

## **Práticas de consumo no campo digital: TikTok sob a perspectiva de Pierre Bourdieu<sup>1</sup>**

Felipe Ribeiro de Alencar Gonçalves<sup>2</sup>

Marcia Perencin Tondato<sup>3</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM

### **RESUMO**

O TikTok é uma plataforma digital de vídeos curtos e pode ser analisada sob a ótica de Pierre Bourdieu, especialmente por meio dos conceitos de capital cultural e simbólico. A plataforma opera como um campo digital, estruturado por normas específicas e disputas simbólicas. Criadores acumulam capital cultural ao dominar as linguagens e tendências da plataforma, enquanto o capital simbólico se manifesta nas métricas digitais, como curtidas e seguidores. A análise dessas práticas pode contribuir para compreender se o TikTok reproduz hierarquias sociais enquanto redefine as relações entre tecnologia, cultura e poder.

**PALAVRAS-CHAVE:** capital cultural; capital simbólico; tiktok; bourdieu; práticas de consumo.

### **CORPO DO TEXTO**

O TikTok, como uma das plataformas digitais mais populares entre os jovens, desempenha um papel central na transformação das práticas culturais e de consumo contemporâneas. Sua estrutura baseada em vídeos curtos e altamente personalizados promove um consumo rápido e contínuo, que atrai especialmente adolescentes e pré-adolescentes. O TikTok opera como uma "máquina de dopamina", oferecendo recompensas instantâneas por meio de vídeos curtos que mantêm os usuários engajados por longos períodos (JARGON, 2022). Essa dinâmica é facilitada por um algoritmo avançado que aprende rapidamente as preferências dos usuários, ajustando o conteúdo exibido para maximizar o tempo de uso. Essa característica, embora contribua para a popularidade da plataforma, levanta preocupações sobre seus impactos no comportamento e na atenção dos jovens, que podem desenvolver dificuldades em se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT Mídia e Práticas Socioculturais, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Estudante de Pós-Graduação. 1º semestre do Mestrado em Comunicação e Práticas do Consumo da ESPM, email: felipe28goncalves@gmail.com.

<sup>3</sup> Docente titular do PPGCOM ESPM. Doutora em Comunicação pela ECA-USP. Líder do GP CNPq CiCO., email: mptondato@gmail.com.

concentrar em atividades que não oferecem gratificação imediata. Além disso, a capacidade do TikTok de captar a atenção dos usuários por meio de estímulos rápidos e constantes é frequentemente comparada aos mecanismos de recompensa utilizados em jogos de azar, reforçando sua natureza viciante (JARGON, 2022).

Ao explorar as motivações e gratificações buscadas pelos usuários do TikTok, especialmente adolescentes e pré-adolescentes, os resultados indicam que o consumo sem realizar nenhuma ação completa, como curtir, compartilhar ou comentar, é a forma predominante de interação com a plataforma, sendo motivado principalmente por necessidades de entretenimento e escapismo (BOSSEN; KOTTASZ, 2020). No entanto, comportamentos participativos e contributivos também são significativos, especialmente entre aqueles que buscam autoexpressão, reconhecimento social e criação de identidade. Esses dados revelam como o TikTok se tornou um espaço multifacetado onde os usuários não apenas consomem conteúdo, mas também participam ativamente na construção de suas identidades digitais. A plataforma incentiva tanto o consumo incessante quanto a produção criativa, permitindo que os usuários explorem novas formas de autorrepresentação enquanto interagem com um ecossistema digital altamente dinâmico (BHANDARI; BIMO, 2022). Essas características tornam o TikTok um objeto de estudo essencial para compreender as transformações culturais e tecnológicas em curso nas sociedades contemporâneas.

Pierre Bourdieu, em suas análises sobre a sociedade, oferece conceitos fundamentais para compreender as dinâmicas de poder, distinção social e hierarquias culturais. No contexto do TikTok, uma plataforma digital que se tornou central na produção e consumo de vídeos curtos, esses conceitos ajudam a desvendar como práticas digitais refletem e reproduzem desigualdades sociais, ao mesmo tempo em que criam novas formas de reconhecimento e pertencimento. O TikTok pode ser entendido como um campo digital, estruturado por normas específicas e disputas simbólicas, onde os agentes competem pela acumulação de capitais culturais e simbólicos.

