



COMO OS ALGORITMOS DO TIK TOK INFLUENCIAM EM PADRÕES IRREAIS DE PERFEIÇÃO QUANDO UTILIZADAS FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL QUE MODIFICAM A APARÊNCIA DOS USUÁRIOS.

PETRO DA SILVA, Larissa.

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar de que maneira os algoritmos do TikTok, aliados às trends que utilizam inteligência artificial (IA) para modificar a aparência dos usuários, influenciam a percepção de autoimagem e promovem padrões irreais de perfeição. A pesquisa se baseia em autores como Stuart Hall, Gilles Lipovetsky, Byung-Chul Han e Laurence Bardin para compreender os efeitos estéticos e sociais da cultura digital. A metodologia adotada foi a análise de conteúdo, aplicada a trends populares do TikTok com filtros de modificação facial. Os resultados indicam que a exposição frequente a essas imagens idealizadas contribui para sentimentos de inadequação, baixa autoestima e distorção da realidade, principalmente entre jovens.

PALAVRAS-CHAVE: TikTok, inteligência artificial, autoimagem, padrões estéticos, pressão social.

1. INTRODUÇÃO

A era digital transformou de maneira profunda as formas de comunicação, sociabilidade e construção de identidade. As redes sociais, mais do que simples ferramentas de entretenimento, passaram a exercer influência direta sobre como os sujeitos percebem a si mesmos e aos outros. Nesse cenário, o TikTok surge como uma das plataformas de maior destaque, especialmente entre o público jovem, sendo um espaço onde o conteúdo visual, breve e impactante é disseminado em larga escala.

O diferencial do TikTok está em seu algoritmo altamente responsivo, capaz de personalizar o conteúdo exibido para cada usuário com base em suas interações anteriores. Esse mecanismo impulsiona a popularização de determinadas trends, entre elas, aquelas que utilizam filtros baseados em inteligência artificial (IA) para modificar rostos, corpos e expressões. Essas ferramentas, ao alterarem traços físicos de forma automatizada e padronizada, acabam por reforçar ideais de beleza amplamente difundidos na cultura midiática.

O presente artigo propõe uma reflexão crítica sobre como essas trends com filtros de IA, amplificadas pelos algoritmos do TikTok, influenciam diretamente na construção da autoimagem, promovem a naturalização de padrões irreais de perfeição e contribuem para o agravamento da pressão estética entre os usuários. O objetivo é compreender as implicações sociais, psicológicas e comunicacionais desses processos, considerando a importância do debate sobre identidade e tecnologia na contemporaneidade.



2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O TikTok, como uma das plataformas digitais mais influentes da atualidade, opera com base em algoritmos de recomendação que determinam o que cada usuário irá visualizar. Essa lógica algorítmica, como aponta Bucher (2018), não é neutra: ela atua como um poder invisível que molda as experiências digitais e afeta a maneira como o sujeito percebe a si e ao outro. O algoritmo seleciona conteúdos com maior potencial de engajamento, o que favorece vídeos que seguem padrões estéticos hegemônicos, promovendo uma repetição constante de imagens idealizadas.

Nesse ambiente digital, a identidade é construída de forma performática e fragmentada. Stuart Hall (2003) destaca que, na pós-modernidade, as identidades não são fixas, mas moldadas por discursos culturais em circulação. Ao utilizarem filtros de inteligência artificial para modificar sua aparência, os usuários do TikTok passam a representar versões editadas de si mesmos, em busca de validação social. A identidade, então, torna-se um projeto visual, constantemente negociado com os padrões de aceitação da rede.

2.1 Estética Digital e Padronização da Imagem

Gilles Lipovetsky (2004) contribui com essa discussão ao tratar da lógica do hiperconsumo e da estetização da vida. Para o autor, vivemos uma era em que o sujeito é incentivado a consumir não apenas bens materiais, mas também experiências, imagens e estilos de vida. No TikTok, o uso de filtros que transformam a aparência do usuário se insere nessa lógica: a imagem pessoal torna-se um produto simbólico a ser consumido e admirado. O filtro não apenas oculta imperfeições, mas oferece uma estética idealizada e sedutora, que reforça o desejo de pertencimento a um padrão amplamente compartilhado.

Essa padronização estética está ligada também à crítica feita por Byung-Chul Han (2018), que aponta para a crescente homogeneização das subjetividades na sociedade digital. Segundo o autor, a comunicação contemporânea valoriza a positividade e a transparência em detrimento da alteridade e do conflito. Os filtros de IA, nesse sentido, apagam as diferenças individuais ao reproduzirem traços semelhantes entre os usuários, promovendo uma uniformização que se apresenta como diversidade, mas que na prática limita as possibilidades de expressão autêntica.



