

## O ESPELHO ALGORÍTMICO: PERFORMATIVIDADE DE GÊNERO NAS MÍDIAS SOCIAIS E FORMAÇÕES CONTEMPORÂNEAS DO CAPITALISMO

**Rodrigo Sampaio Rodrigues**

Pós-Graduando na Especialização em Neuropsicologia – Universidade de Fortaleza

[rodrigospaio@outlook.it](mailto:rodrigospaio@outlook.it)

**Área Temática:** Teorias Psicanalíticas.

**Área de Conhecimento:** Psicologia.

**Encontro Científico:** XIV Encontro de Pós-Graduação.

### RESUMO

**Introdução:** Na era das mídias sociais e da inteligência artificial, as tecnologias e os algoritmos das plataformas digitais estão moldando nossa subjetividade, num *feedback* complexo entre capitalismo, tecnologia, política e pulsões. **Objetivo:** Propôr uma reflexão teórica, com base em Lacan e Freud, sobre as mídias sociais e como discursos de performatividade de gênero e de eu são cooptados para gerar lucro. **Metodologia:** Pesquisa exploratória e reflexão teórica, analisando mídias sociais e discursos de gênero sob perspectiva psicanalítica. **Resultados:** O modelo de negócio visa manter o usuário engajado, capturando sua atenção pela pulsão escópica para gerar lucro. Algoritmos impulsionam conteúdos que preenchem lacunas afetivas, explorando desejos reprimidos, levando a um *mais-de-gozar*. As mídias sociais funcionam como um espelho algorítmico, onde usuários performam um ideal de si falsamente coeso, moldado pelos algoritmos e discurso capitalista. Discursos como #redpill, #skincare e #pride são cooptados para engajar usuários e gerar valor, criando modelos de corpos e subjetividades ideais. **Considerações finais:** A psicanálise é fundamental para analisar o sofrimento psíquico causado pelas mídias sociais, que se tornaram parte indissociável da subjetivação contemporânea. Plataformas digitais moldam desejos e frustrações, explorando um objeto *a* inatingível, gerando um ciclo de gozo e insatisfação, resultando em sofrimento psíquico.

**Palavras-chave:** Mídias Sociais; Teoria Lacaniana; Subjetivação.

### INTRODUÇÃO

Na era atual das mídias sociais e da inteligência artificial, somos constantemente interpelados por tecnologias que moldam nossa subjetividade. Essa interação complexa entre capitalismo, tecnologia, política e pulsões (Freud, 1920/2010; Lacan, 1964/1998) cria um *feedback* contínuo. Como usuários ou criadores de conteúdo, engajamo-nos com as mídias sociais, muitas vezes sem compreender plenamente os algoritmos que as impulsionam internamente.

Os algoritmos empregados pelas *BigTech*, as grandes corporações de tecnologia, tais como Meta, *ByteDance* e *Google*, que operam plataformas de mídia social como *Instagram*,

*TikTok* e *YouTube*, consistem em regras e cálculos matemáticos que processam vastas quantidades de dados para tomar decisões automatizadas, funcionando como curadores de conteúdo. Esses algoritmos decidem o que cada usuário recebe de conteúdo a partir das preferências demonstradas durante o consumo — analisando comportamentos como compartilhamentos, comentários e *likes* — ou do tipo de conteúdo a que o usuário dedica mais tempo, isto é, aquele que engaja sua atenção e interação por mais tempo (Lacan, 1969–1970/2008).

O modelo de negócios das plataformas de mídias digitais explora a pulsão escópica (Freud, 1905/2016; Lacan, 1964/1998) dos usuários – numa interface entre o somático, o psíquico e o digital – para gerar mais-valia. Essa expropriação da pulsão escópica como matéria-prima constitui a base do que Shoshana Zuboff denominou capitalismo de vigilância (Zuboff, 2021). Dados recentes (DataReportal & We Are Social, 2025) indicam que o segundo principal motivo para o uso de mídias digitais é preencher o tempo ocioso. Nesse contexto, os algoritmos são otimizados para oferecer conteúdo audiovisual personalizado, com o objetivo de reter a atenção dos usuários por longos períodos, configurando um circuito pulsional algoritmizado.

