



PODER, CONSUMO E SUBJETIVIDADE NA ERA DIGITAL: UMA ANÁLISE DO TIKTOK A PARTIR DA MODERNIDADE LÍQUIDA

POWER, CONSUMPTION, AND SUBJECTIVITY IN THE DIGITAL AGE: AN ANALYSIS OF TIKTOK FROM THE PERSPECTIVE OF LIQUID MODERNITY

DOI: 10.5281/zenodo.20151998



Alvin João Verdi-Brum Júnior¹

André Luiz de Oliveira Verdi-Brum²

João Baraldi Neto³

Thiago Barisson de Mello Oliveira⁴

Christian Norimitsu Ito⁵

RESUMO

O presente estudo analisa o TikTok a partir da perspectiva da modernidade líquida desenvolvida por Zygmunt Bauman, investigando de que maneira as dinâmicas algorítmicas das plataformas digitais influenciam padrões de comportamento, práticas de consumo e formas contemporâneas de sociabilidade. Parte-se da compreensão de que a ascensão das redes sociais digitais transformou significativamente os processos de interação social, circulação de informações e construção da subjetividade na sociedade contemporânea, intensificando relações marcadas pela instantaneidade, volatilidade e hiperexposição. O objetivo central da pesquisa consiste em examinar como o TikTok

1 Publicitário. Especialista em Gerenciamento de Projetos.

2 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Advogado. Especialista em Direito Civil e Processo Civil. Especialista em Direito do Trabalho. Mestre em Psicologia. Doutor em Direito.

3 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Mestre em Direito Internacional. Doutor em Direito Público.

4 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Mestre em Administração. Doutor em Ciências Jurídicas.

5 Professor do Curso de Direito da Afya - Centro Universitário São Lucas de Porto Velho - RO. Mestre em Direito. Doutorando em Direito.





opera como mecanismo de padronização comportamental, captura da atenção e indução de consumo, aproximando a discussão sociológica das contribuições da Sociologia Jurídica e da proteção do consumidor digital. Adota-se metodologia qualitativa, de natureza exploratória, fundamentada em pesquisa bibliográfica e análise teórica de obras relacionadas à modernidade líquida, consumo contemporâneo, plataformas digitais e vulnerabilidade informacional. A pesquisa evidencia que os mecanismos algorítmicos utilizados pelo TikTok ultrapassam a simples mediação tecnológica de conteúdos, atuando diretamente na conformação de desejos, tendências e práticas sociais orientadas pela lógica da economia da atenção. Os resultados indicam que a plataforma intensifica processos de homogeneização comportamental, reforça dinâmicas consumistas típicas da sociedade líquido-moderna e amplia vulnerabilidades sociais e informacionais no ambiente digital, especialmente em razão da opacidade algorítmica e da assimetria existente entre usuários e plataformas tecnológicas. Conclui-se que o TikTok representa expressão significativa das novas formas de poder social exercidas na contemporaneidade, nas quais a influência algorítmica, a retenção da atenção e a modulação comportamental passam a ocupar papel central nas relações de consumo, sociabilidade e produção de subjetividades no ambiente digital.

Palavras-chave: modernidade líquida; TikTok; plataformas digitais; vulnerabilidade informacional; consumo digital; sociologia jurídica.

ABSTRACT

This study analyzes TikTok from the perspective of liquid modernity developed by Zygmunt Bauman, investigating how the algorithmic dynamics of digital platforms influence behavioral patterns, consumption practices, and contemporary forms of sociability. The research is grounded on the understanding that the rise of digital social networks has significantly transformed processes of social interaction, information circulation, and the construction of subjectivity in contemporary society, intensifying relationships marked by immediacy, volatility, and hyperexposure. The main objective of the study is to examine how TikTok operates as a mechanism of behavioral standardization, attention capture, and consumption induction, connecting sociological discussions with contributions from Legal Sociology and the protection of digital consumers. The research adopts a qualitative and exploratory methodology, based on bibliographical research and theoretical analysis of works related to liquid modernity, contemporary consumption, digital platforms, and informational vulnerability. The study demonstrates that the algorithmic mechanisms employed by TikTok go beyond the mere technological mediation of content, directly influencing the shaping of desires, trends, and social practices guided by the logic of the attention economy. The findings indicate that the platform intensifies processes of behavioral homogenization, reinforces consumerist dynamics typical of liquid-modern society, and expands social and informational vulnerabilities within the digital environment, especially due to algorithmic opacity and the asymmetry between users and technological platforms. The study concludes that TikTok represents a significant expression of new forms of social power exercised in contemporary society, in which algorithmic influence, attention retention, and behavioral modulation assume a central role in consumption relations, sociability, and the production of subjectivities in the digital environment.

