SUBJETIVIDADES
e-ISSN: 2359-0777
Universidade de Fortaleza
Estudos Teóricos

https://doi.org/10.5020/23590777.rs.v26i1.e14813

# Fascínio e imagem nas redes sociais

## *Fascination and image on social media*

## *Fascinación y imagen en las redes sociales*

## *Fascination et image sur les réseaux sociaux*

**Alice Vargas Vieira Mattos***
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil
https://orcid.org/0000-0002-2682-3246

**Marcos Vinicius Brunhari**
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil
https://orcid.org/0000-0002-5369-2915

**Como citar**
Mattos, A. V. V., & Brunhari, M. V. (2026). Fascínio e imagem nas redes sociais. *Revista Subjetividades*, *26*(1), 1-12. https://doi.org/10.5020/23590777.rs.v26i1.e14813

**Histórico de publicação**
**Submetido em:** 23/11/2023 **Aceito em:** 23/10/2025 **Publicado em:** 06/04/2026

**Resumo**

O presente artigo tem por objetivo explorar a dimensão do fascínio da imagem nas redes sociais, interrogando a respeito do olhar e da performance do eu em um contexto marcado pela racionalidade neoliberal. O *Instagram* figura como palco para essa problemática, enquanto emblemático de um registro contemporâneo da imagem, imperativo de exposição e de um modelo de negócio que fomenta o discurso capitalista. Essa plataforma algorítmica se configura como um "lugar de olhar" para o fenômeno das imagens de si e da performatividade, estando a serviço do capitalismo. A partir do referencial psicanalítico, especialmente dos registros lacanianos, quais sejam, Real, Simbólico e Imaginário, analisam-se as formas pelas quais a lógica neoliberal se serve dos componentes pulsionais para fins mercadológicos. Discute-se a dimensão imaginária na constituição do eu, a visibilidade como elemento estrutural e estruturante, bem como o alargamento do campo tecnológico e midiático. Conclui-se que o imperativo da visibilidade é ampliado e explorado pelas plataformas algorítmicas, que buscam antecipar e capturar o desejo do consumidor em uma operação que sempre deixa um resto.

**Palavras-chave:** *Instagram*, tecnologia, pulsão, psicanálise, cultura.

***Abstract***

*This article intends to explore the dimension of the fascination with images on social media, interrogating the look and performance of the ego in a context marked by neoliberal rationality. Instagram appears as a stage for this issue, emblematic of a contemporary image register, an imperative for exposure, and a business model that fosters Capitalist Discourse. This algorithmic platform is configured as a "place of looking" for the phenomenon of self-images and performativity, serving capitalism. Drawing on psychoanalytic frameworks,*

***Autora correspondente**
E-mail: alicevvm@gmail.com

CC BY NC

*particularly Lacanian approaches—the Real, Symbolic, and Imaginary—the study analyzes the ways in which neoliberal logic utilizes drive components for marketing purposes. The article discusses the imaginary dimension in the constitution of the ego, visibility as a structural and structuring element, and the expansion of the technological and media domain. It is concluded that the imperative of visibility is expanded and explored by algorithmic platforms, which seek to anticipate and capture consumer desire, in an operation that always leaves a remainder.*

***Keywords:*** *Instagram, technology, drive, psychoanalysis, culture.*

***Resumen***

*Este artículo busca explorar la dimensión de la fascinación por las imágenes en redes sociales, cuestionando la mirada y la performance del yo en un contexto marcado por la racionalidad neoliberal. Instagram se presenta como escenario para este número, emblemático de un registro de imágenes contemporáneo, un imperativo de exposición y un modelo de negocio que fomenta el discurso capitalista. Esta plataforma algorítmica se configura como un "lugar de mirada" para el fenómeno de las autoimágenes y la performatividad, al servicio del capitalismo. Basándose en marcos psicoanalíticos, en particular en los enfoques lacanianos —lo real, lo simbólico y lo imaginario—, el estudio analiza las formas en que la lógica neoliberal utiliza componentes pulsionales con fines comerciales. El artículo aborda la dimensión imaginaria en la constitución del yo, la visibilidad como elemento estructural y estructurante, y la expansión del dominio tecnológico y mediático. Se concluye que el imperativo de la visibilidad se expande y explora mediante plataformas algorítmicas, que buscan anticipar y capturar el deseo del consumidor, en una operación que siempre deja un residuo.*

