
A vida como meta: o cotidiano sob a lógica da performance¹

Patrícia Romário Franco²
Samara Cristina Guimarães Lameira Silva³
Universidade Federal do Pará – UFPA
Universidade da Amazônia – UNAMA

Resumo

A presente pesquisa analisou os chamados “Daily Routine” (rotina diária), publicados no TikTok, com o intuito de compreender como esses vídeos, ao romantizarem o cotidiano, operam como instrumentos simbólicos de construção e legitimação de um ideal de produtividade. Os 39 vídeos encontrados foram organizados em 3 categorias: “Rotina de Estudos”; “Vivência universitária” e “Cotidiano de trabalho”, das quais, selecionou-se as duas primeiras, tendo como corpus reduzido 1 vídeo de cada. A metodologia para a análise foi embasada nos estudos de Semiótica Discursiva de Eric Landowski (2004). Os resultados obtidos indicam que o tipo de vídeo analisado não apenas alimenta a lógica capitalista, mas é por ela alimentado, sendo, portanto, reflexo contemporâneo do ideal de produtividade que é aspecto estruturante desse sistema.

Palavra-chave: Daily Routine; TikTok; Produtividade; Lógica Capitalista.

Introdução

Assistimos, nas últimas décadas, à ascensão global e a consolidação das redes sociais como parte do dia a dia dos sujeitos. Estudos foram realizados, durante esse período, com o intuito de compreender os malefícios e benefícios desse fenômeno e seu impacto sociocultural; advertências sobre o poder concentrado nas grandes corporações do setor foram dadas; e previsões sobre os rumos da sociedade hiperconectada dominaram o debate.

No entanto, a velocidade das transformações tecnológicas e das inovações no ambiente digital – sobretudo no que diz respeito ao desenvolvimento e constante aperfeiçoamento dos algoritmos – supera, muitas vezes, o ritmo de produção acadêmica. Novas funcionalidades, dinâmicas de uso e formas de interação, bem como as reconfigurações das empresas que controlam essas plataformas desafiam os referenciais teóricos existentes e mostram a urgência em atualizarmos os estudos sobre o tema.

Entre as diversas plataformas que ilustram essa dinâmica, destacamos o TikTok.

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará – UFPA. E-mail: patriciarofranco@gmail.com.

³ Professora de Língua Portuguesa e Redação, e acadêmica do 6º semestre de Psicologia, pela Universidade da Amazônia – UNAMA. E-mail: samaracrisguimaraes@gmail.com.

Lançado, na China, em 2016 sob o nome Douyin e internacionalmente em 2018, quando se fundiu com o Musical.ly, essa rede social ganhou notoriedade no Brasil a partir de 2020, durante o período da pandemia de COVID-19 (Stokel-Walker, 2022).

Diferentemente do YouTube, Facebook, X (antigo Twitter) e Instagram – que dominavam e ainda dominam o ambiente digital – o enfoque do TikTok em vídeos curtos e seus algoritmos de recomendação altamente eficazes, fizeram sua popularidade crescer de forma expressiva, chegando a 507 milhões em 2019 e a 689 milhões de usuários mensais em 2020 (Stokel-Walker, 2022). No Brasil, o crescimento da plataforma também foi significativo, levando o país a ocupar, em 2024, o terceiro lugar no ranking mundial de usuários ativos do TikTok (Correio do Povo, 2024). Mais do que pontuar esse crescimento expressivo, os dados acima nos ajudam a dimensionar o alcance dessa rede social, cujos conteúdos contribuem para a formação e reforço de hábitos e discursos, bem como para o surgimento de novas tendências.

Essas manifestações se expressam de diversas formas: desde vídeos musicais e danças virais que impactam a indústria musical, até a consolidação de comunidades específicas, como o BookTok (voltado à divulgação de livros). Também ganham espaço recortes de podcasts, jornais e programas de TV, além de vídeos relacionados ao lifestyle, abordando temas como alimentação, atividade física, estudo e trabalho.