Keywords: liquid modernity; TikTok; digital platforms; informational vulnerability; digital consumption; legal sociology.





1. INTRODUÇÃO

A expansão das plataformas digitais transformou profundamente as formas de interação social, consumo e circulação de informações na contemporaneidade. Inseridas em uma lógica marcada pela instantaneidade, pela hiperconectividade e pela constante produção de estímulos, redes sociais como o TikTok passaram a ocupar posição central na organização das relações sociais e na formação de comportamentos individuais e coletivos. Nesse cenário, as plataformas digitais deixam de atuar apenas como instrumentos tecnológicos de comunicação e entretenimento, assumindo papel relevante na mediação das dinâmicas de consumo, pertencimento social e construção da subjetividade na sociedade contemporânea.

A compreensão desse fenômeno demanda aproximação entre Sociologia, Comunicação e Direito, especialmente diante da crescente influência exercida pelos mecanismos algorítmicos sobre os hábitos, desejos e padrões de comportamento dos usuários. As plataformas digitais operam a partir da coleta contínua de dados, da personalização de conteúdos e da indução permanente à interação, produzindo novas formas de vulnerabilidade social e informacional. Assim, a lógica algorítmica das redes sociais contemporâneas não apenas condiciona a circulação de conteúdos, mas também influencia práticas de consumo, modos de sociabilidade e processos de padronização comportamental em larga escala.

Nesse contexto, a teoria da modernidade líquida desenvolvida por Zygmunt Bauman oferece importante referencial teórico para compreender a fluidez das relações sociais na contemporaneidade, marcadas pela volatilidade dos vínculos, pela efemeridade das experiências e pela transformação contínua dos indivíduos em consumidores. Em uma sociedade orientada pela lógica do consumo rápido e da satisfação imediata, plataformas como o TikTok intensificam mecanismos de exposição, viralização e reprodução de comportamentos, favorecendo dinâmicas de homogeneização cultural e captura permanente da atenção dos usuários.

A análise dessas transformações também possui relevância jurídica, especialmente sob a perspectiva da proteção do consumidor digital. O ambiente virtual é marcado por forte





assimetria informacional entre usuários e plataformas tecnológicas, cujos mecanismos de recomendação e direcionamento de conteúdo permanecem, em grande medida, opacos aos consumidores. Nesse sentido, a atuação das plataformas digitais suscita debates relacionados à vulnerabilidade do consumidor, à transparência algorítmica, à autodeterminação informativa e aos limites jurídicos das estratégias de influência comportamental utilizadas no ambiente digital.

Diante disso, o presente estudo tem como objetivo analisar o TikTok a partir da perspectiva da modernidade líquida, investigando de que maneira os mecanismos de funcionamento da plataforma influenciam padrões de comportamento, relações de consumo e formas contemporâneas de sociabilidade. Busca-se, ainda, aproximar a discussão sociológica das contribuições da Sociologia Jurídica e do Direito do Consumidor, examinando como a lógica algorítmica das plataformas digitais pode intensificar situações de vulnerabilidade no ambiente virtual.

A pesquisa adota abordagem qualitativa, de natureza exploratória, mediante revisão bibliográfica e análise teórica de obras relacionadas à modernidade líquida, plataformas digitais, consumo contemporâneo e vulnerabilidade informacional. O estudo fundamenta-se especialmente nas contribuições de Zygmunt Bauman acerca da sociedade líquido-moderna, articulando-as com reflexões relacionadas à dinâmica das redes sociais digitais e aos impactos jurídicos decorrentes da crescente centralidade das plataformas tecnológicas nas relações sociais contemporâneas.

Parte-se da hipótese de que o TikTok opera não apenas como ferramenta de entretenimento digital, mas como mecanismo de indução comportamental e padronização do consumo, intensificando processos de vulnerabilização dos usuários na sociedade contemporânea. Assim, o estudo pretende demonstrar que as dinâmicas algorítmicas das plataformas digitais produzem impactos que ultrapassam o campo tecnológico, alcançando dimensões sociais, culturais e jurídicas diretamente relacionadas à proteção do consumidor e à própria conformação das relações sociais na contemporaneidade.





