

## **A MODERNIDADE LÍQUIDA NO MUNDO DIGITAL E AS RELAÇÕES DE CONSUMO**

### **LIQUID MODERNITY IN THE DIGITAL WORLD AND CONSUMER RELATIONS**

**Yashimin Piloto Carrilio Pandolfi**

Graduanda em Direito, FACELI - Faculdade de Ensino Superior de Linhares, Brasil

E-mail: [pilotoyash.work@gmail.com](mailto:pilotoyash.work@gmail.com)

**Jakeline Martins Silva Rocha**

Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Maranhão (1996), Advogada, Mediadora Judicial habilitada pelo TJES, Especialista em Direito Empresarial e em Educação pela FVC, Mestra em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento, Regional pela FVC, Professora efetiva do bloco de direito privado da FACELI - Faculdade de Ensino Superior de Linhares/ES, Professora de direito privado no Centro Universitário Vale do Cricaré - UNIVC (São Mateus/ES), Conselheira 12<sup>a</sup>

Subseção OAB/ES (2022 a 2024), Brasil

E-mail: [jakeline.rocha@faceli.edu.br](mailto:jakeline.rocha@faceli.edu.br)

### **Resumo**

A sociedade atual vive uma revolução digital que redefine os padrões de consumo. Nesse contexto, as relações de consumo no ambiente digital adquirem uma centralidade incontestável, trazendo a necessidade da criação e modificação de leis que possam fundamentar as dificuldades advindas desse novo método de consumo. Com a modernidade líquida, caracterizada pela efemeridade e velocidade das mudanças, compreender as implicações dessa dinâmica nas relações de consumo torna-se imprescindível. A pesquisa, com base em uma revisão pesquisa bibliográfica e utilizando o método dedutivo visa realizar uma análise crítica sobre a influência da liquidez no mundo contemporâneo e avaliar a eficácia dos métodos criados para regular as relações de consumo no ambiente digital, considerando os impactos sobre os consumidores em uma sociedade cada vez mais imersa no mundo digital.

**Palavras-chave:** Modernidade Líquida; Mundo Digital; Relação de Consumo; Segurança Jurídica; Lei Geral de Proteção de Dados.

## **Abstract**

Today's society is experiencing a digital revolution that redefines consumption patterns. In this context, consumer relations in the digital environment acquire an indisputable centrality, bringing the need to create and modify laws that can justify the difficulties arising from this new method of consumption. With liquid modernity, characterized by the ephemerality and speed of changes, understanding the implications of this dynamic in consumer relations becomes essential. The research, based on a bibliographical research review and using the deductive method, aims to carry out a critical analysis on the influence of liquidity in the contemporary world and evaluate the effectiveness of methods created to regulate consumer relations in the digital environment, considering the impacts on consumers in a society increasingly immersed in the digital world.

**Keywords:** Liquid Modernity; Digital World; Consumption Ratio; Legal Security; General Data Protection Law.

## **1. Introdução**

Vivemos um momento marcado pela fluidez e velocidade das transformações sociais, um fenômeno que o sociólogo Zygmunt Baumann denomina de "modernidade líquida". Logicamente, a percepção mencionada nesse contexto fica ainda mais evidente quando aplicada ao digital, resultando em características efêmeras e dinâmicas no que diz respeito às relações comerciais que se transformam rapidamente.

Paralelamente, quem se encontra como centro deste processo é o consumidor, figura central nas relações de consumo que, com a ascensão da era digital como um dos principais catalisadores dessas mudanças, se depara com desafios e oportunidades advindas dessas influências em seus hábitos de consumo.

Levando isso em consideração, torna-se necessário analisarmos o impacto

da modernidade líquida nas relações de consumo no mundo digital. Assim, avaliando as ferramentas legais disponíveis para proteger os direitos do consumidor em ambientes digitais.

Para isso, será necessário identificar os principais conceitos da modernidade líquida, como a fluidez das relações sociais, a liquidez das identidades e as mudanças na percepção do tempo e espaço, ainda, descrever as questões legais emergentes no mundo digital, como privacidade, segurança cibernética e responsabilidade do provedor de serviços. Por fim, analisar as tendências atuais nas relações de consumo, incluindo o comércio eletrônico, a economia compartilhada e as redes sociais, à luz da modernidade líquida.

