações sobre os produtos que os trabalhadores produziam e que não tinham noção do processo completo que envolvia sua criação e venda.

Como continuidade, na sociedade pós-moderna o indivíduo permanece se relacionando com os produtos e com os significados sociais através do consumo (de informações) organizado

¹⁸ <https://www.projeto draft.com/verbete-draft-o-que-e-capitalismo-de-vigilancia/>. Acesso em: 07/06/2024.

¹⁹ Instrumentarismo é a capacidade de uma rede social de mudar o comportamento do usuário.

pela cultura hegemônica. Segundo Mauro Wolf, no livro “Teorias das Comunicações de Massa” (2005), a Teoria Crítica baseia-se no estudo da nova organização do padrão de vida dos indivíduos e suas relações que são programadas por uma instituição: empresas, economia, cultura e o Estado, formando a arquitetura da sociedade de massa.

Para o funcionamento contínuo da indústria da cultura, há requisitos a serem cumpridos como a padronização dos conteúdos, assim como a abundância da quantidade produzida (produção em massa). Outro ponto importante é o tipo de pensamento da indústria, esta rege-se pela repetição do estilo e exclusão de algo novo buscando a eficiência do resultado, ou seja, do lucro.

Há uma relação intrínseca entre a Cultura de Massa e a Indústria Cultural, pois os dois conceitos explicam a forma como o capitalismo, a política e a cultura dependem um do outro para que o sistema de reprodução social permaneça igual. A indústria produz de acordo com a ordem político-econômica e a vende e a cultura dá o suporte para a circulação dos valores que mantém a sociedade de classes.

O argumento da escassez de produtos é justamente um discurso central para causar o desejo e impulso de consumo. A divulgação de "estilos de vida" é outro artifício que instiga o pertencimento a grupos, dando a falsa sensação de escolha, autonomia, autenticidade da vida, mas como nos explicam os autores, tudo isso é parte da manipulação das consciências, construindo a alienação dos receptores. Como a comunicação social tomou conta do cenário da vida cotidiana social, ela se apresenta como totalidade da realidade e é a partir disso que se acha que há apenas a existência do que aparece na mídia, justamente por serem uma sequência automática de ações reguladas.

O conceito de alienação explica que o comportamento do "indivíduo-consumidor" de mídia, não têm consciência de que não faz as próprias decisões, na ação de compra é anulada a consciência de classe, entendimentos das relações econômicas-políticas, pois os produtos são antecipados pelas instituições, mantendo a classe baixa na ignorância justamente para manter-los no sistema da indústria. O sistema trabalho-consumo controla as necessidades do indivíduo-espectador incitando que a indústria cultural possa trazer um (falso) sentimento de conforto, o que os autores identificaram como a falsa afirmação de que o trabalhador precisa de lazer e que o lazer

significa consumidor objetos e ficções elaborados pela indústria da cultura. O consumo do produto se torna a primeira opção programada para “fugir da realidade” e relaxar. Sendo assim, essa alienação dos indivíduos através dos meios de comunicação social leva a alteração da própria individualidade, pela falta de conhecimento de si e do todo.

Dentro da teoria crítica, os autores nos dizem que há uma pausa de pensamentos enquanto consome-se o conteúdo devido à velocidade das imagens, dessa forma, a falta da individualidade soma-se à pausa mantendo o indivíduo sem a percepção do pensar.

Outra característica que permite a ocorrência da pausa de reflexões mentais são os estereótipos da sociedade, usados estrategicamente para facilitar a comunicação e compreensão da massa de usuários ao produzirem os conteúdos. Há um rápido consumo dos produtos por conta da grande quantidade deles, sendo assim, o espectador consome de forma desatenta e com pouca importância. Como afirma Wolf (2005) “a ubiquidade, a representatividade e a padronização da indústria cultural fazem da cultura moderna de massa um meio de controle psicológico extraordinário” (WOLF, 2005, p.78).