Os autores informam que utilizaram ferramenta de Inteligência Artificial exclusivamente para revisão linguística do manuscrito, mantendo integral responsabilidade pelo conteúdo científico apresentado.

2. MODERNIDADE LÍQUIDA: CONCEITO E COMO ACONTECE

Através de uma metáfora, o sociólogo polonês Zygmunt Bauman apresentou ao mundo sua teoria sobre uma nova modernidade, caracterizada por ele como Modernidade Líquida. Na obra de mesmo título, Bauman explica o conceito:

“Fluidez” é a qualidade de líquidos e gases. (...) Os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade. (...) Os fluidos se movem facilmente. Eles “fluem”, “escorrem”, “esvaem-se”, “respingam”, “transbordam” (...) Essas são razões para considerar “fluidez” ou “liquidez” como metáforas adequadas quando queremos captar a natureza da presente fase (...) na história da modernidade. (BAUMAN, 2021)

A partir disso, é necessário entender que esse fenômeno afeta e interfere as mais diversas esferas: relacionamentos, comportamentos, instituições sociais, vida pública e privada, fazendo com que as instituições que antes eram sólidas, agora atuem de forma mais maleável e fluída, capazes de serem moldadas em diferentes contextos e estruturas incontáveis vezes, como cita Maria Laurinda Ribeiro de Souza (2005, p.30), “Tudo é temporário, a modernidade é fluida – tal como os líquidos – caracteriza-se pela incapacidade de manter a forma”.

Aqui, a ideia de coletivo se mostra frágil e é substituída por constantes tentativas de desprendimento das redes de pertencimento social, incluindo família, amigos de infância e colegas de trabalho. Logo, a facilidade em se desprender de laços afetivos conversa de frente com o individualismo, que é uma das principais características da modernidade líquida. Curiosamente, esse novo hábito acontece movido por uma suposta busca de liberdade individual. Como descreve Bauman, “(...) a situação presente emergiu do derretimento radical





dos grilhões e das algemas que, certo ou errado, eram suspeitos de limitar a liberdade individual de escolher e de agir” (BAUMAN, 2021, p.12).

Ao mesmo tempo que essa suposta busca por liberdade acontece, novas patologias também ocorrem com mais incidência, como a depressão, o isolamento e a exclusão, que se mostram super presentes na modernidade líquida e ocorrem, principalmente, pelo crescente desinteresse em investir em novas relações sociais.

2.1 Consumo na Modernidade Líquida

Outra característica da Modernidade Líquida é a transformação dos indivíduos em consumidores e, posteriormente, mercadorias. O princípio disso, segundo Bauman, está no surgimento da economia consumista (2008, p. 43), ou seja, quando o desejo assumiu o controle da economia e não mais o trabalho. A partir disso, para que a demanda não termine, se faz necessário que tais desejos nunca proporcionem a satisfação plena e os indivíduos sempre estejam em busca de preencher esse vazio artificialmente criado, fruto da constante frustração dos desejos não alcançados.

No âmbito das plataformas digitais, essa lógica intensifica a vulnerabilidade do consumidor contemporâneo, especialmente diante da assimetria informacional existente entre usuários e fornecedores de serviços tecnológicos. A coleta contínua de dados, a personalização algorítmica de conteúdos e a utilização de mecanismos de estímulo comportamental ampliam a capacidade de influência das plataformas sobre os hábitos de consumo dos indivíduos. Nesse cenário, a vulnerabilidade deixa de possuir apenas dimensão econômica ou técnica, alcançando também aspectos informacionais e comportamentais relacionados à formação da vontade do consumidor no ambiente digital.

“É preciso primeiro se tornar uma mercadoria para ter uma chance razoável de exercer os direitos e cumprir os deveres de um consumidor” (BAUMAN, 2008, p. 89), a partir dessa afirmação, o autor traduz a relação imposta pelo mercado, para aqueles que desejam consumir dele. Isso acontece quando os indivíduos, ao adquirirem produtos, permitem serem





consumidos pelo mercado que agora os vê como mercadorias valiosas. Vale lembrar que, segundo Bauman, esse é um comportamento não espontâneo, mas estimulado e apresentado como regra pelo mercado:

A “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e uma condição de afiliação (BAUMAN, 2008, p. 59).