A era das tecnologias digitais tem inaugurado novas formações de exploração capitalista. Hoje já não se explora apenas a força de trabalho, mas também os afetos, o lazer e o ócio como formas de trabalho. O cerne do neurocapitalismo, conceito de Giorgio Griziotti, reside na exploração das pulsão escópica, das demais funções cognitivas e emoções dos usuários. Nesse sofisticado sistema econômico, a atenção — que para a psicanálise corresponde aos afetos e à pulsão escópica, impulsionada pelo objeto *a* — é sequestrada e explorada, gerando um excedente de dados. Esse excedente, denominado por Zuboff como superávit comportamental, transforma-se em *commodity* e é comercializado em um mercado de comportamentos futuros, gerando lucro para as grandes corporações de tecnologia (Lacan, 1964/2008; Griziotti, 2019; Zuboff, 2021).

Este trabalho propõe uma reflexão teórica, a partir das obras seminais de Jacques Lacan e Sigmund Freud, sobre o fenômeno contemporâneo das mídias sociais e os discursos que nelas circulam — em especial, o da performatividade de gênero e o da curadoria de ideais-de-eu coesos, por meio de algoritmos. Busca-se analisar como tais discursos capturam a pulsão escópica dos usuários e, ao fazê-lo, convertem-se em mecanismos de geração de lucro para as plataformas e tecnologias de linguagem e subjetivação, reeditando continuamente o estádio do espelho num “espelho algorítmico”.

## METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória e uma reflexão teórica que analisa as mídias sociais digitais e os discursos e performances de gênero transmitidos por elas, sob a perspectiva da psicanálise, fundamentando-se nas obras de Sigmund Freud e Jacques Lacan, e de pensadores contemporâneos que se dedicam à reflexão sobre as tecnologias digitais e como elas estão criando novas formas de capitalismo, como Shoshana Zuboff e Giorgio Griziotti.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

As plataformas lucram ao manter a atenção dos usuários, explorando a pulsão escópica e gerando dados e gozo. Elas criam uma necessidade de conexão constante, prometendo preencher lacunas emocionais e sociais, muitas vezes impulsionando conteúdos velados tais como desejos reprimidos, ódio e inseguranças, através de algoritmos personalizados que capturam a atenção individual e os usuários, por sua vez, ao dedicarem tempo e atenção ao consumo de conteúdos das mídias digitais, também buscam um mais-de-gozar (Lacan, 1969–1970/2008), ao permitirem que sua pulsão escópica seja sequestrada e instrumentalizada pelas plataformas, de modo inconsciente (Freud, 1923/2010; Lacan, 1960/1998), perseguindo um objeto *a* em cada *like*, postagem, comentário ou vídeo curto, num ciclo pulsional de insatisfação, numa cadeia de significantes que se deslizam continuamente de conteúdo em conteúdo (Lacan, 1957–1958/1999; Lacan, 1972–1973/2008). Este processo contínuo alimenta os algoritmos com mais dados e os cofres das plataformas com mais dinheiro.

As *BigTech* operam em um ambiente de livre mercado da atenção, ainda não regulado e extremamente competitivo, que não divulga com transparência informações a respeito do funcionamento desses algoritmos. Não sabemos com exatidão como esses algoritmos são programados, mas segundo Zuboff (2021) é possível perceber que seus objetivos finais estão muito mais relacionados a amplificar os lucros e o alcance das plataformas, do que a entregar uma experiência de consumo de conteúdo preocupada com o bem-estar e a privacidade dos usuários (Lacan, 1969–1970/2008)

O estágio do espelho tal como ensinado por Jacques Lacan pode ser uma lente valiosa de análise do fenômeno das mídias sociais na contemporaneidade (Lacan, 1949/1998). Enquanto a criança forma seu ideal-de-eu ilusório, falsamente coeso, à partir de um reflexo no espelho, pode-se supor que quanto às mídias, usuários e criadores de conteúdo performam um ideal-de-eu curado, à partir da imagem que eles mesmo refletem no espelho das redes sociais.