***Palabras clave:*** *Instagram, tecnología, pulsión, psicoanálisis, cultura.*

***Résumé***

*Cet article vise à explorer la dimension de la fascination pour les images sur les réseaux sociaux, interrogeant le regard et la performance de soi dans un contexte marqué par la rationalité néolibérale. Instagram apparaît comme une scène emblématique d'un registre d'image contemporain, un impératif de visibilité et un modèle économique favorisant le discours capitaliste. Cette plateforme algorithmique se présente comme un « lieu de regard » pour le phénomène des images de soi et de la performativité, au service du capitalisme. S'appuyant sur des cadres psychanalytiques, et notamment sur les approches lacaniennes – le Réel, le Symbolique et l'Imaginaire –, l'étude analyse la manière dont la logique néolibérale utilise les composantes pulsionnelles à des fins marketing. L'article aborde la dimension imaginaire dans la constitution du moi, la visibilité comme élément structurel et structurant, et l'expansion du domaine technologique et médiatique. Il conclut que l'impératif de visibilité est élargi et exploré par les plateformes algorithmiques, qui cherchent à anticiper et à capter le désir du consommateur, dans une opération qui laisse toujours un résidu.*

***Mots-clés :*** *Instagram, technologie, pulsion, psychanalyse, culture.*

## Introdução

As facetas entre público, privado e intimidade se confundem e se sobrepõem, principalmente nas chamadas "redes sociais", que, muitas vezes, configuram-se como um palco. É a partir do questionamento sobre o que convoca o fascínio da imagem e da captura do olhar nas redes sociais que este artigo é construído. Para isso, as plataformas digitais e, mais especificamente, o *Instagram*, podem ilustrar essa questão, no que diz respeito à inflação de uma performance do eu, entendendo-a como emblemática do registro contemporâneo da imagem e de seu fluxo, tendo o capitalismo como pano de fundo.

A teoria psicanalítica será utilizada como ferramenta de leitura que busca desenvolver as possibilidades de manifestações no campo das redes sociais. A reflexão aqui apresentada corresponde a um dos possíveis modos de manifestação da relação entre sujeito, imagem e visibilidade na contemporaneidade. A visibilidade concernente ao "ver" e "ser visto", considerando-se a dimensão escópica da pulsão como estruturante do sujeito, entremeia-se na lógica dos algoritmos das redes. Isso porque nenhum fenômeno surge em qualquer época, já que "um fenômeno midiático só é possível segundo as relações sociais, de poder [e] discursivas de um período em particular" (Karhawi, 2015, p. 3). Nessa medida, a imagem quer se colocar como aquela que define o que somos. O que aí se veicula? O que está em jogo para o sujeito contemporâneo? Ele se faz ver como? A dimensão do olhar se interpõe ao convocar os mais variados efeitos, levando em consideração a ideia do "estou me vendo sendo visto".

Por meio da teorização sobre a pulsão escópica, delinearemos um caminho a respeito do olhar e da imagem, com o intento de avançar na discussão sobre as redes sociais e a ideia de performance ali inserida e que está atrelada ao discurso do capitalismo. Para isso, é necessário situar o fascínio pela imagem e pelo olhar não só na contemporaneidade das redes sociais, mas como aquilo que a psicanálise concebe como estrutural e constitutivo para o sujeito, considerando a possibilidade de uma reatualização nos imperativos que atravessam a atualidade estarem atrelados a uma ideia de espetacularização do eu em uma sociedade cuja mediação é realizada por imagens e exposição de si (Karhawi, 2015). Com isso, iremos percorrer as temáticas da constituição do corpo e do eu, pensadas a partir do registro imaginário, como postulado por Lacan.

Essa temática foi trazida em função da disseminação performática do ver e do ser visto, em que a imagem do corpo e a dimensão do eu podem se tratar de recortes que anunciariam o modo como são exibidos e se exibem no palco das redes sociais. É nesse sentido que se busca ilustrar um dos possíveis modos de manifestação do sujeito contemporâneo diante do imperativo da visibilidade. Entende-se o aspecto do "aparecer" das redes sociais não como uma experiência universal, mas como forma emblemática de relação entre imagem, olhar e reconhecimento, em um contexto marcado pelo neoliberalismo e pela lógica do desempenho.