Essa lógica consumista encontra nas plataformas tecnológicas instrumentos particularmente eficazes de reprodução social. Por meio da circulação massiva de tendências, padrões estéticos e estilos de vida, redes sociais como o TikTok intensificam processos de padronização do desejo e homogeneização comportamental, reforçando dinâmicas de consumo acelerado típicas da sociedade líquido-moderna.

Diante dessa demanda latente e a produção ininterrupta para supri-la, outro problema assola a rotina da sociedade moderna: a quantidade oceânica de informações criadas todos os dias. Tantas informações assim tendem a dividir a atenção do público e fazer com que o mercado ocasionalmente perca clientes. Por isso, Bauman (2008, p. 46) cita a acirrada competição do mercado por atenção de consumidores. Dessa forma são procuradas lacunas na rotina dos consumidores para que sejam preenchidas com mais informação.

Na sociedade líquido-moderna não são apenas os indivíduos que se transformam, as relações de poder também mudam. Antes, propriedades, capital e trabalho garantiam posição de poder àqueles que detinham uma grande quantidade desses bens, diferentemente dos dias atuais, onde quem mais consome e ostenta acaba conquistando os postos de maior poder na sociedade do consumo, uma vez que “tornar-se e continuar sendo uma mercadoria vendável é o mais poderoso motivo de preocupação do consumidor, mesmo que em geral latente e quase nunca consciente” (BAUMAN, 2008, p.63).





3. REDES SOCIAIS NA MODERNIDADE LÍQUIDA

Com o passar dos anos, avanços tecnológicos como a internet Wi-Fi, redes de internet móvel e os telefones celulares cada vez mais populares, proporcionaram a consagração dos ambientes online na rotina de muitas sociedades. Para as redes sociais, esse é o habitat perfeito, pois agora é possível que usuários transportem seus perfis para qualquer lugar, integrando o virtual com o real de uma forma nunca antes vista, e isso é comprovado na crescente adesão da população, uma vez que “o tempo gasto nas redes sociais globalmente aumentou quase 60% em média nos últimos sete anos” (BBC NEWS BRASIL, 2019).

Arelado a isso e a falta de interesse das pessoas em estabelecer relações na modernidade líquida, as redes sociais revelam-se capazes de integrar semelhantes em grupos de interesses comuns, contudo, essa condição pode prejudicar habilidades sociais, como Bauman defende em sua obra *Tempos Líquidos* (2021):

Quanto mais as pessoas permanecem num ambiente uniforme – na companhia de outras “como elas” com as quais podem ter superficialmente uma “vida social” praticamente sem correrem o risco da incompreensão e sem enfrentarem a perturbadora necessidade de traduzir diferentes universos de significado –, mais é provável que “desaprendam” a arte de negociar significados compartilhados e um *modus convivendi* agradável (BAUMAN, 2021, p.94).

Entre perdas e ganhos nas habilidades dos usuários, novas redes sociais surgem todos os anos e, cada uma delas, busca, de diferentes formas, reter seus consumidores pelo maior tempo possível dentro da plataforma. Para isso, “algoritmos entregam conteúdos capazes de impulsionar as interações do usuário com o aplicativo” (MENON, 2022), e dessa forma, o capital e a popularidade da rede social tendem ao crescimento.

Mais do que simples ferramentas de comunicação, as plataformas digitais contemporâneas operam como estruturas de direcionamento comportamental, utilizando mecanismos algorítmicos capazes de estimular padrões específicos de interação, consumo e permanência dos usuários no ambiente virtual. Nesse contexto, o engajamento deixa de representar apenas participação espontânea dos indivíduos, passando a integrar estratégias





econômicas voltadas à captura da atenção e à modulação contínua dos comportamentos sociais.

O funcionamento dessas plataformas também evidencia a existência de significativa assimetria informacional entre usuários e provedores de serviços digitais. Os mecanismos algorítmicos responsáveis pelo direcionamento de conteúdos permanecem, em grande medida, opacos aos consumidores, dificultando a plena compreensão acerca das formas pelas quais preferências, interesses e padrões comportamentais são constantemente monitorados e estimulados no ambiente virtual.

É nesse contexto de captura da atenção, personalização de conteúdos e direcionamento algorítmico que o TikTok ascende como uma das principais plataformas digitais da contemporaneidade. Estruturada a partir da circulação contínua de vídeos curtos e altamente dinâmicos, a rede social potencializa experiências marcadas pela instantaneidade, pela repetição e pelo consumo acelerado de informações. Não por acaso, Orgaz descreve o TikTok como “uma tela de celular, um vídeo vertical e um minuto da sua vida” (BBC NEWS BRASIL, 2020), definição que sintetiza a lógica de imersão contínua e retenção da atenção característica das plataformas digitais na sociedade líquido-moderna.