Para esta pesquisa, voltamos a atenção para essa última vertente: os vídeos que têm como tema a rotina – chamados de “Daily Routine” (rotina diária), “Mini Vlogs” ou “A day in my life” (um dia na minha vida) – nos quais é possível observar uma crescente valorização de estilos de vida pautados pela disciplina, organização, autocuidado, produtividade e autocontrole, produzidos por pessoas não necessariamente conhecidas, com enfoque no compartilhamento de atividades cotidianas.

O objetivo é compreender como esses vídeos, ao romantizarem o cotidiano, operam como instrumentos simbólicos de construção e legitimação de um ideal de produtividade, revelando, ao passo que naturalizam, as exigências contemporâneas do capitalismo, transformando-as em metas a serem perseguidas e alcançadas. Há de se pontuar, no entanto, que a intenção de olhar para esses conteúdos visa a analisar esse movimento não como a causa do exposto, mas como o reflexo das próprias dinâmicas sociais que sustentam, dão forma e alimentam esse sistema.

Para a realização deste texto, a expressão “vlog de rotina” foi utilizada como termo de busca principal, com o objetivo de abarcar uma variedade de vídeos que tratam da

temática, mesmo quando não utilizam exatamente a mesma hashtag. Essa escolha considerou a presença de variações como #vlog, #rotina, #minivlog e #dailyroutine, frequentemente utilizadas de forma combinada ou alternada pelos criadores de conteúdo.

Ressaltamos que no TikTok, de maneira semelhante a outras redes sociais, as hashtags funcionam como marcadores temáticos, permitindo localizar conteúdos por palavras-chave presentes na legenda, na fala do vídeo ou nos comentários. Por isso, a pesquisa por “vlog de rotina” também retornou vídeos que não necessariamente possuíam essa expressão como hashtag explícita, mas que se encaixavam claramente dentro do tema proposto. Foram selecionados, nessa busca, vídeos publicados em um recorte temporal de 30 dias, compreendido entre os meses de maio e junho de 2025. A escolha do período considerou o volume elevado e a semelhança entre os vídeos, já que, por retratarem rotinas, são postados com frequência. Optou-se, assim, pelos mais recentes, de modo a garantir a atualidade do material e a viabilidade metodológica da análise.

No total, foram encontrados 39 vídeos, dos quais foram descartados aqueles produzidos fora do Brasil ou que não contemplavam a rotina completa de um dia – como vídeos dedicados exclusivamente à parte da manhã, da noite ou momentos específicos do cotidiano. A partir da observação dos materiais, foi possível agrupar os conteúdos em três categorias: (1) rotinas de estudo voltadas à preparação para processos seletivos (como o vestibular e concursos para cargos públicos); (2) vivência universitária; e (3) registros do cotidiano de trabalho formais e informais. Para fins desta análise, optou-se por concentrar o olhar sobre os vídeos das duas primeiras categorias, por entendermos que esses conteúdos articulam reconhecimento social e promessa de ascensão, no caso da primeira, e evidenciam a universidade como um marcador simbólico de status, no que tange à segunda. O critério de seleção final levou em consideração os vídeos com maior número de visualizações, a fim de analisar os conteúdos que alcançaram maior circulação e engajamento dentro da plataforma. Após essa triagem, o corpus final foi reduzido a 2 vídeos, sendo um de cada categoria mencionada, cujo tratamento será conduzido a partir da perspectiva da semiótica discursiva, de Erik Landowski (2004).

Do texto às práticas

O exercício de compreender como se dá a produção de sentido em ambientes digitais, como o TikTok, exige a adoção de abordagens que escapem da leitura tradicional dos textos como unidades fechadas, fixas e autoexplicativas. Acionamos, para tanto, os

estudos de Eric Landowski (2004) e seu trato da semiótica a partir de uma inflexão teórico-metodológica que reorienta o foco da análise da teoria de A. J. Greimas.