Dessa forma, propõe-se pensar o "aparecer" em uma dimensão narcísica do lugar onde se é visto, compreendendo-o como uma manifestação possível do fenômeno abordado. Isso é relevante para mergulhar na questão das redes sociais e na articulação entre o *Instagram* e a performance do eu, bem como na relação entre o fascínio da imagem, associado às plataformas digitais, e o funcionamento da lógica algorítmica com o circuito pulsional (Mattos, 2023).

O delineamento proposto pretende mobilizar os conceitos da psicanálise como chaves de leitura, no que se refere aos impasses contemporâneos. Assim, evidencia-se como a rede social pode captar e capturar os sujeitos em termos libidinais, favorecendo determinadas formas de consumo e de visibilidade. É nesse aspecto que, a partir do eu, o *Instagram*, enquanto modelo de negócio, pode operar a partir do discurso capitalista.

## Olhar: a visão de Lacan

A partir do estádio do espelho e da concepção da imagem do próprio corpo na constituição do eu, evidencia-se a dimensão de alienação e de desconhecimento nesse âmbito. Por meio da dimensão do registro lacaniano do Real, concernente à corporeidade, e da disjunção entre ver e olhar, é possível pontuar aquilo que se desprende e se solta do que seria enquadrado na forma ideal. É nisso que se concentra a dimensão do olho e do olhar no circuito especular. O olhar é aquilo que escapole diante do espelho – cuja marca ocorre na fugacidade e na inapreensão. Se o imaginário é o registro do engodo (Cukiert & Priszkulnik, 2002), o eu é a sede de desconhecimento. Ao considerarmos, assim, o fascínio pela imagem, é preciso advertir que este se refere, no recorte crítico, a uma forma específica de fascínio na atualidade; àquele que se constrói através do engodo, próprio de certas experiências mediadas pelas redes sociais.

O estádio do espelho, como conceitualização a respeito da constituição do eu e de sua entrada na dimensão da visibilidade, fundamenta-se na imagem diante do espelho em que o humano se vê e, simultaneamente, é visto pelo outro. Nesse sentido, imagem e olhar estão intimamente relacionados e, por isso, se ver não se reduz ao plano puramente ótico. Isso abrange o aspecto de ser abarcado pelo olhar do mundo, que extrapola e preexiste à relação imaginária entre os semelhantes. A partir da concepção de uma dinâmica *voyeur*-exibicionista própria do campo pulsional, evidencia-se a busca de satisfação, tanto no ativo – em ver –, e no passivo – em ser visto. Essas são variantes da pulsão escópica e do próprio circuito nisso incutido (Lacan, 1949/1998b).

Indagamo-nos, tomando a teoria lacaniana como chave de leitura, se estaríamos, em nossa sociedade cujo regime de visibilidade é perpassado pelo espetacular, elegendo a concepção: "apareço, logo sou"? Essa é uma forma de recorte concernente a determinadas postagens realizadas nas plataformas digitais, que, em muitos casos, praticamente certificam que algo, de fato, seja ou pareça – o que se dá apenas no momento em que se compartilham as imagens, marcando um certo recorte observado nos usos das plataformas.

A partir do *Seminário, livro 11*, em Lacan (1964/1985b), compreende-se o sujeito dividido, isto é, há uma cisão entre ele e o eu; na relação entre olho e olhar também existe uma disjunção. Ao utilizar Merleau-Ponty e suas considerações como aporte teórico, Lacan promove uma ambiência para adentrar em outra via, precisamente, o ponto no qual direciona seu interesse: a esquize entre o olho e o olhar. Será justamente nessa cisão entre ambos que se evidenciará a pulsão proveniente do campo escópico. É o que Lacan pontua sobre o olhar enquanto "uma estranha contingência" (Lacan, 1964/1985b, p. 74).

No âmbito do narcisismo, a função do olhar é obliterada. Isso porque evidencia o "vendo-se ver-se" (Lacan, 1964/1985b, p. 75), que é do campo do imaginário e do ilusório; uma forma de visão que se satisfaz consigo mesma, imaginando-se de modo consciente. Essa visão representaria um escamoteamento e a evitação da função do olhar, porém, mesmo nesse ponto, a dimensão do olhar, que sempre escapa, dirige essa cena. Por outro lado, no narcisismo, há uma referência à imagem especular, que provoca uma complacência por parte do sujeito que dá apoio relativo ao seu desconhecimento estrutural.

Assim, diante da contemplação de si e do narcisismo, a função do olhar é elidida, já que no campo da consciência há uma elevada idealização e, concomitantemente, um desconhecimento.