3.1 TikTok: expansão, funcionamento e consolidação no ambiente digital

Fruto da empresa chinesa Bytedance, a rede social *TikTok* nem sempre foi o fenômeno com um bilhão e meio de usuários mensais. O aplicativo criado em 2012 possuía um nome totalmente diferente - A.me - mas a proposta pouco mudou: vídeos curtos majoritariamente de humor e entretenimento, dublados pelos usuário.

Atualmente, o TikTok encontra-se entre as plataformas digitais mais utilizadas globalmente, ocupando posição de destaque no cenário das redes sociais contemporâneas em razão de seu elevado número de usuários e de sua intensa capacidade de engajamento. Tamanha aceitação pode ser atribuída especialmente ao público jovem. É estimado que a Geração Z represente 41% dos usuários da rede social. O formato de consumo vertical dos





conteúdos que proporcionam experiências rápidas e que não terminam, devido a dinâmica de rolagem infinita que permite o consumo sem pausas, podem ser fatores que explicam a tamanha aceitação entre pessoas de 16 a 24 anos, principalmente tendo em vista o que as redes sociais concorrentes oferecem: o Facebook e o Twitter são conhecidos pelos textos, já o Instagram pelas fotos e imagens, logo, o *TikTok* consolida o consumo de conteúdos audiovisuais curtos, que oferecem mais fluidez, dinamicidade e facilidade de consumo, além da possibilidade de estabelecer vínculos com maior sucesso.

3.2 Viralização

Parte do sucesso do *TikTok* é explicado por nele conter uma grande quantidade daquilo que chamamos de conteúdos virais. Esses são conteúdos que geram identificação por um grande público, a ponto de muitos compartilharem e fazerem com que alcancem ainda mais pessoas de forma orgânica - não paga/patrocinada. Alguns dos conteúdos, após fazerem sucesso no *TikTok*, são frequentemente publicados outras redes sociais, como no Instagram, por exemplo.

Para Jonah Berger (2020) nem sempre é fácil identificar o motivo da viralização das coisas, muito menos fazer delas virais, como diz no trecho:

Embora seja fácil achar exemplos de contágio social, é muito mais difícil fazer com que uma coisa realmente pegue. Mesmo com muito dinheiro injetado em marketing e publicidade, poucos produtos tornam-se populares. A maioria dos restaurantes fracassa, a maioria dos negócios afunda, e a maioria dos movimentos sociais falha em obter força. (BERGER, 2020, p.8)

Apesar disso, existem seis pontos que ajudam nessa missão: moeda social, gatilhos, emoção, público, valor prático e histórias. A moeda social é a forma como um indivíduo quer ser visto pelos demais naquele meio. Um exemplo é: se há interesse em parecer inteligente, a pessoa tende a compartilhar mais conteúdos de cunho intelectual. Dessa forma, conteúdos agregantes, independente do âmbito, podem se tornar virais. Já gatilhos, emoção e histórias comumente caminham juntos e quando bem feitos, são poderosos, mas não necessariamente

Revista *OWL Journal*, Campina Grande - PB, v.4 n.3 (2026) - ISSN 2965-2634

A Revista *OWL Journal* está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição (CC BY)





agregam algo, como o valor prático, que é aquele que ensina ou revela curiosidades e conhecimentos, tendendo a ser muito compartilhado (BERGER, 2020).

No contexto do TikTok, o público assume papel central na dinâmica de circulação e viralização dos conteúdos. A lógica algorítmica da plataforma depende da constante identificação de interesses, preferências e padrões de interação dos usuários, permitindo direcionamento altamente personalizado de conteúdos. Por se tratar de uma rede social estruturada predominantemente em vídeos curtos e de rápida assimilação, o TikTok favorece a atuação de influenciadores digitais na difusão de conteúdos relacionados à estética, dança, moda, entretenimento e estilo de vida, contribuindo para a formação e reprodução de trends. Essas tendências funcionam como mecanismos de padronização comportamental e engajamento coletivo, ampliando o alcance orgânico de conteúdos virais e intensificando processos de identificação e pertencimento entre os usuários (BERGER, 2020).