O conceito de *capital cultural*, central na teoria de Bourdieu, refere-se aos recursos culturais que os indivíduos possuem e que podem ser mobilizados para obter vantagens sociais. Esse capital existe em três formas: incorporado, objetivado e institucionalizado (BOURDIEU, 1986). O capital cultural incorporado diz respeito às

disposições internalizadas pelos agentes, como, no caso de reflexão em curso, as habilidades criativas ou domínio das linguagens culturais específicas do TikTok. Criadores que compreendem as tendências virais — como danças populares ou desafios — acumulam esse tipo de capital ao demonstrar conhecimento e adaptação às normas do campo digital. Como Bourdieu (1986, p. 243) explica, "o capital cultural incorporado exige tempo para ser adquirido e não pode ser transmitido instantaneamente". Já o capital cultural objetivado seriam os próprios vídeos produzidos pelos usuários, que funcionam como objetos culturais carregados de valor simbólico. Esses vídeos representam competências criativas e técnicas dos criadores. Por fim, o capital cultural institucionalizado podemos considerar como sendo a legitimação formal dos criadores por meio do estabelecimento de parcerias com marcas ou reconhecimento oficial da plataforma.

Outro conceito essencial no contexto desta reflexão é o capital simbólico, definido como "o capital econômico ou cultural quando conhecido e reconhecido segundo categorias de percepção que o próprio sistema social produziu" (BOURDIEU, 1979 - p. 291-292). No TikTok, o capital simbólico se manifesta nas métricas digitais — curtidas, compartilhamentos e seguidores — que funcionam como indicadores tangíveis de prestígio social e visibilidade. O algoritmo da plataforma desempenha um papel central nesse processo ao determinar quais conteúdos ganham destaque na aba "Para Você" (BHANDARI; BIMO, 2022). Essa visibilidade algorítmica transforma criadores bem-sucedidos em influenciadores reconhecidos no espaço digital. Como Bourdieu (1979, p. 293) aponta, "toda diferença reconhecida, aceita como legítima, funciona por isso mesmo como um capital simbólico que obtém um lucro de distinção". No campo digital do TikTok, os criadores mais visíveis acumulam prestígio e se posicionam como líderes culturais dentro da comunidade.

O TikTok pode ser analisado como um campo social no sentido bourdieusiano. O campo é um espaço estruturado onde agentes competem por diferentes formas de capital (BOURDIEU, 1992). No caso do TikTok, aqui entendido como "campo digital", ele é moldado tanto pelas normas estabelecidas pela plataforma quanto pelas práticas dos usuários. A competição por reconhecimento é intensa nesse espaço, com os agentes ocupando posições distintas com base no volume e na composição dos capitais que

possuem. Podemos entender que tais dinâmicas refletem as desigualdades sociais existentes fora do ambiente digital, no qual inferimos que criadores com maior acesso a recursos — como equipamentos profissionais ou conhecimentos técnicos — possam levar vantagens competitivas sobre aqueles com menos recursos.

Ainda na linha de reflexão a partir de Bourdieu, outro conceito fundamental para compreender as práticas culturais no TikTok é o conceito de distinção social. Segundo o autor (1979), as práticas culturais são usadas para marcar diferenças entre classes sociais, o que no TikTok se manifesta como elemento estético popular da plataforma, que contrasta com formas mais elitizadas de produção cultural digital. No entanto, dentro do próprio TikTok existem hierarquias culturais: criadores que produzem conteúdos mais elaborados ou "autênticos" podem se posicionar como detentores de um gosto mais refinado. Essa distinção reflete a lógica segundo a qual "o gosto classifica e classifica aquele que classifica" (BOURDIEU, 1979, p. 6).

## REFERÊNCIAS

BHANDARI, Aparajita; BIMO, Sara. Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. **Social media+ society**, London, v. 8, n. 1, p. 1-11, jan./mar. 2022.

BOSSSEN, Christina Bucknell; KOTTASZ, Rita. Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers. **Young Consumers**, London, v. 21, n. 4, p. 463-478, nov. 2020. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/YC-07-2020-1186/full/html?fbclid=IwAR1uKkEQdGVijWXncK9W3ICEySeF7WP1Nywe7SIYAKwqBJsukOBXJUNIVTQ>. Acesso em: 31 mar. 2025.

BOURDIEU, Pierre. **As formas de capital**. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (Orgs.). *Escritos de educação*. Petrópolis: Vozes, 1986.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 1979.

JARGON, Julie. TikTok Brain Explained: Why Some Kids Seem Hooked on Social Video Feeds. **The Wall Street Journal**, Nova Iorque, 2 abr. 2022. Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/tiktok-brain-explained-why-some-kids-seem-hooked-on-social-video-feeds-11648866192>. Acesso em: 21 mai. 2024.