Nessa medida, no campo escópico, não se está apenas no nível da demanda, mas do desejo – desejo do Outro, já que algo sempre se perde e resta. Será sempre no registro da falta que se conceberá a relação entre o olhar com aquilo que se quer ver, relação que claudica e engana, já que "de maneira geral, a relação do olhar com o que queremos ver é uma relação de logro. O sujeito se apresenta como o que ele não é e o que se dá para ver não é o que ele quer ver. É por isso que o olho pode funcionar como objeto *a*, quer dizer, no nível da falta" (Lacan, 1964/1985b, p. 102).

No domínio escópico, o que se coloca é que o olhar está do lado de fora e o sujeito é olhado, sendo, portanto, quadro. Ainda sobre o olhar, Lacan reitera que "o olhar é o instrumento pelo qual a luz se encarna, e pelo qual [...] sou fotografado" (Lacan, 1964/1985b, p. 104).

Por trás da imagem, há o olhar, que, na pintura, pode ser concebido como o olhar único do pintor na confecção de sua obra. Esse ponto pode ser pensado pelo viés proposto na discussão sobre o campo das tecnologias, isto é, se Lacan elabora a respeito das artes plásticas, suas diversas técnicas e no que isso se relaciona ao campo do olhar, em termos análogos, poderíamos pensar os modos pelos quais certas fotografias são veiculadas no *Instagram*. Isso porque, nesse aplicativo, a imagem pode ser o eixo condutor da dinâmica do olhar. Nesse delineamento, o que é publicado é forjado como um objeto de desejo e ideal – fragmentos do corpo, pele, cenas e encenações de si, em uma performance em que se busca fisgar o olhar do outro. No caso das imagens veiculadas através do *Instagram*, a ilusão que busca capturar o olhar parece não se produzir a partir de uma virada para o registro Real, mas tensiona o âmbito imaginário, à medida que a imagem tende a se projetar como completa – e isso é uma ilusão.

Com isso, a imagem-anteparo baliza a invasão do real a partir da preservação das aparências, já que, no mundo visível, o que se coloca são as imagens, em contraposição ao mundo invisível, em que se localiza o registro do olhar, próprio do Real. Lacan (1964/1985b) traz que o sujeito é teleguiado, logo, poderíamos supor que pode ser guiado e fascinado pelas telas. Dessa forma, a experiência com os *smartphones* e a extrema rapidez de veiculação de imagens parecem acentuar, na atualidade, esse modo de relação com o olhar e a visibilidade. Basta olhar ao redor e onde repousam os olhares dos sujeitos. É por meio dessa via que podemos pensar com Lacan:

> [...] o olhar opera numa certa queda, queda de desejo, sem dúvida, mas, como dizer? O sujeito não está aí de modo algum, ele é teleguiado. Modificando a fórmula que é a que eu dou para o desejo enquanto inconsciente – o desejo do homem é o desejo do Outro – direi que é de uma espécie de desejo ao Outro, que se trata na extremidade do qual está o dar-a-ver (Lacan, 1964/1985b, p. 111).

Nesta medida, ao se colocar à vista, o sujeito tende a se fazer objeto, tendo em vista o Outro. O desejo, que opera a partir da falta, acaba anulado quando o sujeito se oferece à cena do visível. O que seria o "dar-a-ver" conjecturado por Lacan? O sujeito se colocando enquanto forma, sem furos? E, portanto, objeto a ser visto? Em contrapartida, o sujeito também olha. Há algo para além do sujeito e do outro semelhante que escancara a forma como vem se relacionando. Esse aspecto pode ser articulado ao que Lacan assinala como o "apetite do olho naquele que olha [...] que se trata de alimentar, constitui o valor de encanto da pintura" (Lacan, 1964/1985b, p. 112). É nessa direção que poderíamos elencar o dito popular de que "se come com os olhos", o que remete à dimensão da pulsão escópica e da voracidade concernente à exigência de uma satisfação cada vez mais inflada e estimulada em uma sociedade que tende a cultuar a dimensão da performance e da imagem de si e dos corpos.

A imagem de completude pode ser lida como um objeto que muitos buscam desenfreadamente na sociedade contemporânea. O que se pode ter disso é puramente imagem – estática, inerte, imóvel e cristalizada – e o desejo se trata de outra coisa; é da ordem da falta. Com isso, se, por um lado, há a imagem de completude que busca sustentar uma dimensão ôntica, o que se opõe a isso é do campo da falta-a-ser, o sujeito da psicanálise.