Mais do que interpretar os produtos comunicacionais como estruturas estáticas de significação, partimos de Landowski (2004) para considerar os processos interacionais e sociais que constituem essas estruturas enquanto práticas vividas, em devir. Essa semiótica é chamada por ele de “semiótica das situações”, “semiótica existencial” ou mesmo “sem nome” justamente por se recusar a ser encerrada em um rótulo definitivo, visto que busca restituir ao sentido sua condição experiencial, relacional e construída no aqui-agora, no encontro entre sujeitos e manifestações (Ramalho e Oliveira, 2011).

O proposto por Landowski não abandona os fundamentos da semiótica greimasiana, mas os expande, deslocando o olhar do objeto para a situação, e do sentido como dado para o sentido como construção (Ramalho e Oliveira, 2011). Assim, o que interessa, na visão desse teórico, não é mais apenas o que dizem as estruturas internas dos textos, mas o que geram ao entrarem em contato com seus enunciatários, como eles mobilizam afetos, valores e, no caso desta pesquisa, modos de engajamento.

Entendemos o TikTok, portanto, não apenas como uma plataforma cuja característica é a sucessão de vídeos, cada qual com uma narrativa específica, separada das demais, mas como um ambiente no qual práticas são manifestadas, marcado pela circulação de rotinas, estéticas, modos de vida e experiências que ao serem publicadas passam a ser compartilhadas. As rotinas diárias encenadas nos vídeos, que narram o dia a dia ideal, no qual a pessoa consegue, em 24 horas, estudar, manter-se em forma, sempre organizada e em dia com seus afazeres – não são apenas textos a serem decifrados: são atos reiterados que produzem sentidos situados, mediados pela performance e pela recepção sensível.

A fim de compreender a complexibilidade da questão, partimos da divisão proposta por Landowski, que se dá em duas manifestações: os Textos, que se apresentam como totalidades relativamente fechadas, no sentido clássico da semiótica: uma manifestação com começo, meio e fim, dotada de certa unidade formal e coerência interna, que possui uma estrutura e elementos significantes, para os quais as análises costumeiramente se voltam; e as Práticas, entendidas por Oliveira (2025, p. 101) como manifestações “que são assumidas no social. São atos, ações que se repetem e nessa repetição ganham sentido”:

Trata-se de várias instâncias de realização performática de atividades subjetivas, que mostram como se estabelecem as interações que levam a analisar dada prática como uma série encadeada de programas narrativos entre sujeitos, entre sujeitos e objetos de valor (Oliveira, 2025, p. 102).

Enquanto um texto pode ser interpretado de maneira relativamente autônoma, uma prática exige um olhar situado, um olhar outro, voltado para o “social existente e aproveitando-se dele” (Oliveira, 2025, p. 110). É nessa chave que pretendemos abordar os conteúdos do TikTok: não como produtos comunicacionais isolados, mas como práticas de vida, nos termos que a própria semiótica discursiva já começa a propor.

Cada vídeo, cada repetição de um mesmo gesto, cada reorganização de uma rotina – ainda que visualmente simples – está inserida em um conjunto de ações que produzem sentido porque são partilhadas, reiteradas e carregadas de valor. Consideramos, portanto, o vídeo não como um fim em si mesmo, mas parte de um fluxo contínuo de ações compartilhadas. Sendo, assim, um ato relacional, que será recebido de diferentes formas, gerando interações diversas: tanto por meio dos comentários quanto através das possíveis (re)produções e republicações, uma vez que enquanto conteúdo ele está aberto ao devir. Isto é, pode ser apropriado, contestado ou ressignificado por outros sujeitos/usuários.