Não só a visão crítica ocupava o cenário de análise dos efeitos dos meios de comunicação de massa, o que deixava ainda mais complexo o cenário. Outro corpo de autores, da escola estadunidense desenvolveu a visão das chamadas “Teorias Administrativas”, com um viés diferente. O propósito das pesquisas era favorecer o entendimento dos responsáveis por financiar os meios de comunicação visando o aumento da eficácia de sua abordagem perante a classe trabalhadora. Para esses autores os meios seriam úteis para a democratização da informação, por exemplo, durante a 2ª Guerra Mundial, os acontecimentos históricos eram noticiados pelas grandes mídias. Mesmo com perfil analítico oposto aos estudos da Teoria Crítica, as teorias administrativas acabaram por afirmar as relações que a burguesia mantinha com as instituições, resultando na manutenção da separação social baseada no conhecimento.

Depois, com a Guerra Fria, o modo capitalista e comunicativo se firmou como regente das sociedades, principalmente das classes médias e trabalhadoras, e as propagandas se tornaram uma força influente em relação ao comportamento das classes. Resultando num entendimento da sociedade pós-modernidade identificado com a descrição da “Sociedade do Espetáculo”, obra de

Guy Debord publicada em 1967. A crítica marxista diz respeito ao capitalismo e a sociedade do consumo, onde a produção é maior que a possibilidade do consumo e as escolhas realizadas pelo indivíduo acontecem através da extrema quantidade de imagens impostas a ele.

4. Massificação e vida digital

Trazendo para o contexto da sociedade contemporânea, o jornal Diário da Manhã²⁰, publicou em 2020, durante o cenário pandêmico e a ascensão das redes sociais, uma comparação entre a Sociedade do Espetáculo e a disseminação das mídias sociais, no qual “a plateia passou a ser cada um de nós”. Compartilhar, curtir e comentar se tornaram verbos comuns nos diálogos dos indivíduos atualmente. Apesar do ambiente espetacular que se é criado nas redes, esses momentos não definem a realidade absoluta por si só, são apenas partes dela, entretanto dentro das redes é criado um panorama de falsidade e simulação da vida perfeita. Tornando o ato de compartilhar cultura um hábito do dia a dia.

A situação de intenso compartilhamento de imagens, pode ser relacionada também, como consequência de uma sociedade configurada a partir da Indústria Cultural, com o conceito de Hiper-realidade, desenvolvido por Jean Baudrillard em sua obra “Simulacros e Simulação” de 1981. O termo expressa um tipo de vivência social que ultrapassa a dicotomia entre realidade e falsificação da realidade, a sociedade de consumo e das mídias vive num simulacro, uma situação social em que as imagens, suas representações e seus referentes materiais não possuem relação concreta ou causal entre si. Isso se dá pelo fato de que o indivíduo da classe trabalhadora, que se encontra alienado pela Indústria Cultural, acaba vivendo em uma realidade da qual as

²⁰ <https://www.dm.com.br/opiniao/2020/11/redes-sociais-e-a-sociedade-do-espetaculo>. Acesso em; 11/06.

representações não podem ser distinguidas do real, por conta do excesso de imagens. As informações não conectam um produto a um valor concreto ou a uma necessidade objetiva, mas colocam cada vez mais informações sem sentido em circulação.

Isso explica o porquê do indivíduo não conseguir sair da bolha da não consciência de classe, esse acontecimento da ultrapassagem do mundo real para a um mundo hiper fantástico das imagens e da cultura é definido pelo autor como Simulacro, pois nessa condição do hiper-real não é possível estipular o que é a realidade do mundo e o que foi produzido como uma representação da realidade. O conceito pode expressar também a explicação da mudança de valores da sociedade e de como o consumo sempre se torna a principal forma de relações em uma sociedade capitalista.

