



Em questão de dias, as luzes do aplicativo que quase dominou e certamente definiu os Estados Unidos se apagarão nos últimos cinco anos. [TikTok](#) - o segundo mais baixado aplicativo no país em 2024, e com 170 milhões de usuários americanos ativos - será fechado nos EUA após uma lei aprovada no ano passado que exige que a Bytedance, empresa controladora do TikTok, venda o aplicativo para uma empresa americana ou encerre as operações .

Apesar de várias tentativas de impedir isso, as esperanças de salvar o TikTok para os usuários americanos estão diminuindo rapidamente - e enquanto eles clamam para se despedir em nossas páginas For You (FYPs), algo que deveríamos nos perguntar é: isso afetará aqueles de nós vivendo *fora* os EUA?

Do ponto de vista tecnológico, os residentes fora dos EUA estão totalmente ilesos; nenhuma luz está apagada para nós e tudo parecerá normal. Mas provavelmente não se trata de uma interrupção tecnológica com a qual devemos nos preocupar. Você será muito mais afetado pelo súbito desaparecimento de novos conteúdos de usuários e criadores americanos se eles tiverem desempenhado um papel importante em sua experiência no TikTok. Se você fala inglês, é quase certo que sim, e como criador de conteúdo, vejo isso como um evento de extinção em massa da criatividade e da informação anglófona. Mas antes de apresentar minhas teorias pessoais, direi primeiro o que outras pessoas em quem confio disseram.

Vejo isso como um evento de extinção em massa da criatividade e da informação anglófona.

Chris Stokel-Walker, jornalista e autor de *TikTok Boom: o aplicativo Dynamite da China e a corrida das superpotências nas mídias sociais* acredita que é preocupante para usuários fora dos EUA devido ao precedente que abre. “Não só perdemos 170 milhões de pessoas postando no aplicativo”, disse ele, “mas isso demonstra que os EUA continuam profundamente desconfortáveis com qualquer pessoa que não seja uma empresa de tecnologia do Vale do Silício dominando o espaço da mídia social”.

É verdade que a proibição, executada sob a legislação intitulada “Lei de Proteção aos Americanos contra Aplicações Controladas de Adversários Estrangeiros”, foi executada com base no argumento de que o aplicativo representa “uma ameaça à [segurança](#) nacional de imensa profundidade e escala”, de acordo com o [Departamento de Justiça dos EUA](#).

VEJA TAMBÉM:

Enquanto o TikTok enfrenta uma proibição, os criadores se preparam para um futuro incerto



Quando o presidente Donald Trump tentou proibi-lo pela primeira vez em 2020 com uma ordem executiva (que foi bloqueada por um juiz e retirada), o ordem havia dito “esta recolha de dados ameaça permitir ao Partido Comunista Chinês o acesso às informações pessoais e proprietárias dos americanos - potencialmente permitindo à China rastrear a localização de funcionários e prestadores de serviços federais, construir dossiês de informações pessoais para chantagem e realizar espionagem corporativa.”

Mas estes receios nunca foram totalmente apoiados. “Não houve nenhuma evidência concreta apresentada pelo governo dos EUA de que o aplicativo representa um risco à segurança nacional no nível que alegam”, disse Stokel-Walker. Muitos acreditam que é



muito mais provável que muitos nos EUA simplesmente odiassem o sabor de um aplicativo de outro país que rivalizasse com o Vale do Silício. Meta e Google, que se beneficiarão imensamente com o banimento do aplicativo porque ele atrairá atenção e dinheiro publicitário para seus rivais do TikTok, Reels e Shorts, gastou milhões fazendo lobby no governo especificamente sobre esta legislação.

Velocidade da luz mashável

Portanto, não é bom para nenhum de nós que gosta de um ecossistema diversificado de mídia social que é descentralizado da América e do alcance da grande manipulação tecnológica sob Mark Zuckerberg e Elon Musk; teoricamente, esta legislação poderia nos afetar sempre que um bom aplicativo fosse desenvolvido em um país que os EUA decidissem ser um adversário. Mas para muitos de nós, o impacto direto e imediato será cultural.

V Spehar, o jornalista e criador de conteúdo americano conhecido como @underthedesknews disse ao Mashable que “o TikTok, com sede nos Estados Unidos, oferece muitas músicas novas, sons populares e acesso à biblioteca de música americana. Você terá o fim das reportagens e notícias americanas em primeira pessoa, como estava acostumado.”