Cenas do cotidiano

As construções das narrativas ideais que respondem aos moldes e às expectativas capitalistas sempre foram expostas e reforçadas pelas mídias – seja em filmes, séries e novelas. Assim, eram expressas por meio de personagens que alcançavam a “vida perfeita” através de estilos e modos de viver que levariam ao ápice da rotina ideal. No entanto, com a proliferação e avanço das tecnologias, esses enredos idealizados saem de uma tessitura ficcional e começam a ser fabricados e reforçados pelos próprios usuários.

Nesse sentido, as narrativas – no caso do presente trabalho, os vídeos do TikTok – são construídas a partir do imaginário de sucesso e perfeição, refletindo uma idealização e romantização do cotidiano, que segundo Caldas (2024, p. 1) seguem uma estética “ênfatizando um senso de controle e autoaperfeiçoamento”.

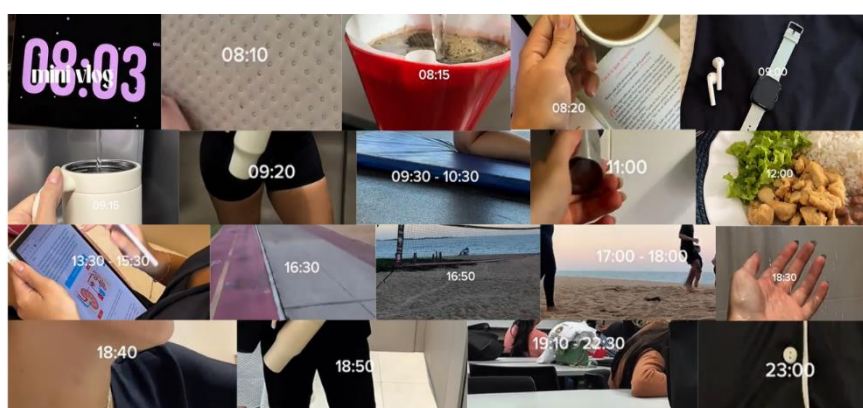
Nas dinâmicas do TikTok, ao se pensar nessa forma específica de compartilhamento de rotina, que busca por meio da lógica de produtividade a padronização dos hábitos diários, é necessário compreender os pontos de articulação entre esse formato de postagens e os reflexos sociais por elas engendradas.

De acordo com Abidin (2021, p. 8), os usuários motivados a estarem ao máximo engajados em termos de obtenção de curtidas e visualizações, tendem a não manter por muito tempo “uma única personalidade ou único estilo coerente e singular, mas, ao invés disso, são ativos e muito rápidos, adaptando-se às últimas tendências e práticas virais do TikTok e a uma grande variedade de estilos”. Logo, um ponto central de reflexão é como a atual tendência em vídeos compartilhando rotinas, e estas atreladas à produtividade, organização e disciplina – em prol de um bem-estar ideal – dialoga com as exigências contemporâneas em sociedade.

O próprio funcionamento do TikTok e a lógica algorítmica, que busca maximizar publicações enquanto possíveis meios mercadológicos, já são reflexos de um modelo capitalista de organização. E é a partir dessa logicidade que os chamados “Daily Routine” (rotina diária) são compartilhados. Esses “estilos de vida” preconizados enquanto modelos para se atingir um bom desempenho diário mobilizam discursos que associam produtividade à premissa do self-made man. Cenário esse que nos faz indagar: até que ponto é possível sustentar esse modo de vida? E quais são as implicações de tentar adotar para si tais estéticas?

No que diz respeito aos vídeos aqui analisados, é ponto em comum – assim como nos demais encontrados – a organização e divisão por horários, por meio dos quais as atividades diárias são apresentadas e a rotina é gerenciada.

