



— Rede ajudou a moldar a cultura online, mas agora segue caminho inverso

Algoritmo leva TikTok do hype à saturação

Aumento da quantidade de vídeos e de criadores pulveriza a audiência que antes aglutinava



JON CARAMANICA
THE NEW YORK TIMES

Quanto tempo passo no TikTok? Posso dizer com precisão qual quiropata demonstra sua técnica sem sequer olhar a tela. Sei qual criador de conteúdo de moda gosta do designer japonês Rei Kawakubo e quem tem uma coleção enorme de sapatos e botas Carol Christian Poell. Sei também quais influenciadores de Nova York saem de férias juntos e quais criadores estão entregando a seus seguidores piadas sobre a cena rapper.

Grças a intermináveis horas de rolagem de tela — uma hora por dia, pelo menos, há vários anos —, acumulei conhecimentos de hipernicho (excesso de foco em um nicho cultural qualquer) baseados em meus interesses conscientes e subconscientes. O resultado foi uma coleção de personagens online que, neste momento, moldam meu padrão de consumo mais do que qualquer celebridade ou fonte de notícias.

Isso é o que o TikTok faz, usando dados que me identificam, detalhando o que já sei e o que posso querer saber, na esperança de que nunca abandone a rolagem eterna do aplicativo. De todas as platafor-

mas de mídia social, é a que contém a maior promessa de futuro, a que mais parece sintonizada com o gosto individual e com maior capacidade de moldar a monocultura estabelecida pelas redes sociais.

Nos últimos meses, entretanto, rolar o feed se parece mais com vasculhar uma cesta de papéis amassados, navegar por uma coleção de desejos abandonados e bobagens descartadas, montes de coisas que só ocupam espaço, bloqueando o acesso ao que se procura.

Todo mundo sabe que isso já aconteceu antes. Quando o Twitter (atualmente X) deixou de ser uma sala de encontros de gente legal para se tornar uma pista de corrida mais que sinistra de expressões de indignação; ou quando o Instagram e seu exército de influenciadores aprenderam a padronizar a alegria e a beleza.

Agora, o mesmo mal-estar parece tomar conta do TikTok. Antes orientado para o mercado e, potencialmente, para assuntos existenciais, tudo leva a crer que, inevitavelmente, chegou o fim de uma era próspera e o princípio de um período de desertificação.

É o resultado infeliz da confluência de alguns fatores cruciais. O que mais chama atenção é a chegada do site de com-



Aposta errada
Loja virtual reorientou aplicativo para a venda informal e atrapalhou a experiência do usuário, destruindo muita coisa pelo caminho

pras TikTok Shop, que transformou até pequenos criadores em porta-vozes de produtos. A página de recomendações virou um bazar desorganizado. O site também percebeu a utilidade decrescente da plataforma como veículo natural para descobertas de músicas, e deixou sua conexão com a grande indústria do entretenimento, que depositava nele muita confiança, enfraquecer.

Ficou mais difícil para o TikTok consertar o elo fraturado com a indústria do entretenimento e criar e alterar a monocultura das redes sociais. Era

uma coisa que se mostrava capaz de fazer, pelo menos no início da década de 2020. O rolo compressor da música *Old Town Road*, de Lil Nas X, ganhou impulso pela primeira vez com seu uso como trilha sonora em vídeos do TikTok; a dança Renegade se tornou uma linguagem visual universal, sublinhando o poder das tendências da dança como tecido conectivo; e, quase da noite para o dia, criadores como Charli D'Amelio passaram de adolescentes desconhecidos a avatares globais da cultura jovem.

Finalmente, e talvez teimosamente, existe o algoritmo que personaliza o TikTok e encaminha você, cada vez mais fundo, para dentro do próprio gosto, até que extraíam tudo e o deixem seco. É um trunfo que se torna, com o tempo, uma limitação. E você fica se perguntando como um aplicativo projetado para a rolagem infinita agora parece finito.

SENSAÇÕES. Há poucos anos, o TikTok parecia destinado a se tornar uma plataforma de vida longa para a nova revolução da internet: os vídeos curtos. Nessa modalidade, os vídeos mais atraentes transmitem uma sensação caseira, quase acidental. Você os encontra, se diverte com eles e vai adiante. No en-

tanto, alguns permanecem por tempo suficiente para se tornarem sucessos culturais, como números cômicos, dancinhas e os vídeos com linguagem chula. Uma vasta comunicação descentralizada se reproduz diariamente, e a promessa do aplicativo é que você pode mantê-la sob controle enquanto recebe acesso a novidades.

O aumento da quantidade de vídeos e de criadores (o TikTok tem centenas de milhões de usuários no mundo inteiro) dificulta avanços. De vez em quando, o aplicativo cria uma nova estrela de pouca luz. A maior parte das tendências que se consolidam atualmente funciona como um fio condutor no qual se atacam indivíduos díspares. Já não é como antes, quando legiões de usuários se agregavam em torno de uma personalidade importante ou de um clipe musical.

Quem não se lembra da explosão de tendências como a da moda para esposas de mafiosos ou da enxurrada de narrativas do tipo “você não vai acreditar”? E o que aconteceu no outono passado, quando Susi Vidal transformou uma simples postagem sobre uma lata de molho pesto comprada em uma loja em um fluxo interminável de pessoas confessando traumas pessoais? ③