A vista disso, propõe-se por meio deste artigo com base em uma análise teórica, sociológica, método dedutivo, consultas bibliográficas, jurisprudenciais, doutrinárias e dissertações acadêmicas busca analisar criticamente as demandas e desafios emergentes das interações desse novo mundo de consumo que revela uma fluidez e dinâmica nesse mundo de transformações, a fim de trazer respostas sobre as ferramentas legais disponíveis para proteger os direitos do consumidor em ambientes digitais.

Portanto, analisando o impacto da modernidade líquida nas relações de consumo no mundo digital, avaliando as ferramentas legais disponíveis para proteger os direitos do consumidor em ambientes digitais, até que ponto as inovações tecnológicas podem ser reconciliadas com a necessidade de estabilidade e segurança nas relações de consumo em um mundo cada vez mais líquido e imprevisível?

## **2. Modernidade Líquida: conceitos e implicações**

A modernidade líquida, define-se como a fluidez, efemeridade e instabilidade das relações com mudanças que refletem diretamente na estrutura social, econômica e cultural. Nessa perspectiva é que o sociólogo Zygmunt

Baumann, desvela que os tempos são líquidos porque tudo muda tão rapidamente, então nada é feito para durar ou para ser sólido (BAUMANN, 2001).

Ao apresentar a metáfora é capaz de explicar a conformação da atual estrutura social, para mais, com esse conceito, Baumann pondera sobre como essa fluidez de pensamentos e ideias da sociedade contemporânea é capaz de modificar as interações de consumo. Posto isto, as comunidades em que, anteriormente, caracterizavam-se por padrões culturais de escolha e valores passaram por alterações e reestruturações normativas e morais.

Para mais, o ambiente digital amplia as percepções de modernidade líquida, ao adaptar-se rapidamente aos gostos e tendências premeditados pelo mercado. Desse modo, tal globalização interfere expressivamente sobre os hábitos de consumo e, nesse contexto, a constante necessidade de possuir sobrevém como uma atividade central que, ademais de trazer contentamento aos desejos materiais, perpassa como base central capaz de delinear a composição das identidades e as relações interpessoais. Por conta disso, ao utilizar as plataformas digitais, os indivíduos que, influenciados pelo marketing apresentador de uma sucessão de itens e serviços, tornam-se consumidores, por conseguinte é que as tecnologias, através de algoritmos, ajustam o processo de venda às suas predileções.

Nesse aspecto, o sociólogo Anthony Giddens, em sua teoria da estruturação, aponta que a modernidade tardia é marcada pela constante reflexão sobre as instituições sociais, enfatizando a modernidade como um processo contínuo de mudança, onde os indivíduos são tanto produtos quanto produtores da sociedade, exigindo que os indivíduos estejam constantemente se adaptando a novas situações e desafios.

Ao relacionar a Modernidade Líquida às relações de consumo, vislumbramos que a modernidade é uma forma de vida em que a dinâmica da mudança social se tornou uma condição básica da existência (GIDDENS, 1991)

assim, percebe-se que essa associação é estimulada por uma cultura imediatista e pela lógica consumista do mercado, em que a contínua busca por novas experiências e compras reflete na conformação do pensamento e de relações sociais superficiais e momentâneas.

Para Baumann, as relações agora marcadas pelo imediatismo conferem um estado de urgente contentamento, adjunto ao sentimento de uma rápida satisfação pessoal. Como resultado, os sujeitos acabam por consumir não apenas os produtos, como também a experiência associada ao ato de comprar, para que assim, consigam reorientar sua posição no corpo social. Dessa forma, os conceitos e padrões que determinam os estilos de vida e os valores alocados a sociedade começam a correlacionarem aos bens de consumo.

Em um mundo em que a esfera digital se sobrepõe às relações humanas, a liquidez dos relacionamentos em todos os contextos sociais promove certa fragilidade na construção do valor moral no corpo social, e essa flexibilidade diretamente reflete nas respostas aos dilemas éticos e jurídicos. Ademais, em temáticas relacionadas às noções de privacidade particular, devido às rápidas e incessantes transformações das dinâmicas mercadológicas, torna-se débil o processo de reconstrução da segurança acerca das informações, não mais particulares, como parte do produto consumido em relação ao direito do antes indivíduo, agora posto como consumidor.