Do ponto de vista teórico, o olhar está relacionado ao encanto e, atualmente, certos usos de fotografias e *selfies* nos levam a interrogar sobre "aquilo que o olhar introduz de fascinatório" (Lacan, 1964/1985b, p. 114). Como desdobramento, o efeito do olhar parece intensificado na atualidade. Olho e imagem – estaria, aí, uma relação de engodo?

## O *Instagram*, o escópico e o espetáculo

*"*O sujeito que nos interessa é preso, manobrado, captado, no campo da visão" (Lacan, 1964/1985b, p. 91). Com essa citação, podemos retomar o olhar e a visibilidade, circunscrita a algumas manifestações a partir do *Instagram*. Um dos pontos ensejados nessa plataforma pode ser vislumbrado através da marca da predominância do escópico e do domínio da imagem. Lacan, no início de seu ensino, no *Seminário, livro 1 – os escritos técnicos de Freud*, apresentaa seguinte afirmativa: "toda a ciência repousa sobre o fato de que se reduz o sujeito a um olho" (Lacan, 1954/1986, p. 97). Se, à época, ele trouxe esse apontamento para contextualizar o olho que simbolizava o sujeito no estádio do espelho para a formação

do eu, transpomos essa frase para tratar de como o capitalismo poderia reduzir o sujeito não apenas a um olho, mas a uma imagem e a uma mercadoria e, mais ainda, fazer disso seu objeto de exploração. O sujeito é capturado e captado pelo campo da visão e pelas imagens. Embora as telas e quadros tenham sempre sido objetos de fascínio, o *Instagram* parece intensificar essa experiência de forma particularmente marcante.

Se "o olhar é o instrumento pelo qual a luz se encarna, e pelo qual [...] sou fotografado" (Lacan, 1964/1985b, p. 104), é a partir das fotografias, das postagens, dos compartilhamentos de intimidade e das performances que o *Instagram* se torna o palco. Aqui não nos restringimos à imagem apenas como uma mera representação de objeto ou pessoa, mas poderíamos delimitar o *Instagram* a um "algoritmo da imagem". As estratégias utilizadas pelas plataformas digitais influenciam o sujeito justamente por tocar em pontos constitutivos de cada um, que são potencializados por essa rede. A imagem, aqui, opera como uma disseminação de um recorte para que seja palco para o outro. Nessa dinâmica, o eu "per-forma", coloca-se enquanto *gestalt*, no entanto, é capturado na rede enquanto um usuário-perfil e um potencial consumidor em uma sociedade escópica, em que o espetáculo é objeto para o discurso capitalista.

Levando em conta nosso recorte em relação às redes sociais, e, mais especificamente, o *Instagram*, buscamos apontar o quanto esta rede pode atuar como uma verdadeira "arquitetura de exposição" (Marichal, 2012). Nesse sentido, se Marichal (2012) já trazia essa dimensão a partir do *Facebook*, o *Instagram* alarga tal problemática, uma vez que também passou a ser comandado pelo mesmo empresário, Mark Zuckerberg. É a partir da "arquitetura de exposição" que se prega na rede a concepção do compartilhamento. A questão da intimidade é cada vez mais posta em discussão, na medida em que o bom seria algo a se mostrar, ponto já levantado por Guy Debord em *Sociedade do Espetáculo* (1997). A visibilidade midiática denuncia a dimensão atual concernente ao aspecto do que é público e do que é privado, já que aquilo que não é visível e publicado aos requisitados olhos alheios é como se, de fato, não existisse.

Assim, o aparecer é entremeado na dinâmica da rede social, um dos lemas da plataforma. Com isso, a privacidade é vista como um inimigo da ideia de um mundo conectado. E o famoso ditado popular "quem não é visto, não é lembrado" é exacerbado no mundo da hiperconectividade das plataformas e dos *smartphones*, pois, para além de não ser lembrado, é como se não existisse. Sendo assim, o aparecer pode se colocar enquanto uma dinâmica da existência. E de que tipo de aparecer estamos falando? Que imagem é compartilhada? Um ponto importante a ser considerado é o de que a prática de publicação das chamadas *selfies* ou dos autorretratos passa a fazer "parte de uma engrenagem comunicacional" (Karhawi, 2015, p. 2). Essa prática poderia demonstrar o imperativo da visibilidade atrelada ao consumo de mídias. Há uma nova concepção de intimidade que não está mais acoplada ao âmbito privado, mas ao público, desse modo, que intimidade seria essa?