Além disso, o TikTok disponibiliza diversos mecanismos internos de edição, interação e personalização de conteúdo, permitindo que os usuários produzam, modifiquem e compartilhem vídeos sem a necessidade de recorrer a ferramentas externas à plataforma. Essa estrutura favorece experiências de uso contínuas e altamente imersivas, estimulando a permanência prolongada dos indivíduos no ambiente digital e ampliando os níveis de engajamento e interação. Sob essa perspectiva, a plataforma não apenas facilita a produção de conteúdos virais, mas também intensifica a dinâmica de circulação acelerada de informações, tendências e padrões comportamentais característicos da sociedade líquido-moderna.

Sob a perspectiva do Direito do Consumidor, tais mecanismos também suscitam debates relacionados aos deveres de transparência e boa-fé nas relações estabelecidas entre plataformas digitais e usuários. Isso porque a lógica de recomendação algorítmica e direcionamento de conteúdos frequentemente opera de forma pouco perceptível ao consumidor, potencializando situações de influência comportamental sem que haja plena consciência acerca dos critérios utilizados pelas plataformas para retenção da atenção e estímulo ao consumo.





3.3 Trends: ditadoras de comportamento do usuário

No *TikTok* as *trends* - tendências do momento dentro do aplicativo - atuam como segmentadoras de públicos. Ao mesmo tempo que agrupam e unem pessoas com interesses comuns, também podem influenciar o modo de pensar e agir, assim, tendo a capacidade de moldar o cotidiano e, conseqüentemente, a vida das pessoas. Freud descreve esse comportamento de massa como “alma coletiva”:

Esta alma os faz sentir, pensar e agir de uma forma bem diferente da que cada um sentiria, pensaria e agiria isoladamente. Certas idéias, certos sentimentos, aparecem ou se transformam em atos apenas nos indivíduos em massa. A massa psicológica é um ser provisório, composto de elementos heterogêneos que por um instante se soldaram, exatamente como as células de um organismo formam, com a sua reunião, um ser novo que manifesta características bem diferentes daquelas possuídas por cada uma das células (FREUD, 1921, p. 13)

Resgatando o termo “moeda social” descrito por Berger (2020) como atitudes idealizadas para mostrar algo de si para a sociedade, as *trends* funcionam exatamente dessa forma ao agregarem pertencimento àqueles que participam dela em determinados grupos e movimentos.

Em razão disso, as tendências reproduzidas nas plataformas digitais ultrapassam o campo do entretenimento, alcançando diretamente práticas de consumo e formação de desejos coletivos. A constante exposição a padrões estéticos, comportamentais e mercadológicos favorece a intensificação de dinâmicas consumistas típicas da sociedade líquido-moderna, especialmente entre públicos jovens mais suscetíveis aos mecanismos de validação social e pertencimento digital.

Isso pode se tornar algo perigoso no momento em que distancia o usuário das suas próprias características, formando hábitos e comportamentos novos e não necessariamente dominados na prática e emocionalmente por essas pessoas. Freud (2011) alerta, quando explana sobre a Psicologia de Massas, que para fazer parte de uma massa, é necessário abrir





mão das ideias próprias e agir de forma semelhante e coerente aquilo que vem sendo praticado pelo grupo.

Sob essa perspectiva, a influência exercida pelas plataformas digitais ultrapassa a simples circulação de conteúdos, alcançando processos de construção da subjetividade e formação da vontade individual. A constante exposição a padrões coletivos de comportamento tende a reduzir espaços de autonomia crítica dos usuários, intensificando formas contemporâneas de conformação social mediadas por mecanismos tecnológicos e algorítmicos.

Isso implica em diversos contextos na vida do sujeito, inclusive emocionais, pois a busca pelo comportamento ou atitude ideal de acordo com o que a massa pede, nunca cessa. É uma busca infinita e de insatisfação, desencadeando inúmeros distúrbios psicológicos.

4. TIKTOK E A SOCIEDADE LÍQUIDO-MODERNA: O QUE HÁ EM COMUM

“O tempo instantâneo e sem substância do mundo do *software* é também um tempo sem consequências. "Instantaneidade" significa realização imediata, "no ato" - mas também exaustão e desaparecimento do interesse”. O desinteresse descrito por Bauman (2021, p.150) refere-se à construção de relações sólidas por parte da atual sociedade, e ao reconhecer tal potencial, é justamente o “tempo instantâneo” e “imediato” que o TikTok busca proporcionar aos seus usuários, dentro da dinâmica rítmica de consumo que a rede social proporciona.

