

I dipendenti di TikTok rendono i contenuti virali schiacciando un bottone

Rivelazione scomoda su [TikTok](#), il social cinese diventato celebre anche per l'unicità della sezione **"Per te"**, da sempre descritta come un Feed classificato da un algoritmo che **prevede l'interesse degli utenti** sulla base del loro comportamento sull'app. Ma questa non sembra essere tutta la verità. Secondo un recente [rapporto pubblicato da Forbes](#), non è solo l'algoritmo a decidere quali contenuti diventeranno virali. A quanto pare, lo staff di ByteDance è in grado di selezionare segretamente alcuni video specifici e **potenziarne la distribuzione**, avviando una pratica internamente nota come **"riscaldamento"**.

"La funzione di riscaldamento si riferisce all'aumento dei video nel feed 'Per Te' attraverso l'intervento operativo per ottenere un certo numero di visualizzazioni video – si legge in un documento interno di TikTok intitolato "MINT Heating Playbook -. Le visualizzazioni totali di video riscaldati rappresentano gran parte delle visualizzazioni totali giornaliere, circa l'1-2%, che possono avere un impatto significativo sulle metriche fondamentali complessive". Una rivelazione piuttosto sconcertante, soprattutto considerando che TikTok non ha mai ammesso di essere coinvolta in un'azione di questo tipo. Ma alcune fonti hanno chiaramente riferito che la piattaforma ha utilizzato la pratica del "riscaldamento" per **corteggiare influencer e marchi**, invitandoli a collaborare in cambio dell'aumento del numero di visualizzazioni dei loro video.

Se così fosse, è evidente che TikTok abbia volutamente **avvantaggiato alcuni brand e creator** rispetto ad altri. E solo per i suoi scopi commerciali. Pertanto, questo

significa che molti dei video che visualizzate nella sezione "Per te" non sono lì perché [l'algoritmo del social](#) pensa che possano piacervi, quanto piuttosto **per favorire un alto numero di visualizzazione dei video** che interessano alla piattaforma. Il problema reale, in questo senso, è che **non ci sono etichette specifiche** che segnalano che si tratta di contenuti "riscaldati". E non solo.

Secondo il rapporto di *Forbes*, i dipendenti di ByteDance hanno **abusato della pratica di "riscaldamento"** per rendere virali i video condivisi dal loro account o da quello dei loro cari, infrangendo di fatto la politica aziendale. L'intento della piattaforma, infatti, era chiaro: promuovere contenuti che fossero diversi da balletti e lyp-sinc, così da **diversificare il più possibile l'esperienza degli utenti**. Un portavoce di TikTok ha rilasciato la seguente dichiarazione: *"Promuoviamo alcuni video per incentivare la diversificazione dell'esperienza dei contenuti, oltre che per far conoscere personaggi celebri e creator emergenti alla community di TikTok. Solo poche persone, basate negli Stati Uniti, hanno la possibilità di decidere quali contenuti promuovere, limitatamente agli Stati Uniti, e quei contenuti rappresentano circa lo 0,002% dei video del feed Per Te"*.

Insomma, le intenzioni del social cinese non sembravano essere cattive, anche se risultano poco credibili. Nonostante questo, già a dicembre [TikTok](#) ha annunciato che avrebbe aggiunto un **nuovo pannello ai video consigliati** intitolato *"Perché questo video"*, così da poter spiegare agli utenti perché l'algoritmo gli suggerisce un contenuto piuttosto che un altro. Tra le possibili motivazioni, però, non sembrerebbe esserci *"Questo post è stato riscaldato"*, il che significa che forse l'app non è davvero trasparente come afferma di essere. E questo è un bel problema.