Aqui, o que seria a imagem? Diante dos recursos dessa rede, tais como *likes*, *stories*[1], *reels*[2], *influencers* e ideia de engajamento, há o compartilhamento de imagens, de discursos motivacionais, na empreitada de divulgação de produtos sem parecer que se trata de uma divulgação. Quer dizer, então, o capitalismo operando a partir das redes sociais, de modo a se observar uma exploração da imagem e do olhar, executados pelo discurso capitalista. Esse discurso se trata de uma formulação lacaniana a respeito de uma mutação do laço social, que será desenvolvido adiante. Nessa vertente, há uma disseminação de ideias de beleza que denotariam completude e bem-estar, na tentativa de compartilhamento de um corpo, muitas vezes, "sem falhas" e editado, que se coloca à vista enquanto harmonização facial. Há um culto a um eu engrandecido e exaltado, já que, no meio virtual, trata-se de uma ampliação da realidade, não mais visto de uma forma binária. Sendo assim, o corpo pode ser moldado.

Há, portanto, no campo relacionado ao corpo, um certo viés mercadológico que equipara a concepção de um corpo avantajado a partir de técnicas e tecnologias. Isso é constantemente percebido através da estética, na qual imperam novos procedimentos dermatológicos, dentários ou cirurgias plásticas, por exemplo, a bichectomia[3] para "harmonizações faciais", na busca pelo corpo e pelas faces perfeitas. Esse ponto é discutido em algumas reportagens, como na matéria de 2021, da Revista *Trip*, da Uol, chamada *Sociedade do filtro: vale tudo para sair bem na selfie?* (2021). Nela, os redatores discutem as mudanças sobre o que é considerado belo na atualidade, o que está associado à ideia de "filtrar a própria imagem". Nesse sentido, a filtragem pode ser literal: inclui modificações no corpo e no rosto, como afinamento e preenchimento facial, o que pode ocasionar, inclusive, ondas de novas cirurgias plásticas, que têm como base as próprias versões "melhoradas" de cada um através das fotografias de si e das chamadas "*selfies*", já que há uma facilidade muito maior para a manipulação do que se deseja aparentar.

Outra técnica que passou a ser muito utilizada é a chamada harmonização facial. Ela tem sido utilizada cada vez mais e se trata de um procedimento em que técnicas de preenchimento são utilizadas em locais específicos da face para que haja uma "proporção" melhor (Rotolo, 2023). Para isso, se faz um "alinhamento" e correções de ângulos da face, principalmente no maxilar e nas sobrancelhas, produzindo e modelando um novo contorno ao rosto e o preenchimento de rugas e sulcos.

[1] O *storie* é o compartilhamento de fotos ou vídeos do cotidiano e de si que, automaticamente, se apaga em 24 horas. Nele, há a possibilidade de inserir diversos filtros que modificam o registro fotográfico da imagem em cena.

[2] São vídeos curtos que podem ser postados no *feed* de notícias de modo definitivo, ao contrário dos *stor*ies, que se apagam em 24 horas.

[3] A bichectomia é um procedimento cirúrgico que retira parte da gordura da bochecha para realçar e afinar as maçãs do rosto.

Porém, assim como houve o crescimento de harmonizações faciais, em contrapartida, com o tempo, também se passaram a notar as "desarmonizações faciais", procedimentos para desfazer o primeiro. Dessa forma, diante do olhar frente ao espelho (e, hoje, poderíamos pensar nas telas dos *smartphones*), os sujeitos, partindo desses apontamentos, podem tender a buscar, pelo registro imaginário e escópico, algo que de fato "suture" a falta-a-ser, pela via imaginária.

Com essas considerações, surge o recorte a respeito do controle: não se trata apenas do sujeito que pressupõe manipular a máquina, mas também a máquina ou a tecnologia que detém influência sobre o sujeito. Há uma fantasia envolvida nessa relação. O palco do *Instagram* permite que os aspectos conflituosos do sujeito sejam direcionados a uma nova roupagem no mundo virtual, que podemos denominar como a construção de um "avatar" de si mesmo. Ainda, uma fixação nesses avatares pode fazer com que prevaleça o domínio do virtual sobre o não-virtual, retomando uma concepção de que o sujeito privilegia a retomada de um estado narcísico de onipotência em que o princípio da realidade já não operaria (Lemma, 2015).