Muito embora a realidade, segundo a Psicanálise, seja de um eu fragmentado, de um corpo imperfeito, de uma vida repleta de problemas e desafios econômicos e sociais (Freud, 1930/2010; Lacan, 1949/1998), especialmente num país de profundas desigualdades e vicissitudes sociais como o Brasil, os usuários se sentem pressionados a performar um ideal-de-eu imaginário, curado entre sua imagem ilusória de si e as preferências dos algoritmos, enunciando um discurso que necessariamente tem de parecer coeso, de uma vida produtiva, de um corpo ideal, de uma performance (Lacan, 1949/1998; 1960/1998). Os usuários não podem criar qualquer ideal-de-eu, têm necessariamente de moldar seu ideal-de-eu aos vieses dos algoritmos e discursos dominantes no ambiente digital, e nesse processo também acabam sendo moldados pelos algoritmos, num ciclo pulsional de identificação e subjetivação (Freud, 1921/2011; Lacan, 1960/1998).

Usuários e criadores de conteúdo performam para as mídias como se estivessem performando diante do espelho, para formar uma imagem coesa de si mesmo, alienando-se da sua constituição fragmentada e precária de eu, à partir de um discurso, de uma ideologia (Althusser, 1974; Pêcheux, 1975/2009; Lacan, 1960/1998; Lacan, 1969–1970/2008)), discurso esse que justifica e molda, enuncia, sua performance de eu. Imersos no discurso das mídias, dedicado à maximização do eu, um ideal-de-eu produtivo, *fitness*, saudável, religioso, um ideal-de-eu imaginário, coeso, resiliente, bem-sucedido, sempre capaz de alcançar suas metas e expor seus logros na vitrine digital num estádio do espelho algorítmico que se repete à cada nova postagem, buscando uma aprovação social dentro desse discurso, uma enunciação mediada pelos algoritmos, os novos espelhos.

As performatividades de gênero ideais e hegemônicas, construídas socialmente pela repetição, foram cooptadas pela política e pela ideologia neoliberal para criar câmaras de eco como, o masculinismo representado pelo discurso *#redpill*, reproduzindo valores conservadores de masculinidade hegemônica, voltados para homens descontentes com uma percepção de perda de status na sociedade, e novos mercados como o discurso *#skincare*, especialmente voltado para mulheres, reproduzindo valores conservadores de papéis de gênero femininos associados à beleza e à aparência (Lacan, 1972–1973/2008; Butler, 2003/2022).

Além desses dois há também um discurso que se coloca como contra-hegemônico, o discurso *#pride* da comunidade LGBTQIAPN+, um discurso que preconiza a multiplicidade de expressões de gênero e sexualidades, uma ruptura com concepções conservadoras, uma

liberdade sexual, mas que também foi cooptado pela ideologia neoliberal, tornando-se em *pink money* (Freud, 1905/2016; Lacan, 1972–1973/2008).

Esses discursos são utilizados como *clickbait* pelas plataformas e criadores de conteúdo para capturar a pulsão escópica dos usuários e consumidores (Freud, 1915/2010; Lacan, 1964/1998), para engajar sua atenção e gerar um excedente de gozo, ou seja, uma mais-valia, para as plataformas uma mais-valia em forma de dados sobre esses consumidores, informação, e para os usuários uma mais-valia em forma de mais-de-gozar, um circuito pulsional de insatisfação em torno de um objeto *a*, prometido por esses discursos e pelas plataformas, mas jamais plenamente atingido (Lacan, 1969–1970/2008). Todos esses discursos oferecem modelos de corpos ideais e coesos no espelho algorítmico e os usuários e criadores de conteúdo performam seus ideais-de-eu à partir dessas imagens numa reedição contínua do estágio do espelho (Lacan, 1949/1998).