### **3. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e a Modernidade Líquida**

Diante de um cenário de globalização onde cada vez mais os meios digitais são incluídos no dia a dia das pessoas, tornando-se fundamental nas relações de consumo, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) surge como uma resposta jurídica aos desafios da modernidade líquida no ambiente digital, onde a fluidez das interações e a instabilidade das informações aumentam a vulnerabilidade dos dados pessoais.

A modernidade líquida, com suas características como a instantaneidade e a instabilidade das transações digitais, encontra no mundo digital um ambiente propício para se propagar, moldando radicalmente as relações de consumo. Então, seria imprudente negar, ou mesmo subestimar, a profunda mudança que o advento da “modernidade fluida” produziu na condição humana (BAUMANN, 2001), tornando evidente a sua incorporação na sociedade.

Com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais em pauta, essa lei tem o objetivo de estabelecer meios de proteger os direitos fundamentais, em âmbito principal, o direito à privacidade no mundo digital. Nesse cenário de modernidade líquida, em que as barreiras entre o público e o privado estão em constante transformação devido à tecnologia, a implementação da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais enfrenta obstáculos no que diz respeito, por exemplo, ao consentimento informado e ao controle efetivo dos dados por parte de seus titulares.

Conseqüentemente, ainda que exista a necessidade da criação das normas jurídicas, essas normas precisam ser flexíveis para acompanhar as transformações dos serviços tecnológicos e a evolução dos meios digitais sem que sacrifique a garantia dos direitos dos consumidores.

Uma vez que Baumann afirma que “ser moderno passou a significar, como significa hoje em dia, ser incapaz de parar e ainda menos capaz de ficar parado. Movemo-nos e continuaremos a nos mover não tanto pelo “adiamento da satisfação” (BAUMANN, 2001), ele demonstra a dinâmica da modernidade líquida na prática em que o indivíduo é impelido por um constante desejo de novidade, marcada pela rápida satisfação e posterior insatisfação, gerando um ciclo vicioso de consumo. Conseqüentemente, a conquista de um objetivo antes almejado, rapidamente perde seu valor, dando lugar a novos anseios.

Ainda por cima, a característica simplificada por "adiamento da satisfação", reflete a fragilidade das relações e a insegurança da vida contemporânea, como

aponta Baumann. No seu ponto de vista, essa perspectiva pode ser explorada ao analisar como o consumo desenfreado, a obsolescência programada e a cultura do imediatismo, no qual os bens materiais e os serviços digitais se tornam rapidamente obsoletos moldam as relações pessoais e virtuais na atualidade.

Nesse contexto, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais não apenas impõe obrigações às empresas para garantir a segurança e a transparência no tratamento dos dados, mas também coloca em evidência a necessidade de fortalecer a confiança dos consumidores nas relações digitais, oferecendo-lhes mecanismos de controle e segurança em um mundo onde a inconstância é a norma, reconhecendo a importância da ética na gestão da informação.

No entanto, como dito anteriormente, a implementação de uma lei que consiga englobar e supra toda a necessidade no meio digital marcado pela velocidade das transformações é uma constante adaptação e atualização seja por parte dos legisladores ou quanto às empresas. De forma que seja possível conciliar a proteção dos direitos dos consumidores com a dinâmica imprevisível do meio digital.

Posto isso, alguns exemplos dessas transformações são as crescentes dependência das plataformas digitais, as experiências de compra que deixam a influência nas mãos das grandes corporações levantando as questões a serem discutidas sobre a privacidade, segurança dos dados e a soberania digital. Logo, é fundamental analisar os impactos da modernidade líquida no meio virtual para cooperar com formas de aplicar as leis de forma mais tangível possível.

#### **4. Tendências no Mundo Digital e seu Consumo**

Como já vimos, no contexto digital, as características da modernidade líquida são amplificadas pela tecnologia acelerando as mudanças e tornando as interações ainda mais voláteis e imprevisíveis. A digitalização não apenas transforma a forma como nos relacionamos, mas também impacta profundamente

os padrões de consumo. Através de plataformas digitais, os consumidores têm acesso imediato a uma vasta gama de produtos e serviços, com a capacidade de personalizar suas escolhas e de adaptar suas preferências em tempo real.