Nesse sentido, além de interrogar o *Instagram*, como dispositivo cuja engrenagem algorítmica mobiliza aspectos pulsionais, também nos interessa problematizar os modos de uso que dele se fazem, que podem revelar fenômenos subjetivos e sociais característicos da contemporaneidade. Importa salientar, contudo, que não se trata de uma experiência universal, mas de uma das possibilidades de relação que se estabelece com esse meio. Em certos usos, observa-se a circulação incessante de imagens de si e a construção de um eu idealizado, produzido para ser exibido ao olhar do Outro. Essa dinâmica, que muitos usuários nomeiam como "biscoitagem", pode apontar para a busca de validação no olhar e no *like* do outro. É como se esse retorno operasse enquanto recompensa simbólica, sustentando, momentaneamente, uma imagem narcísica de completude.

Com a concepção de que o *Instagram* evidencia a sociedade contemporânea, no que diz respeito aos imperativos de performance e de desempenho, é importante pontuar como essa plataforma opera na condição de um dispositivo para promoção de um eu ideal. Nisso, figuraria uma ideia de perfeição, funcionando mais como uma imagem projetada, que, em síntese, é frágil e artificial, pois, no fim das contas, a negação completa da falta não é possível. Demonstra-se, assim, a subjetividade de nossa época, que, diante de um imperativo de gozo, encobre o aspecto da falta, negando a castração. Além disso, a demonstração narcísica do lugar de ser visto poder anunciar a apresentação da dominância de um discurso marcadamente capitalista, que, como noção conceitual proposta por Lacan, designaria um curto-circuito no desejo do sujeito, justamente pela promessa – capitalista – de satisfação completa.

A partir da visibilidade e do consumo de imagens, reitera-se que o *Instagram* aparenta operar através delas e, principalmente, de uma satisfação salientada no âmbito escópico. As plataformas constituem palco por excelência para a pulsão escópica, fornecendo o público para que os usuários se pavoneiem. A injunção de visibilidade – zelo com a imagem projetada para os outros – está embutida no afinco do usuário para alavancar seu prestígio por meio da captura e da difusão frequentes de registros de si (Castro, 2020, p. 15).

Assim, um dos usos possíveis da plataforma poderia se tratar daquele em que haveria uma exibição frente ao olhar que se supõe ao Outro. Nesse caso, o sujeito tenderia a se ajustar às expectativas que imagina desse olhar, articulando, assim, a pulsão escópica e ideal do eu na maneira como se entende a partir de como é visto pelo olhar externo. Isso é perceptível nas disseminações das chamadas "*selfies*" nos perfis dos usuários. Se há uma performance do eu, o que pode se operar disso é uma encenação, em que há algo que passa a ser exibido e, consequentemente, há curadoria e edição. Nesse ínterim, se utilizariam dos mais diversos recursos para se receber os "*likes*", que podem retroalimentar o ciclo *voyeur*-exibicionista: que vai desde uso de filtros em fotos que modificam a própria aparência, como a compra de seguidores, já que o que se oferece ao olhar do Outro é uma imagem idealizada de si mesmo. Nessa questão do jogo dos olhares, o que se coloca é uma espécie de "sinóptico", termo usado por Bauman (2001) para tratar do que ocorre quando uma pessoa é vista por muitas, uma espécie de vigilância disseminada; ao contrário do que seria o panóptico, em que um observa a tudo e todos. Porém, o que está nos bastidores, no fim das contas, é a prevalência do consumo da imagem que culmina na sua produção. O sujeito, ao consumir imagens, é também capturado pela lógica que o convoca a produzir-se como tal, produzindo um circuito incessante. Nesse circuito, o olhar funciona como operador pulsional e o discurso capitalista sustenta a ilusão de satisfação por meio da visibilidade.

Diante do recorte de uso do *Instagram*, um dos pontos que pretendemos frisar é o de que, levando em consideração seu uso enquanto lugar narcísico de ser visto, o que aparenta estar envolvido é uma verdadeira disputa por atenção entre os usuários, justamente pela busca por um olhar indeterminado do Outro. Isso porque "não é possível saber exatamente quem nos olha, quando nos olha e o que olha em nós" (Castro, 2020, p. 15), já que o algoritmo e a plataforma exercem influência e selecionam o que deve ser mostrado a cada um, de acordo com o interesse e com o que desperta nos usuários, a partir das métricas de dados adquiridas, visto que, diante da impossibilidade de um objeto que satisfaça a pulsão e, mais especificamente, a pulsão escópica, cada um parece se manter em uma expectativa de moldar-se ao que supõe que o Outro queira ver.