Retornando às “bolhas” digitais da sociedade contemporânea criadas pelo algoritmo do TikTok, observando casos reais, analisamos as matérias relacionadas a uma *trend* - tendência - da plataforma, que viralizou no primeiro semestre de 2024. Esses conteúdos dizem respeito a vídeos que disseminaram “racismo recreativo” de forma “inofensiva” entre os usuários e criadores de conteúdos. A ação ganhou popularidade entre casais inter-raciais pois, os conteúdos mostravam uma jovem branca sozinha, com a legenda: “Antes eu tinha medo do escuro” e por fim, a jovem com o seu parceiro negro, seguido da legenda: “Mas agora eu namoro com ele”. Esse tipo de conteúdo associa pessoas negras à escuridão, reproduzindo o racismo em relações afetivas. Vejamos as imagens de vídeos reais postados no Tik Tok.

Figura 1 - Imagens registradas pela autora, a partir de perfis que participaram da trend.



Fonte: Trend do Tik Tok, 01/2024.

Figura 2 - Imagens registradas pela autora, a partir de perfis que participaram da trend.



Fonte: : Trend do Tik Tok, 04/2024.

Figura 3 - Imagens registradas pela autora, a partir de perfis que participaram da trend.



Fonte: Trend do Tik Tok, 04/2024.

A pesquisadora do “Observatório da Branquitude” expressou, em entrevista ao portal “Alma Preta”, como esse tipo de reprodução no TikTok serve apenas para reafirmar a posição do

branco como norma e símbolo de superioridade na sociedade. "O racismo recreativo contribui na perpetuação do menosprezo e do temor presentes no ideário negativo atribuído à população negra. Os estereótipos raciais dão sustentação às hierarquias, que necessitam desses estigmas para serem legitimadas", diz Carol Canegal em entrevista para o Terra Brasil.

A repercussão da trend também ocorreu entre as comunicações de massa, como jornais e portais online. Foram aproximadamente 10 portais online abordando o acontecimento. Para exemplificar, um perfil que publicou um vídeo, dessa mesma trend, na plataforma obteve 12 mil visualizações e 117 curtidas. Mas não para por aí, outros vídeos postados, o engajamento varia entre mil a 8 mil visualizações, com comentários que se mantêm entre emojis rindo e piadas.

Figura 4 - Imagens registradas pela autora, de portais que publicaram sobre o racismo recreativo presente na trend.



Fonte: Portal Terra, 20/01/2024.

Figura 5 – Imagens registradas pela autora, de portais que publicaram sobre o racismo recreativo presente na trend.



Fonte: Alma Preta, 20/01/2024.

Figura 6 - Imagens registradas pela autora, de portais que publicaram sobre o racismo recreativo presente na trend.



Início » Diversidade » Entenda como conteúdo produzido por casais inter-raciais pode se tornar racismo recreativo

Entenda como conteúdo produzido por casais inter-raciais pode se tornar racismo recreativo

Fonte: Revista Cenarium, 22/01/2024.

Figura 7 – Imagens registradas pela autora, de portais que publicaram sobre o racismo recreativo presente na trend.



Vídeos do Tik Tok reforçam racismo recreativo

Por: Da Redação - 31 de janeiro de 2024

Fonte: Agência de Notícias das Favelas, 31/01/2024.

Considerações finais

Ao retomar a pergunta problema, percebe-se que é possível afirmar que a lógica dos algoritmos do TikTok se assemelham a lógica da massificação da cultura como explicada pela ideia de indústria cultural (2006). Através dos parâmetros da Indústria Cultural, utilizados no artigo: padronização de modelos através de estilos de vida, quantidade de produtos culturais, repetição desse produtos e escassez dos produtos, não sendo suficientes para suprir os desejos dos indivíduos, criados e impostos pelo capitalismo. Todos os parâmetros citados anteriormente, se aplicam aos algoritmos, não só no funcionamento mas também na influência do comportamento dos usuários.

Ao relacionar a Sociedade do Espetáculo e a Hiper-realidade com a mídia social apresentada anteriormente, o TikTok, entende-se que, a excessiva apresentação de imagens no aplicativo e os conteúdos baseados em pré-suposições da sociedade e o funcionamento dos seus algoritmos, assim como diz a Teoria Crítica, são precisamente para manter o usuário como espectador, fazendo com que não questione as questões sociais, políticas e econômicas de onde

vive, já que a atenção fica voltada para os produtos da plataforma, já que seus conteúdos são vistos como “entretenimento”.

