

Noções de choque e atenção em vídeos Tik Tok

DOI Number

10.24135/link.2021.v2i1.102.g145

Este trabalho busca entender como e se a experiência de entretenimento obtida ao assistir vídeos na plataforma social Tik Tok, que utiliza ferramentas de edição e design, como filtros de distorção para aparência física e voz, também é uma experiência imersiva que causa choque ao usuário, conforme entendido por Walter Benjamin (2010), quando esse sujeito comunicacional é atravessado por uma sensação do moderno, e que tem, como consequência, a desintegração da aura na experiência do choque. Segundo Rouanet (1990) "a instância psíquica encarregada de captar e absorver o choque passa a dominar as instâncias encarregadas de armazenar as impressões da memória". Nesse caso, a consciência tem a função de "servir de proteção contra estímulos, sublimando impactos, amadurecendo o susto em angústia ou diversão, para não sucumbir ao espanto" (PEIXOTO, 1983), e pode estar ligada à produção de conteúdos de rápida circulação e absorção, feitos exclusivamente para redes sociais e plataformas como o Tik Tok. Plataformas com os trabalhos com este design também são guiados pelas mãos dos usuários, com a criação de conteúdos para chocar um público imerso no que se chama de Cultura do Snack (SCOLARI, 2020). Quanto a uma cultura que desenvolve um formato de conteúdo audiovisual sensorial, esses conteúdos provocam um efeito sensorial, uma experiência breve e efêmera dentro de um projeto que pode ser entendido como artístico e criado em uma dinâmica entre o lúdico e o entretenimento. O efeito sensorial desses conteúdos oferece uma experiência única e

inédita, típica de uma obra de arte de vanguarda. Nos "flipperamas contemporâneos" da Internet, os vídeos, tanto do Tik Tok quanto de outras plataformas com características semelhantes, possuem ferramentas semelhantes criadas diariamente, aumentando o número de acessos, buscando reter o usuário da mídia e parecem tentar conduzi-lo a uma experiência imersiva em um sistema de Economia da Atenção, descrito por Jonathan Crary (2015) como algo que "dissolve a separação entre o pessoal e o profissional, entre entretenimento e informação, deslocada por uma funcionalidade obrigatória de comunicação inerente e inescapavelmente 24/7". Junto com estas ideias está a visão de Simon Reynolds (2010), de que a cultura popular tornou-se um remix ou releitura de algo feito antes, a partir de qualquer tipo de informação disponível. Portanto, deste ponto de vista, a reapropriação torna-se infinita — algo que você vê nos vídeos do Tik Tok. Este texto é construído aplicado à prática comunicacional do uso de plataformas e uma tentativa de compreender os caminhos da mídia contemporânea que se delineiam com a plataforma da cultura. As plataformas, por si só eventos de comunicação, levantam questões sobre uma nova circulação de bens e gestos por parte dos sujeitos comunicacionais que atuam nesta frequência. É uma obra que se posiciona diante da urgência contemporânea da vida on-line, de suas rápidas transformações e das buscas da sociedade em um tempo que exige um pensamento crítico sobre o momento em que vivemos.