Esses discursos são utilizados como *clickbait* pelas plataformas e criadores de conteúdo para capturar a pulsão escópica dos usuários e consumidores (Freud, 1915/2010; Lacan, 1964/1998), para engajar sua atenção e gerar um excedente de gozo, ou seja, uma mais-valia, para as plataformas uma mais-valia em forma de dados sobre esses consumidores, informação, e para os usuários uma mais-valia em forma de mais-de-gozar, um circuito pulsional de insatisfação em torno de um objeto *a*, prometido por esses discursos e pelas plataformas, mas jamais plenamente atingido (Lacan, 1969–1970/2008). Todos esses discursos oferecem modelos de corpos ideais e coesos no espelho algorítmico e os usuários e criadores de conteúdo performam seus ideais-de-eu à partir dessas imagens numa reedição contínua do estágio do espelho (Lacan, 1949/1998).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As *BigTech* descobriram uma mina de ouro na exploração da atenção dos usuários, do objeto *a*, das vicissitudes dos sujeitos e das desigualdades sociais, criando a necessidade de estarmos sempre *online*, exibindo nosso desempenho, nosso ideal-de-eu feliz e bem-sucedido, alimentando continuamente seus algoritmos com dados sobre nossas vidas, nossos desejos, e criando novas oportunidades de negócio e lucro. Essas grandes corporações representam um grande risco para as sociedades hodiernas e futuras, à medida que dominam tecnologias de linguagem e subjetivação que moldam sujeitos, transformando lazer e ócio em trabalho, desejo em consumo, subjetividade em perfis de rede social, privacidade em privilégio e potencialmente influenciando grandes populações e interferindo nas democracias e na

subjetivação, sem o menor compromisso social ou humano. Faz-se necessário pensar sobre esse fenômeno e engendrar maneiras de manter a contingência da subjetivação dos sujeitos e suas possibilidades de ser e estar num mundo onde não são explorados, até mesmo no seu mais íntimo.

## REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, L. Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado: nota sobre os aparelhos ideológicos de Estado. In: ALTHUSSER, L. **Posições**. Tradução de Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro. Rio de Janeiro: Graal, 1974. p. 67-125.

BUTLER, J. **Desfazendo gênero**. Tradução de Aléxia Bretas et al. São Paulo: Editora Unesp, 2022.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

DATAREPORTAL; WE ARE SOCIAL. **Digital 2025: Global overview report**. [S.l.]: DataReportal, 2025. Disponível em:  
<https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>. Acesso em: 9 set. 2025.

FREUD, S. **Além do princípio do prazer**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. (Obras completas, v. 14).

FREUD, S. **Introdução ao narcisismo**. In: \_\_\_\_\_. **Introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos (1914-1916)**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. p. 13-50. (Obras completas, v. 12).

FREUD, S. **O ego e o id**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. (Obras completas, v. 16).

FREUD, S. **Psicologia das massas e análise do eu**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. (Obras completas, v. 15).

FREUD, S. **Três ensaios sobre a teoria da sexualidade**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2016. (Obras completas, v. 6).

GRIZIOTTI, G. **Neurocapitalism: Technological mediation and vanishing lines**. Tradução de J. F. McGimsey. Colchester: Minor Compositions, 2019.

LACAN, J. **Escritos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

LACAN, J. O estádio do espelho como formador da função do eu. In: \_\_\_\_\_. **Escritos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998. p. 96-103.

LACAN, J. **O seminário, livro 5: As formações do inconsciente (1957-1958)**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

LACAN, J. **O seminário, livro 11: Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise (1964)**. Edição de Jacques-Alain Miller. Tradução de M. D. Magno. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

LACAN, J. **O seminário, livro 17: O avesso da psicanálise (1969-1970)**. Edição de Jacques-Alain Miller. Tradução de Ari Roitman. Rio de Janeiro: Zahar, 1992.

LACAN, J. **O seminário, livro 20: Mais, ainda (1972-1973)**. Edição de Jacques-Alain Miller. Tradução de M. D. Magno. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (org.). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Tradução de Bethania S. Mariani et al. Campinas: Editora da Unicamp, 1990. p. 61-161.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução de Eni P. Orlandi et al. Campinas: Editora da Unicamp, 1988.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Tradução de Rosaura Eichenberg. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.