Ainda sobre o tempo, Bauman reforça a capacidade transformadora da condição “instantânea” para com os valores e hábitos humanos:

A nova instantaneidade do tempo muda radicalmente a modalidade do convívio humano - e mais conspicuamente o modo como os humanos cuidam (ou não cuidam, se for o caso) de seus afazeres coletivos, ou antes o modo como transformam (ou não transformam, se for o caso) certas questões em questões coletivas (BAUMAN, 2021 p.160)





Mas se engana quem acredita que todas as redes sociais têm esse caráter imediato, pois, como Orgaz menciona: "Você pode assistir algo por cinco minutos no YouTube sem tocar na tela. Se for Netflix, você pode assistir por meia hora sem fazer nada" (BBC BRASIL NEWS, 2020), mas o mesmo não acontece com o *TikTok*:

No *TikTok*, você interage constantemente com o aplicativo e, mesmo que não o faça, também está dando informações. Se você não fizer nada, significa que parou em um vídeo e o está assistindo. É um indicador muito forte de que o que você vê parece interessante para você (BBC BRASIL NEWS, 2020)

Essa interatividade gera no usuário a impressão de que ele é peça central, uma vez que lhe permite personalizar sua experiência na rede. No entanto, o efeito é justamente o contrário. Apesar de haver certo manuseio da experiência individual, o que tal rede busca é, de fato, nichar as pessoas e padronizar os interesses dos respectivos componentes por meio da manipulação das informações que chegam àqueles membros.

Logo, tendo em vista que a modernidade líquida transforma o sujeito em consumidor, um processo que apaga sua subjetividade e busca inseri-lo em uma cadeia de consumo pautada por aquilo que é visto pelo mercado como adequado para o momento, sempre fundado no capital. É possível notar como essa rede social específica - o *TikTok* - proporciona acesso imediato aos consumidores, tornando-se uma excelente ferramenta para padronizar o desejo.

Nesse contexto, a atuação das plataformas digitais não se limita à intermediação tecnológica de conteúdos, passando também a exercer relevante influência sobre a formação de preferências, hábitos e comportamentos de consumo. A dinâmica algorítmica do *TikTok* evidencia como a economia da atenção transforma a permanência do usuário em ativo econômico valioso, permitindo que dados comportamentais sejam utilizados para maximizar engajamento, direcionar interesses e estimular práticas de consumo cada vez mais rápidas, impulsivas e padronizadas.





Nesse sentido, a existência de influenciadores digitais se mostra como sustento à liquidez, uma vez que cabe a eles a alimentação de desejos de consumo aos consumidores de seu conteúdo.

Por esse motivo, inclusive, as transformações do poder na sociedade líquido-moderna acabam perpassando pelas redes sociais, e o TikTok é excelente exemplo disso. Se por um lado na sociedade sólida o poder era visto sob uma ótica foucaultiana, em que saber é poder, ou numa lógica marxista, em que ter é poder, na sociedade líquido-moderna acrescenta-se o poder de influenciar.

Nesse cenário, as plataformas digitais passam a ocupar posição relevante na estrutura contemporânea de poder social, especialmente em razão da capacidade de influenciar comportamentos, direcionar fluxos de informação e modular práticas de consumo em larga escala. A lógica algorítmica deixa de operar apenas como ferramenta tecnológica, assumindo função de mediação das relações sociais e condicionamento das experiências individuais no ambiente digital.

Evidentemente, não há um desligamento das óticas anteriormente mencionadas, já que o capital segue como sustentáculo do modo de produção e, ademais, o conhecimento (especialmente das técnicas de influência) também é uma visão importante. Elas, porém, isoladamente, não se sustentam.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar o TikTok a partir da perspectiva da modernidade líquida, investigando de que maneira os mecanismos de funcionamento da plataforma influenciam padrões de comportamento, relações de consumo e formas contemporâneas de sociabilidade. A partir da análise desenvolvida, constatou-se que as transformações tecnológicas associadas às plataformas digitais intensificam características centrais da sociedade líquido-moderna descrita por Zygmunt Bauman, especialmente a





volatilidade das relações sociais, a instantaneidade das experiências e a crescente centralidade do consumo na organização da vida contemporânea.

