

REDES SOCIAIS

INFORME SETORIAL

O fim das redes sociais está próximo

Ascensão do TikTok aponta para nova era.

O Estado de S. Paulo.

As redes sociais como conhecemos hoje podem estar perto do fim – ou quase. As publicações dos seus amigos continuarão lá e as suas também. Mas o modelo que consagrou o Facebook parece estar em declínio por causa do TikTok. Ou seja, no novo mundo, as plataformas focam mais em conteúdos “bombados” e menos nas conexões sociais. As indicações de mudança estão por todos os lados. “O feed está deixando de ser guiado por pessoas e contas que você segue para ser guiado por conteúdo recomendado por inteligência artificial (IA)”, disse Mark Zuckerberg, presidente do Facebook, para investidores no mês passado.

Antes dele, Blake Chandlee, presidente global de soluções de negócio do TikTok, descreveu como enxergava o seu concorrente. “O Facebook é uma plataforma social. Eles criaram seus algoritmos baseados nas conexões sociais. Somos uma plataforma de entretenimento. A diferença é grande”, disse ele ao canal CNBC.

É uma distância que Zuckerberg pretende encurtar, ficando mais parecido com o rival chinês. Na mesma reunião, o fundador da rede social disse que cerca de 15% do conteúdo no Facebook é sugerido e exibido por meio de IA e não depende de quem

você segue. Para o ano que vem, o objetivo do executivo é chegar à marca de 30% nos dois serviços. Isso deve colocar no feed, principalmente, vídeos curtos postados por estranhos, principal pilar do modelo do TikTok.

Seja qual for a nova configuração, o componente social parece ter ficado para trás. “A necessidade de redes sociais – e seu significado mais tradicional – é menor do que era há 10 anos. Com os dispositivos que temos, encontramos outras maneiras de nos conectarmos com nossos amigos, e isso não exige, necessariamente, uma plataforma dedicada”, diz ao Estadão Matt Navarra, consultor britânico de redes sociais. “Redes para se conectar com amigos e familiares estão perdendo seu valor, e o uso da mídia social está em mudança.”

É uma mudança de um paradigma que atravessa décadas. A ideia de grupos de pessoas reunidas online em torno de interesses comuns foi descrita pela primeira vez em 1993 pelo acadêmico americano Howard Rheingold, que cunhou a expressão “comunidade virtual”. Em 2003, o Friendster emprestou alguns dos conceitos de Rheingold para inaugurar oficialmente a era das redes sociais.

Nos anos posteriores, veio uma chuva de serviços que apostavam nas conexões entre pessoas conhecidas como mola propulsora do conteúdo online. Os brasileiros, por exemplo, se apaixonaram pelo Orkut em 2004. No mesmo ano, Zuckerberg criou, dentro da Universidade Harvard, o Facebook. A premissa dos serviços era reunir gente dos mesmos círculos sociais.

Foi Zuckerberg, porém, quem melhor entendeu o poder do conteúdo mediado por parentes e amigos. Em 2006, ele lançou o Feed, o que não apenas permitia às pessoas se conectar, como também compartilhar posts.

O sucesso foi tanto que, na década seguinte, o Facebook se esforçou para preservar o formato. Em 2016, a empresa passou a priorizar a publicação de

conhecidos no Feed em detrimento de páginas, inclusive de veículos jornalísticos. Em 2018, houve novo esforço do tipo. Naquela altura, o sucesso justificava o esforço, ainda que existissem problemas graves – documentos do Facebook revelaram que esse tipo de distribuição aumentava discursos inflamados. Algo estava, porém, prestes a mudar.

ALGORITMO. Lançado em 2018, o TikTok ignorou a ideia de conexão de conhecidos. A empresa, que autodenomina seu app como uma plataforma de entretenimento (e não uma rede social), focou nos criadores de conteúdo e nas ferramentas de edição. O segredo do sucesso, porém, era o algoritmo de distribuição.

Para Edney Souza, professor da ESPM, estamos em transição para um momento em que as plataformas estarão muito mais empenhadas em ser uma TV eternamente ligada do que um ambiente de pessoas do nosso dia a dia. “Saímos da era das redes sociais e entramos na era das mídias sociais”, diz ele.

NICHO. Se os números são a única coisa que importam, as redes sociais parecem mesmo ter chegado ao fim. Mas tem gente que enxerga as mudanças sob uma ótica mais otimista. “Acredito que o movimento do Facebook não é sinal de fraqueza das redes e, sim, de fortalecimento”, diz Souza.

Ele afirma que os modelos das plataformas não são estáticos e mudanças são parte de uma evolução. E para quem sente saudade de ter a conexão social como mediador do conteúdo, ainda existem serviços que fazem isso, como o LinkedIn e o BeReal.

Núcleo de Inteligência – ADECE/SEDET

Edição 542 – Em 29 de agosto de 2022

Os textos do conteúdo exposto neste informativo não são de autoria do Governo do Estado do Ceará.