Tendo isso em vista, o consumo desenfreado se torna um modo de vida, impulsionado pelo “adiamento da satisfação”, a busca e ilusão pelo ter. Destacando a cultura do consumismo com um viés onde o problema não é consumir; é o desejo insaciável de continuar consumindo (BAUMANN, 2008).

Nesse contexto, os consumidores e as empresas trabalham em um ambiente marcado pela insaciável vontade de continuar consumindo e produzindo devido a rápida e incessante gama de informações que são colocadas à nossa frente por meio da inovação tecnológica. Logo, a tecnologia, ao mesmo tempo em que facilita essas novas formas de consumo, também criou desafios relacionados à privacidade, à segurança dos dados e à transparência nas relações de mercado.

As mudanças desencadeadas por esse novo método de consumo não apenas redefiniram o ‘consumir’, como também exigiu a criação de leis como a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais a fim de acompanhar a rapidez e a complexidade das transformações sociais e tecnológicas. Ao explorarmos os conceitos de modernidade líquida à luz dessas dinâmicas digitais, é possível compreender melhor como a sociedade contemporânea navega por um ambiente de incerteza e constante adaptação, onde as interações e os consumos são tão fluidos quanto as próprias estruturas que os sustentam.

Válido pontuar que Foucault, na sua obra "Vigiar e Punir", nos alerta sobre esses mecanismos de poder que operam nas sociedades disciplinares. No mundo digital, com a cultura do imediatismo essa disseminação se torna ainda mais rápida. As plataformas digitais, através de coleta de dados, moldam nossos interesses, influenciam nossas escolhas e constroem perfis personalizados, que são utilizados para manipular o comportamento dos consumidores, "o poder não se exerce apenas por meio da violência ou da repressão, mas também através de



mecanismos mais sutis de controle, como a produção de saberes e a normalização dos comportamentos" (FOUCAULT, 2018).

A obra de Baumann e Foucault, quando analisadas em conjunto, nos permite compreender como a modernidade líquida, intensificada pelas tecnologias digitais, reforça as relações de poder causando uma instabilidade no que trata em garantir o direito à privacidade. Ainda, essa dinâmica, como aponta Michel Foucault, está intrinsecamente ligada aos mecanismos de poder que operam nas sociedades contemporâneas, onde a vigilância e a manipulação são utilizadas para moldar comportamentos.

Com esse pensamento em mente, Baumann e Foucault apontam que nesse consumismo exacerbado as pessoas não percebem que se tornaram mercadorias, “a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias” (BAUMANN, 2008).

Nessa perspectiva, “os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo” (BAUMANN, 2008). Desse modo, as inclinações e paradigmas digitais do mundo virtual globalizado implica categoricamente e perpassam as noções do indivíduo consumidor refletindo nas transformações em toda a conjuntura sociocultural de uma população. Dessa forma que as plataformas eletrônicas de e-commerce, passam por ajustes para que, de forma assertiva, possam adaptar-se ao fluxo mutável de tendências mercadológicas e, desse modo, alavancar a valorização da construção de um processo de experiência de compra que promova satisfação imediata. O uso dos algoritmos e sua aplicação ao mercado atual é perpendicular ao crescimento da utilização e maior ascensão às redes sociais como instrumentos do marketing digital, elucidando o como as relações de consumo tornam-se constantemente transitórias.

Sob esse ponto de vista, é que no âmbito jurídico, a proteção dos dados

personais, os direitos do consumidor e as permissões dadas às cooperativas prestadoras de serviço amplificam-se uns sobre os outros e dificultam assegurar o uso particular das informações pessoais fornecidas. O ininterrupto fluxo de pesquisas, compras, vendas e salvamentos de dados e materiais por meios de plataformas e inteligências artificiais promove uma exposição que dificilmente é acompanhada pelo reajuste das normas jurídicas para proteger os direitos individuais.