Figura 1 – Vídeo 01 – Categoria “Vivência universitária”



Fonte: Tiktok/Elaborado pelas autoras

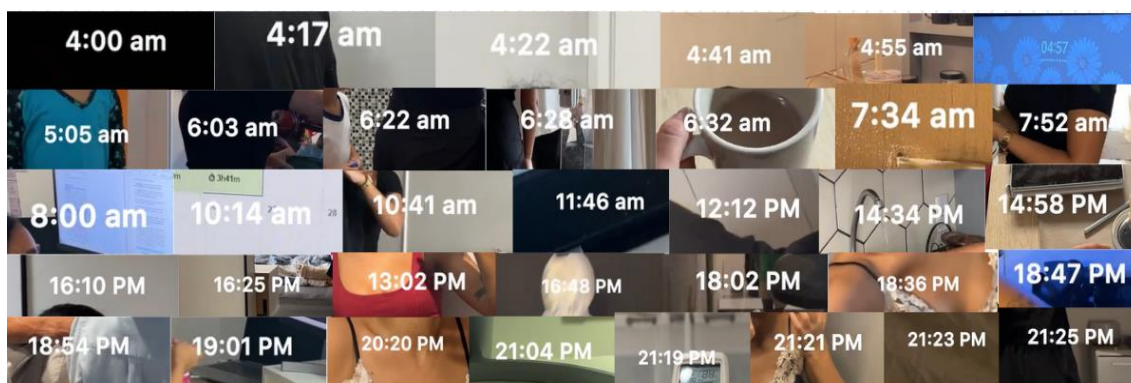
No Vídeo 1 (Figura 1), referente à categoria “Vivência universitária”, temos uma estudante que registra sua rotina desde quando acorda (08:03), arruma a cama (8:10), realiza cuidados com a pele (skin care), prepara o café da manhã (08:15), tem seu momento devocional (8:20) – tempo reservado para práticas espirituais, como leitura

bíblica e oração – até sua ida à academia (09:00, 09:15, 09:20, 09:30-10:30), seus banhos (11:00, 18:30), almoço (12:00), momentos de estudo (13:30-15:30), atividade física na praia (16:30, 16:50, 17:00-18:00), trechos de sua rotina a caminho da faculdade e em sala de aula (18:40, 18:50, 19:10-22:30), finalizando ao retornar para casa e se preparar para dormir (23:00).

Como bem teorizou Eric Landowski (2004), os registros das atividades cotidianas acima não se encerram em cenas isoladas, pelo contrário, expressam um encadeamento narrativo, que reitera a produtividade como pilar para esse estilo de vida, que age em constante diálogo com uma performance ideal de disciplina e eficiência. A gestão minuciosa do tempo opera, desse modo, como mecanismo de organização para uma estética que transforma esse modelo de cotidiano em objeto desejante. Nesse sentido, o cuidado e atenção com o corpo, com o lazer, com a espiritualidade e com os afazeres acadêmicos tornam-se metas e/ou obrigações que devem ser alcançadas/cumpridas.

Portanto, dentro desse contexto, a lógica capitalista é reforçada, uma vez que não se é permitido brechas para a improdutividade. Até os momentos de lazer e descanso são otimizados em função de um melhor rendimento do tempo. Cenário esse evidenciado no Vídeo 2 (Figura 2), referente à categoria “Rotinas de estudo”, no qual acompanhamos a rotina de uma concurseira, policial, dona de casa e mãe.

Figura 2 – Vídeo 02 – Categoria “Rotina de estudos”



Fonte: Tiktok/Elaborado pelas autoras

Os registros de suas atividades diárias vão desde o momento em que acorda (4:00), toma banho (4:17), faz skin care (4:22), dedica-se ao momento devocional, (4:41), faz o café da manhã (4:55), inicia seus estudos (4:57), cuida dos filhos e os arruma para a escola (5:05, 6:03, 6:22 e 6:28); volta aos estudos (6:32), cuida dos afazeres domésticos (7:34-

7:52), retoma a programação dos estudos (8:00-10:14), volta aos afazeres de cuidado com a casa (10:41), almoça (11:46), descansa (12:12) e se arrumada para ir à academia (13:02), faz mais afazeres domésticos (14:34, 16:10, 16:25), retoma os estudos (14:58), vai à academia (16:48) e volta para a casa – quando realiza a etapa final de estudos do dia (18:02, 18:36, 18:47, 18:54, 19:01-21:04) antes de ir dormir (21:19, 21:21, 21:23, 21:25).