Verificou-se que as plataformas digitais contemporâneas operam não apenas como instrumentos de entretenimento ou comunicação, mas como mecanismos de padronização comportamental e indução de consumo, influenciando diretamente práticas sociais, padrões de pertencimento e processos de formação da subjetividade. Nesse contexto, o TikTok destaca-se pela utilização de dinâmicas algorítmicas voltadas à retenção contínua da atenção dos usuários, mediante circulação acelerada de conteúdos curtos, personalizados e altamente interativos, favorecendo formas de engajamento marcadas pela repetição, superficialidade e imediatismo.

A pesquisa também demonstrou que a lógica de funcionamento dessas plataformas está diretamente relacionada à intensificação de vulnerabilidades sociais e informacionais típicas da sociedade digital contemporânea. A constante exposição a tendências, padrões estéticos e mecanismos de validação coletiva contribui para processos de homogeneização comportamental e fortalecimento de práticas consumistas orientadas pela busca incessante de pertencimento e reconhecimento social. Sob essa perspectiva, o indivíduo passa gradativamente a ocupar posição simultânea de consumidor e mercadoria dentro das dinâmicas econômicas estruturadas pelas plataformas digitais.

Além disso, observou-se que as relações estabelecidas no ambiente virtual produzem impactos que ultrapassam o campo tecnológico, alcançando dimensões sociais, culturais e jurídicas relacionadas à proteção do consumidor digital e às novas formas de exercício de poder na contemporaneidade. As plataformas digitais, ao condicionarem fluxos de informação, preferências e comportamentos por meio de mecanismos algorítmicos pouco transparentes, evidenciam a existência de significativa assimetria informacional entre usuários e empresas de tecnologia, ampliando processos de vulnerabilização no ambiente digital.

Nesse cenário, a Sociologia Jurídica revela-se importante instrumento teórico para compreender como as transformações promovidas pelas plataformas digitais desafiam modelos tradicionais de regulação social e jurídica. As dinâmicas de influência algorítmica,





captura da atenção e direcionamento comportamental demonstram que os mecanismos clássicos de proteção jurídica enfrentam dificuldades para acompanhar a velocidade das transformações tecnológicas contemporâneas, exigindo novas formas de interpretação das vulnerabilidades produzidas no ambiente digital.

Conclui-se, portanto, que o TikTok representa expressão significativa das dinâmicas sociais características da modernidade líquida, na medida em que potencializa relações marcadas pela instantaneidade, fluidez, superficialidade e consumo contínuo. Mais do que simples ferramenta de entretenimento, a plataforma atua como espaço de reprodução de práticas econômicas e sociais estruturadas pela lógica da atenção, da influência e da padronização comportamental, evidenciando os desafios contemporâneos impostos às relações sociais, ao consumo digital e à própria proteção jurídica dos indivíduos na sociedade tecnológica.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. 1. ed. São Paulo: Zahar, 2021.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar Ed., 2008.

BBC NEWS BRASIL. **Por que o TikTok é tão viciante para crianças e adolescentes**. BBC News Brasil, 4 set. 2019. Disponível em: [google.com/url?q=https://www.bbc.com/portuguese/geral-49602237?utm_source=%3Dchatgpt.com&sa=D&source=docs&ust=1778427997766312&usg=AOvVaw0eSeBT5PXArNaMSFa73FTr](https://www.bbc.com/portuguese/geral-49602237?utm_source=google.com/url?q=https://www.bbc.com/portuguese/geral-49602237?utm_source=%3Dchatgpt.com&sa=D&source=docs&ust=1778427997766312&usg=AOvVaw0eSeBT5PXArNaMSFa73FTr) . Acesso em: 10 maio 2026.

BBC NEWS BRASIL. **'TikTok foi feito para ser viciante': o homem que investigou as entranhas do aplicativo** BBC News Brasil, 3 dez. 2020. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-55173900>. Acesso em: 10 maio 2026.

BERGER, Jonah. **Contágio**: por que as coisas pegam. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020.



REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634



FREUD, Sigmund (1920-1923) **Psicologia Das Massas E Análise Do Eu E Outros Textos.**

Tradução: Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

SOUZA, Maria Laurinda Ribeiro de. **Violência.** São Paulo: Casa do Psicólogo, 2005.

Revista *OWL Journal*, Campina Grande - PB, v.4 n.3 (2026) - ISSN 2965-2634

A Revista *OWL Journal* está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição (CC BY)