Essa estetização controlada do eu digital encontra ressonância na teoria do simulacro de Jean Baudrillard (1991). O simulacro é uma cópia sem original, uma representação que substitui e se impõe sobre o real. Os filtros do TikTok criam imagens que não apenas representam o usuário, mas se tornam mais desejadas do que sua imagem real. A busca pela perfeição visual conduz os sujeitos à identificação com versões irreais de si, gerando uma desconexão entre aparência e essência.

Portanto, a fundamentação teórica deste trabalho mostra que os filtros de IA no TikTok não são ferramentas neutras de edição, mas dispositivos simbólicos que participam da construção de subjetividades contemporâneas. Eles operam dentro de uma lógica algorítmica que privilegia padrões estéticos, reforçam discursos hegemônicos sobre beleza e promovem uma cultura de comparação constante, impactando profundamente a autoimagem e as relações dos sujeitos com suas próprias identidades.

3. METODOLOGIA

Este estudo adota uma abordagem qualitativa de caráter exploratório, com o objetivo de compreender os efeitos simbólicos e estéticos das trends com filtros de inteligência artificial no TikTok. A escolha por uma perspectiva qualitativa justifica-se pela necessidade de interpretar significados subjetivos e representações sociais ligadas à construção da autoimagem no ambiente digital.

Utilizou-se como estratégia metodológica a análise de conteúdo, conforme proposta por Laurence Bardin (2011), que permite interpretar mensagens visuais e verbais de forma sistemática. Essa técnica foi aplicada a um conjunto de 20 vídeos do TikTok, selecionados com base em critérios de popularidade e uso de filtros de IA para modificação facial. Os vídeos foram coletados entre março e abril de 2025, priorizando publicações com alto engajamento e hashtags relacionadas ao tema, como #filtroIA e #beautyfilter.

Durante a análise, foram observadas características visuais dos filtros, comentários dos usuários e elementos discursivos recorrentes. Os dados foram organizados em categorias como padrões estéticos, validação social e comparação entre imagem real e editada, permitindo compreender como os conteúdos contribuem para reforçar uma autoimagem idealizada e padronizada.

A metodologia proposta visa oferecer uma reflexão crítica sobre o papel dos filtros e algoritmos na formação de identidades e percepções de si nas redes sociais.



4. ANÁLISES E DISCUSSÕES

A análise dos 20 vídeos do TikTok evidenciou um padrão recorrente no uso de filtros de inteligência artificial para modificar a aparência dos usuários. As transformações mais comuns incluíam afinamento do rosto, aumento dos olhos e suavização da pele, características valorizadas tanto pelos criadores quanto pelos espectadores.

Os comentários nos vídeos indicam uma forte tendência de comparação social, com usuários expressando desejo de parecer com as versões filtradas de si mesmos. Esse comportamento está alinhado com a teoria da comparação social de Festinger (1954), que afirma que as pessoas tendem a avaliar seu valor com base em referências externas.

Os filtros analisados promovem uma estética padronizada, reforçando traços eurocêntricos e contribuindo para a homogeneização das imagens. Isso dialoga com a crítica de Byung-Chul Han (2018) à perda da alteridade nas representações digitais e com o papel dos algoritmos descrito por Bucher (2018), que favorecem conteúdos visualmente agradáveis e engajantes.

Conclui-se que os filtros de IA e os algoritmos do TikTok influenciam a construção de uma autoimagem idealizada, impactando especialmente usuários jovens. A repetição desses padrões contribui para uma pressão estética crescente e para o distanciamento em relação à diversidade real.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho buscou entender como os filtros de inteligência artificial e os algoritmos do TikTok influenciam a forma como as pessoas se veem e constroem sua imagem pessoal. Foi possível perceber que os vídeos mais populares na plataforma costumam usar filtros que mudam a aparência dos usuários, reforçando um padrão de beleza que nem sempre corresponde à realidade.

Os resultados mostram que muitos usuários usam esses filtros na tentativa de se encaixar em padrões considerados bonitos ou ideais. Isso acaba gerando comparações, frustrações e até problemas com autoestima, principalmente entre os mais jovens.

Como o TikTok entrega mais visibilidade a vídeos com esse tipo de conteúdo, os mesmos padrões se repetem cada vez mais, o que dificulta a aceitação da diversidade e das diferenças reais entre as pessoas. Por isso, é importante incentivar o uso mais consciente das redes sociais e refletir sobre os padrões que são promovidos nesses espaços.



Para pesquisas futuras, seria interessante investigar como esses efeitos variam entre diferentes públicos, como homens, mulheres, adolescentes ou pessoas de diferentes origens, além de pensar em formas de valorizar a autenticidade e combater os efeitos negativos desses filtros.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.

BUCHER, Taina. If...Then: Algorithmic Power and Politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.

FESTINGER, Leon. A Theory of Social Comparison Processes. Human Relations, v. 7, n. 2, p. 117–140, 1954.

HAN, Byung-Chul. A Sociedade da Transparência. Petrópolis: Vozes, 2017.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.