A proibição, que se acredita afetar qualquer ferramenta Bytedance, também acabaria por veja um fim à ferramenta de edição Capcut, de propriedade da Bytedance, nos EUA, que transformou muitos novatos em vídeo em estrelas da Internet com sua interface simples. Spehar acredita que isso significa que os usuários americanos terão dificuldade para migrar para outras plataformas. “Mesmo alguém com milhões de seguidores está acostumado a usar isso”, disseram. “A razão pela qual isso é tão catastrófico é que, se o Washington Post fechar, você poderá simplesmente pegar o New York Times. Os usuários estão perdendo todas as ferramentas de edição das quais dependem. Haverá um grande apagão porque uma nova ferramenta será lançada. uma curva de aprendizado.”

VEJA TAMBÉM:

Biden supostamente não aplicará a proibição do TikTok. Isso não significa muito.



Do ponto de vista do criador de conteúdo, muitos de nós corremos o risco de perder uma quantidade considerável de engajamento. Dependendo do tipo de conteúdo que eu faço, os vídeos recentes tiveram uma taxa de exibição entre 5% e 20% nos Estados Unidos. Para onde irão essas opiniões repentinamente agora; meu conteúdo será visto por mais espectadores em outros países ou seu alcance será simplesmente cortado, arrancado como um galho de árvore?

Steph Black, que mora em Londres e [cria conteúdo no TikTok sobre seu trabalho como arqueóloga](#) questiona-se se a proibição gerará mais oportunidades para criadores de conteúdo fora dos EUA. “Eu me pergunto se as marcas dos EUA acabarão completamente



com a publicidade no TikTok ou se estarão mais interessadas em trabalhar com criadores de fora dos EUA para vender no TikTok”, disse ela. Ela também se lembra de como os recursos do TikTok seriam lançados primeiro nos EUA no passado e antes na Europa, como a oportunidade de monetização. “Gostaria de ver mais oportunidades para criadores de fora dos EUA.”

Mas para criadores com grande número de seguidores nos EUA - e parcerias de marca - as oportunidades podem acabar. O criador de conteúdo Max Klymenko tem um terço de seu público no TikTok nos EUA. “O fato de não conseguir alcançá-los no TikTok significa que temos que nos encontrar em outras plataformas”, disse ele. “É fácil dizer que você simplesmente acessa outras plataformas - mas a mídia social moderna não funciona assim. É baseada em feed. Quem quer que sejam os criadores que você ama, eles vão ao seu feed e serão eles. você observa.”

“Acho que há uma narrativa de que isso não importa para nós, qual é o problema, o mundo não gira em torno dos EUA. Acho que isso vai importar muito.”

De forma mais ampla, ele acredita que o YouTube Shorts se beneficiará com um aumento na atividade, como aconteceu na Índia após a proibição do TikTok. “Acho que há uma narrativa de que não importa para nós, qual é o problema, o mundo não gira em torno dos EUA. Acho que isso vai importar muito. Os EUA são o mercado com, historicamente, muito de inovação na criação de conteúdo. Alguns dos principais criadores do mundo são americanos. É um mercado e uma comunidade enormes para usar.

“Eu trabalho com algumas marcas americanas. Acho que haverá preocupações em torno da capacidade dos criadores estrangeiros de atingir um público americano. Não é segredo que eles são um dos que pagam mais com grande poder de compra do consumidor. Acho que o impacto sobre criadores e usuários não-americanos serão realmente muito grandes, acho que isso mudará a plataforma.”

Quer você seja um usuário ou um criador, é provável que grande parte da sua experiência de conteúdo no TikTok mude. Por um lado, não haverá outro baile Renegade, inovação em jantares femininos ou tendência de Wes Anderson por um tempo; a grande maioria das tendências, neologismos e estilos de conteúdo que consumimos e regeneramos foram todos oferecidos a nós por criadores de conteúdo americanos. À medida que a proibição do TikTok começar, a primeira coisa que perderemos não será tanto conteúdo, mas sim conexão.

“Eu vi mais do mundo através do TikTok do que os americanos jamais conseguem ver”, disse Spehar melancolicamente. “E estabeleci relacionamentos que nunca teria conseguido através dos algoritmos do YouTube e do [Instagram](#). Vou sentir falta de muitas dessas pessoas. Rezo para que voltemos.”

