

O impacto dos termos de serviços, diretrizes e norma algorítmica na criação de conteúdo no TikTok¹

Humberto da Costa Guimarães Neto²

Resumo expandido

Esse artigo propõe, a partir de uma pesquisa bibliográfica e análise dos termos de serviços, diretrizes da comunidade e portal do criador do TikTok, discutir e apresentar alguns dos desafios de governança da plataforma e o impacto na criação de conteúdo por parte dos criadores e usuários. Com esse propósito, são analisados os textos e recomendações do TikTok, a partir dos estudos de plataforma (Kaye; Zeng; Wikstrom, 2022) ou plataformização (Poell, Nieborg e Van Dijck, 2020), norma algorítmica (Araújo, 2021) e relevância (Gillespie, 2018), celebridades, influenciadores e criadores (Abidin, 2021).

As redes sociais, as plataformas digitais, os algoritmos desempenham, cada vez mais, um papel importante na sociedade e na vida das pessoas. Van Dijck (2020) vai mais longe, argumentando que as plataformas penetraram em todos os setores da sociedade, criando novas relações de trabalho, novos desafios nos mercados e nas instituições, transformando a sociedade atual. Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) definem plataforma como

infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por

¹ Trabalho apresentado no GT2 Estratégias de comunicação em ambientes digitais do IV Encontro Virtual da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura: Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial. Realização da UNIFAE, nos dias 20 e 21 de junho de 2024.

² Mestrando em Comunicação na Universidade Paulista – UNIP. E-mail: humbertoguimaraesneto@gmail.com.

meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados (Poell, Nieborg e Van Dijck, 2020, p. 4).

Outra abordagem descrita por Kaye, Zeng e Wikstrom (2022) apresenta plataformas como infraestruturas de software online, na forma de aplicativos ou interfaces, que possibilitam o compartilhamento, interação e novas formas de uso e utilidade pelos usuários.

Por fim, “as atividades coletivas de usuários finais e complementadores e a resposta dos operadores das plataformas a essas atividades determinam o crescimento contínuo de uma plataforma ou o seu fim” (Poell, Nieborg e Van Dijck, 2020, p. 6). Nesse sentido, é importante que as plataformas digitais disponibilizem e apresentem as melhores práticas de utilização e de criação de conteúdo para seus usuários. Tradicionalmente essas informações estão nos termos de serviço, nas diretrizes da comunidade e nas informações recomendações para os criadores de conteúdo.

De acordo com Gillespie (2010), no início, o termo “plataforma” vinha sendo estrategicamente usado por serviços como Google e YouTube para se venderem como meros “intermediários” (apud D’Andréa, 2018, p.19). Permitiam a circulação mais aberta e democrática de informações e serviços. Para Araújo (2018) “O que plataformas digitais são e o que suas funcionalidades fazem são valores construídos também nos textos que apresentam, informam, sugerem e ensinam sobre seus mecanismos” (Araújo, 2018, p.2).

Uma das variáveis que as plataformas criaram, e o armazenamento na nuvem permitiu, é a quantidade de informações e dados que são criados e armazenados diariamente pelos usuários e criadores de conteúdo.

A centralidade da datificação para as plataformas online fica mais evidente se associada aos contínuos processamentos desses dados por algoritmos. Em termos funcionais, um algoritmo é muitas vezes definido como uma sequência de instruções de programação escrita para cumprir tarefas pré-determinadas, ou seja, para transformar dados em resultados (D’Andréa, 2020, p.31).

Para auxiliar na gestão e administração desses dados as plataformas usam algoritmos, descritos por Gillespie (2018) como não sendo,

[...] necessariamente softwares: em seu sentido mais amplo, são procedimentos codificados que, com base em cálculos específicos, transformam dados em resultados desejados. [...] Os algoritmos desempenham um papel cada vez mais importante na seleção das informações consideradas de maior relevância para nós, um aspecto fundamental da nossa participação na vida pública. As ferramentas de busca nos ajudam a navegar em grandes bases de dados ou por toda a web (Gillespie, 2018, p.97).

Gillespie (2018) destaca seis dimensões dos algoritmos de relevância pública. São elas: Padrões de inclusão, ciclos de antecipação, avaliação de relevância, objetividade algorítmica, entrelaçamento com a prática e produção de públicos calculados. Padrões de inclusão são as escolhas feitas pelo algoritmo. O que aparece primeiro, o que será excluído e como os dados são preparados. Os ciclos de antecipação estão relacionados com as tentativas dos provedores dos algoritmos de prever e conhecer completamente os seus usuários.