Diferentemente do Vídeo 1 (Figura 1), cuja trilha sonora é musical, o Vídeo 2 (Figura 2) é narrado pela criadora:

(...) Depois eu almoço e eu tô tentando tirar um tempinho pra eu descansar no horário do almoço. (...) Então nos intervalos que eu sou obrigada a ter, eu pego pra fazer alguma outra coisa. (...) Então não, eu não dou conta de tudo, mas se eu organizar direitinho e sair do celular, a gente consegue sim fazer muita coisa. Eu sei que não é o ideal, mas se você tem objetivos e não é alguém privilegiado, você vai ter que se sacrificar um pouquinho.

Por meio do que é relatado pela criadora, destaca-se que seu discurso corrobora a noção de que o esforço e o sacrifício são o caminho para alcançar objetivos que, no seu caso, é passar em um concurso público. Não podemos pontuar, ao certo, o motivo que a “obriga” a estabelecer tais intervalos, no entanto, sua fala demonstra que o tempo livre se torna um obstáculo para a produtividade. Nessa seara, momentos de descanso são evitados e programados de forma explícita, ou sequer são mencionados, como acontece no primeiro vídeo.

Em análise semelhante, Caldas (2024) destaca os aspectos que caracterizam vídeos dessa natureza, isto é, focados nas rotinas, são eles: Estética Visual, Atividades de Bem-estar, Produtividade, Alimentação Saudável, Organização e Limpeza, Motivação e Inspiração, Estilo de Vida Luxuoso ou Aspiracional. Emprestamos as nomenclaturas a fim de pensar esses aspectos como marcadores de valores axiológicos, que estabilizam certos sentidos dentro de um sistema cultural e digital, como o TikTok. Ambiente no qual essa dinâmica se intensifica, visto que a lógica algorítmica que rege essa plataforma contribui não apenas para a (re)produção, como também para a ampliação do alcance desses vídeos. Basta o usuário pesquisar uma vez algo semelhante, ou curtir um vídeo e aquele conteúdo ou outro semelhante aparecerá.

Momentos específicos desses vídeos – como o ato de preparar o café, arrumar a mesa, abrir o planner) – abrem espaço para dinâmicas nas quais os sentidos não se impõem, mas se constroem na relação entre sujeito e ambiente, entre corpo e tempo, entre imagem e desejo. São nesses interstícios que a estética deixa de ser apenas ilustração e

passa a operar como um dispositivo de sentido: a sincretização das linguagens – visual, sonora, escrita – age sobre o enunciatário de modo estético, sugerindo modos de vida mais do que afirmando discursos explícitos (Oliveira, 2025).

Compreendendo esse movimento a partir da teoria dos regimes de interação de Landowski (2004), buscamos ampliar a compreensão da narratividade ao deslocá-la do domínio exclusivo da intencionalidade e da manipulação – onde um sujeito age para transformar outro – para abranger formas mais sutis de relação, como o ajustamento, em que o sentido emerge do engajamento sensível e da presença entre actantes (Jardim Filho e Ramalho e Oliveira, 2024; Oliveira, 2024).

Ao analisarmos os vídeos de rotinas produtivas no TikTok, percebemos que eles frequentemente se organizam sob o regime da manipulação: o sujeito produtivo é apresentado como aquele que age deliberadamente para conquistar algo (um corpo ideal, aprovação em um concurso, estabilidade financeira), mobilizando o enunciatário a seguir esse mesmo percurso de transformação. Essa manipulação, no entanto, se estrutura de maneira implícita e afetiva, sustentada por uma estética visual higienizada, inspiradora e motivacional – que enaltece o esforço, ao mesmo tempo em que o naturaliza. Assim, no ambiente digital, os vídeos não são apenas textos e práticas que comunicam, mas atos que interagem, atualizando regimes de sentido e formas de subjetivação.