O processo massivo de customização das experiências de acesso, marcado pela otimização e personalização do ato de comprar e sentimento de possuir, expressam as fragilidades da modernidade líquida. À vista disso, leis como a LGPD, embora sirvam de referência como um amplificador dos direitos pessoais à privacidade, sofrem dificuldades em alternativas que repensem o uso hodierno do modelo de consumo das mídias sobre as transformações tecnológicas.

## **5. Considerações Finais**

Após uma análise detalhada sobre a modernidade líquida, o consumo digital e suas implicações. As teorias abordadas quando entrelaçadas com as perspectivas de da sociedade de consumo, oferecem um estudo abrangente para compreender as modernidades advindas dos meios digitais. Além disso, abordando pontos como a fluidez, instabilidade e a busca incessante por novidades, características marcantes da modernidade líquida, encontram no mundo digital um ambiente propício para se proliferarem.

A análise demonstrou que o mundo jurídico não consegue acompanhar na mesma velocidade que o âmbito digital propaga. E, ainda, que pelo fato de as transformações estarem ainda acontecendo ao trazer a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) uma tentativa de regular esse novo cenário, garantindo a privacidade e a segurança dos dados pessoais. No entanto, a rápida evolução das tecnologias e a complexidade das relações digitais representam desafios significativos para a implementação eficaz da legislação.

Nesse sentido, a percepção de que o imediatismo e a cultura do consumo se estenderam moldando hábitos, valores e identidades. Essas dinâmicas acabaram sendo alimentadas pelas plataformas digitais, intensificando a busca por novas experiências e produtos, gerando um ciclo vicioso de consumo e insatisfação.

Concluiu-se, portanto, que as relações de consumo em uma sociedade de modernidade líquida delimitam-se pela instabilidade e transitoriedade de informações, assim, que, expressivamente, alteram a formatação da vida em sociedade. Por conseguinte, o ciclo interminável de compra e venda suplanta as relações interpessoais dentro de uma perspectiva digital em que os direitos individuais são tangenciados. Dessa forma, é que o estudo e análise do como e a forma em que o consumir se converte no pilar da construção de identidade cultural e moral de um corpo social, é capaz de desvelar a perda e instabilidade da autonomia de pensamento e possibilitar a construção do poder de escolha individual.

## Referências

BAUMANN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMANN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **Risk society: Towards a new modernity**. London: Sage, 1992.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

BRASIL ESCOLA. **Modernidade líquida**. Disponível em:  
<https://brasilecola.uol.com.br/sociologia/modernidade-liquida.htm>. Acesso em: 10 set. 2024.

GABRIEL, Fábio Antonio; PEREIRA, Ana Lúcia; GABRIEL, Ana Cássia.

**Modernidade líquida e consumismo no pensamento de Zygmunt Bauman.**

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade: self e sociedade na era moderna.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1991.

LANACION.COM.PY. **Zygmunt Bauman y la modernidad líquida.** Disponível em: <https://www.lanacion.com.py/gran-diario-domingo/2024/09/29/zygmunt-bauman-y-la-modernidad-liquida/>. Acesso em: 28 set. 2024.

LOUREIRO JUNIOR, Leonardo Godóes. **A modernidade líquida e o comportamento do consumidor na era digital.** Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), Universidade Federal de Mato Grosso, 2018. Disponível em: [https://bdm.ufmt.br/bitstream/1/832/1/TCC\\_2018\\_Leonardo%20Godoes%20Loureiro%20Junior.pdf](https://bdm.ufmt.br/bitstream/1/832/1/TCC_2018_Leonardo%20Godoes%20Loureiro%20Junior.pdf). Acesso em: 18 ago. 2024.

MUNDO EDUCAÇÃO. **Modernidade líquida.** Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/modernidade-liquida.htm>. Acesso em: 29 set. 2024.

REIS, Fernanda Siqueira; ALMEIDA, Gabriela Franco de. **As relações líquidas contemporâneas em Bauman e Frankl: uma discussão sobre modernidade e falta de sentido.**

SANTOS, João. **Civilização, Tecnologia e Poder na Modernidade Líquida.** Revista Interlegere, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/interlegere/article/download/15878/10896/>. Acesso em: 12 set. 2024.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão.** Petrópolis: Vozes, 2018.