Além de conhecer detalhes pessoais e demográficos sobre cada usuário, os provedores de informação realizam uma grande pesquisa para tentar entender, e depois operacionalizar, como os humanos normalmente procuram, se engajam e compreendem as informações. (Gillespie, 2018, p.102)

A avaliação de relevância representa “[...] os critérios pelos quais os algoritmos determinam o que é relevante [...] e como eles implementam escolhas políticas acerca de um conhecimento considerado apropriado e legítimo.” (Gillespie, 2018, p.98). A promessa da objetividade algorítmica busca garantir a imparcialidade do algoritmo, um caráter técnico, inclusive como é mantida diante de controvérsias. O entrelaçamento com a prática mostra como os usuários reconfiguram seu comportamento, sua prática, para se adequarem aos algoritmos da qual depende a visibilidade conquistada nas redes sociais. Por fim, a produção

de públicos calculados descreve “[...] como a apresentação algorítmica dos públicos, para eles mesmos, molda uma noção de si desse público; e quem está em melhor posição para se beneficiar desse conhecimento.” (Gillespie, 2018, p.98). Para Araújo (2021), no caso dos criadores de conteúdo, os comportamentos considerados normais são recompensados com mais visibilidade e, por outro lado, o conteúdo ou comportamento inadequado e inapropriado, fora das diretrizes da plataforma, passam à invisibilidade.

Um dos pontos críticos para o sucesso de um influenciador, criador de conteúdo, no TikTok é a compreensão do impacto dos algoritmos na distribuição do vídeo na página “Para você”. Por outro lado, o termo algoritmo só aparece uma única vez nas diretrizes da comunidade da plataforma, na área de Privacidade e segurança³:

Modificar, adaptar, traduzir, fazer engenharia reversa, desmontar, descompilar ou criar quaisquer produtos derivados baseados no TikTok, incluindo quaisquer arquivos, tabelas ou documentação, e tentar recriar qualquer código-fonte, **algoritmos**, métodos ou técnicas incorporadas ao TikTok (TikTok, 2023, online).

Como Abidin (2021) apresenta, a vida útil da celebridade da internet pode ser transitória e por acaso. As informações disponíveis na plataforma, nas diretrizes, termos de serviço e portal do criador, não são suficientes para garantir o sucesso. Muitas variáveis, complexidade e opacidade algorítmica não permitem uma jornada tranquila para os criadores de conteúdo.

Palavras-chave

Plataformas digitais; algoritmos; criação de conteúdo; governança; TikTok.

³ Disponível em: <<https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt-br/privacy-security/>>. Acesso em: 14 de dez. de 2023.

Referências

ABIDIN, C. Mapeando celebridades da Internet no TikTok: Explorando Economias da Atenção e Trabalhos de Visibilidade. *Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 1–50, 2021.

ARAUJO, Willian Fernandes. A construção da norma algorítmica: análise dos textos sobre o Feed de Notícias do Facebook. In: **E-compós**. 2018.

ARAÚJO, Willian Fernandes. Norma algorítmica como técnica de governo em Plataformas Digitais: um estudo da Escola de Criadores de Conteúdo do YouTube. **Fronteiras: Estudos Midiáticos, Porto Alegre**, v. 23, n. 1, p. 29-39, 2021.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. *Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020.

D'ANDRÉA, Carlos. *Pesquisando plataformas on-line: conceitos e métodos*. Salvador: EDUFBA, 2020.

GILLESPIE, Tarleton. A relevância dos algoritmos. *Revista Parágrafo*, São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan./abr. 2018.

KAYE, D. Bondy Valdovinos; ZENG, Jing; WIKSTROM, Patrik. **TikTok: Creativity and culture in short video**. John Wiley & Sons, 2022.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. *Fronteiras: Estudos Midiáticos, São Leopoldo*, v. 22, n. 1, p. 2-10, jan.-abr. 2020.

THORBECKE, Catherine. Veja os cinco principais momentos do depoimento do CEO do TikTok ao Congresso dos EUA. **CNN Brasil**, 23 de mar. de 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/veja-os-cinco-principais-momentos-do-depoimento-do-ceo-do-tiktok-ao-congresso-dos-eua/>>. Acesso em: 14 de dez. de 2023.

TikTok é a rede mais usada por crianças com menos de 13 anos; saiba os cuidados que os pais devem ter. **O Globo**, 26 de mai. de 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/saude/noticia/2023/05/tiktok-e-a-rede-mais-usada-por-criancas-com-menos-de-13-anos-saiba-os-cuidados-que-os-pais-devem-ter.ghtml>>. Acesso em: 14 de mar. de 2023.

TIKTOK. *Diretrizes da Comunidade - Privacidade e Segurança*, março de 2023. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/community-guidelines/pt-br/privacy-security/>>. Acesso em: 14 de dez. de 2023.



IV Encontro Virtual da ABCiber

Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura

Perspectivas Interdisciplinares e Reconfigurações na Ciberultura:
Dados, Algoritmos e Inteligência Artificial
Online — 20 e 21/06/2024

TIKTOK. Termos de Serviço, setembro de 2020. Disponível em:
<<https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/pt-BR>>. Acesso em: 15 de dez. de 2023.

TIKTOK. Portal de Criadores (Creators Portal). Disponível em:
<<https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/pt-br/foundations-for-success-pt-br/5-segredos-chave-do-sucesso/>>. Acesso em: 14 de dez. de 2023.

VAN DIJCK, José. Governing digital societies: Private platforms, public values. **Computer Law & Security Review**, v. 36, p. 105377, 2020.