Conclusão

O compartilhamento e exposição viabilizados pelas redes sociais tornaram a rotina ideal o objeto de desejo do outro – desejo, por vezes, impossível de ser alcançado e que encontra na impossibilidade uma forma de permanência. Lógica que é retroalimentada pela adoção de uma estética de romantização do cotidiano, com práticas e hábitos específicos que prometem levar ao sucesso e à perfeição, que para serem atingidos ou mantidos exigem capital financeiro ou tempo que não estão disponíveis para a maior parte da população.

No entanto, vale ressaltar que da mesma forma que esses conteúdos podem ser lidos enquanto formas de reforçar essa lógica, há de considerar que eles também expressam possíveis formas de sobrevivência e de resposta ao colapso social e econômico que marca o Brasil contemporâneo. As mulheres dos vídeos aqui analisados e demais semelhantes, que acordam às 4h da manhã (Vídeo 02), filmam o preparo do café, organizam sua mesa de estudos e transformam o dia em uma narrativa visual (Vídeo 1),

podem, por vezes, não estar apenas performando sucesso ou tentando alcançá-lo. Há de se considerar que estejam tentando suportar o fato de ainda não o terem feito. Em um país atravessado por desigualdades históricas, recessão econômica prolongada e um projeto político que desloca a responsabilidade do Estado para o indivíduo, não podemos ignorar que a estetização da rotina também pode ser uma forma de organizar o caos ou fugir dele.

Referências

ABIDIN, C. Mapeando celebridades da Internet no TikTok: Explorando Economias da Atenção e Trabalhos de Visibilidade. **Pauta Geral - Estudos em Jornalismo**, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 1–50, 2021. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/19881>. Acesso em: 16 jun. 2025.

CALDAS, H. M. A. Reflexões sobre vigilância e normalização biopolítica no fenômeno #thatgirl. In: **ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA** – Simpósio Online ABCIBER, 2024, Online. Anais [...]. Online: ABCiber, 2024. Disponível em: <https://abciber.org.br/simposios/index.php/virtualabciber/virtual2024/paper/view/2443>. Acesso em: 19 jun. 2025.

JARDIM FILHO, A. J.; RAMALHO E OLIVEIRA, S. Regimes de interação e sentido de Landowski em discursos teóricos fundados na semiótica: um metaestudo. **Revista GEARTE**, [S. l.], v. 11, 2024. DOI: 10.22456/2357-9854.141470. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/gearte/article/view/141470>. Acesso em: 22 jun. 2025.

LANDOWSKI, Eric. **Passions sans nom**. Paris: PUF, 2004.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Práticas de vida no futuro, prospecção semiótica: como o passado se reinscreve no hoje e no amanhã?. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 18, n. 3, p. 97–114, 2025. DOI:10.11606/issn.1982-8160.v18i3p97-114. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/232630>. Acesso em: 22 jun. 2025.

RAMALHO E OLIVEIRA, S. R. Novos Desenvolvimentos da Semiótica: aspectos do pensamento de Eric Landowski. In: **20 Encontro Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, 2011, Rio de Janeiro**. Anais do ... Encontro Nacional da ANPAP (Online). Rio de Janeiro: ANPAP, 2011. v. 1. p. 1183-1197.

STOKEL-WALKER, C. **TikTok Boom**: um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais. 1 ed. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2022.

BRASIL é o terceiro país com mais usuários ativos do TikTok no mundo. **Correio do Povo**, [s.l.], 5 jun. 2024. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/jornal-com-tecnologia/brasil-%C3%A9-o-terceiro-pa%C3%ADs-com-mais-usu%C3%A1rios-ativos-do-tiktok-no-mundo-veja-ranking-1.1488377>. Acesso em: 22 jun. 2025.