Sendo assim, pode-se compreender que a sociedade atual, usuária de TikTok, vive imersa em uma realidade não real, guiada por imagens editadas e produzidas, onde o ato de consumir aumenta a cada momento, devido ao ritmo de navegação, já que nunca chega a sensação de satisfação. Dessa forma, a falta de consciência de si e de todos, principalmente de suas próprias ações, de acordo com Baudrillard (1991), define que o usuário vive dentro do Simulacro. Ao mesmo tempo, há uma ambiguidade, já que, por sua maioria, o app contribui para a afirmação de estereótipos, ainda assim, dá espaço e margem para crítica a eles.

Os estereótipos, definidos no artigo “Entre a opinião e o estereótipo”, 1992, de Ecléa Bosi, são usados como ferramenta do algoritmo para a seleção de conteúdos que serão consumidos pelos usuários, assim como descrito na Teoria Crítica. Uma vez que, antes eram produtores e donos de emissoras, e agora são algoritmos. Um outro problema de ver o TikTok como entretenimento é que a percepção da vantagem de se conhecer e aprofundar a relação com a tecnologia, usando-a a favor da sociedade fica escondida.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M.; GUIDO ANTÔNIO DE ALMEIDA. Dialética do esclarecimento : fragmentos filosóficos. Rio De Janeiro: Zahar, 2006.

AQSU, W. W. The evolution of Facebook: From social networks to global phenomenon. Disponível em: <<https://medium.com/@workwithaqsu/the-evolution-of-facebook-from-social-networks-to-global-phenomenon-4a2c15dd8b24>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

BARBOSA, A. C. M. Algoritmo do TikTok permite monitorar teclas de usuários, aponta pesquisa. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2022/09/algoritmo-do-tiktok-permite-monitorar-teclas-de-usuarios-aponta-pesquisa/>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

BAUDRILLARD, J.; JOÃOM. Simulacros e simulação. Lisboa: Relógio D'água, 1991.

BOSI, Ecléa. Entre a opiniao e o estereotipo. Novos Estudos Cebrap, v. 32, p. 111-8, 1992.

DA MANHÃ, D. Redes sociais e a sociedade do espetáculo. Disponível em: <<https://www.dm.com.br/opiniaio/2020/11/redes-sociais-e-a-sociedade-do-espetaculo>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

DAQUINO, F. A história das redes sociais: como tudo começou. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/33036-a-historia-das-redes-sociais-como-tudo-comecou.htm>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

DEBORD, G. A Sociedade do espetaculo seguido do prefacio a 4. edição italiana: comentarios sobre a sociedade do espetaculo. [s.l.] Rio De Janeiro Contraponto, 1997.

DE SOUZA, I. GeoCities: saiba como funcionava o principal servidor de sites dos anos 90. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/geocities/>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

Em que ano foi lançado o TikTok no Brasil? Disponível em: <<https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/em-que-ano-foi-lancado-o-tiktok-no-brasil>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

MENA, I. Verbete Draft: o que é Capitalismo de Vigilância. Disponível em: <<https://www.projetodraft.com/verbete-draft-o-que-e-capitalismo-de-vigilancia/>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

PARISER, E. O filtro invisível. [s.l.] Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 2012.

Você sabe como funciona o algoritmo do TikTok? - Sebrae. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/voce-sabe-como-funciona-o-algoritmo-do-tiktok,d307c4ee6b5f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

VOMBATKERE, K. et al. TikTok and the art of personalization: Investigating exploration and exploitation on social media feeds. Proceedings of the ACM on Web Conference 2024. Anais...New York, NY, USA: ACM, 2024.

WERNER SILVA, Leonardo. *In*: Internet foi criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA. [S. l.], 18 ago. 2001. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>>. Acesso em: 27 jun. 2024.

WOLF, M. Teorias das comunicações de massa. São Paulo: Martins Fontes, 2005.