Debord, em *A sociedade do espetáculo* (1997), utiliza-se das elaborações marxistas a respeito das mercadorias para tratar do espetáculo. Há um acoplamento entre mercadorias e espetáculos, como se esses também se colocassem em uma mesma ordem de acumulação. Assim, para o referido autor, com a modernidade e seu modo de produção, a vida em sociedade

passa a ser associada à acumulação de espetáculos.Com a Revolução Industrial e a produção em massa não mais restrita a uma localização próxima, mas em contexto global, "a mercadoria aparece como uma força que vem ocupar a vida social" (Debord, 1997, p. 30). O espetáculo se torna, portanto, o ponto em que a mercadoria ocupa o social.

O espetáculo é a própria sociedade e sua forma de funcionamento, o denominado "instrumento de unificação" (Debord, 1997, p. 14). Nesse ponto, ele toca na relação entre a alienação e as relações imaginárias que se fabricam, principalmente quando conceitua que "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens" (Debord, 1997, p. 14). Sendo assim, não se trata apenas de uma imagem, mas de como as relações, a sociedade e o consumo se estabelecem, visto que, nesse aspecto da aparência e do visual, o que está envolvido também é o fetichismo da mercadoria proveniente das relações espetaculares.

O espetáculo, então, é o "resultado e o projeto do modo de produção existente" (Debord, 1997, p. 14). Dessa forma, consumo e produção estão interrelacionados e o espetáculo define esse modo de operar. A partir do *Instagram*, seus recursos e modos de usos exacerbam a dinâmica especular e espetacular. Nisso, está envolvida uma alienação, como pontua Debord (1997, p. 15): "o espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto [...], a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente". O que seria verdadeiro e o que seria falso se confundem, relacionando-se ao que é da ordem do virtual, do on-line e do que seria de fato "vivido" *offline* pelo usuário da rede.

Debord (1997), a respeito da definição do espetáculo, elabora suas funções e formações, afirmando que a sociedade se expressa através do espetáculo. Para ele, este último se coloca na ordem do "aparecer", como se o que fosse exposto, necessariamente, fosse bom e, desse modo, o espetáculo se coloca como incontestável. Se fizermos uma transposição ao período em que Debord escreveu seu livro e a atualidade com suas tecnologias, podemos vislumbrar a exacerbação desse projeto a partir do *Instagram*: nos usos que se faz dele e em como ele opera uma engrenagem que pode utilizar a dinâmica do aparecer para suscitar aspectos constitutivos pulsionais e que pode culminar em fins mercadológicos.

Se há uma sutileza no modo de controle articulado ao sistema capitalista – que não atua mais tão diretamente em uma lógica disciplinar –, o consumo está na base do modo como os sujeitos se relacionam, assim como o realce à aparência se evidencia de modo contundente nessa estratégia para o consumismo. Há, então, um objetivo de tornar a vida um produto, desatando o sujeito do viver, passando apenas a se sustentar de modo alienado, imbricado no ter e no parecer, que está relacionado ao modelo de produção. Portanto, um dos aspectos da mercadoria é o de que ela pode ser entendida enquanto espetáculo. A interligação entre ambos está no fato de que o "fazer ver", proveniente da exposição do espetáculo, mostra justamente o mundo atrelado à mercadoria, que passa a dominar a vida. Se o espetáculo é dominante à medida que a sociedade é marcada por relações mercadológicas, especulares e imaginárias, o consumidor, no fim das contas, consome ilusões, e o espetáculo é apenas a manifestação disso (Debord, 1997).

Articulando essas ideias à contemporaneidade, o espetáculo concernente ao *Instagram* está ligado ao conjunto de certas imagens que são expostas nessa rede. Essas imagens geralmente retratam algo da ordem do eu, este entendido como alinhado a certa idealização, isto é, vinculado ao eu ideal e ao ideal de eu. O eu ideal seria uma instância imaginária vinculada a uma identificação primária, como efeito de uma projeção especular, sendo a imagem idealizada de si. Já o ideal do eu se trata da identificação secundária, como uma introjeção simbólica, que é um protótipo que serve de base para que ocorra a idealização (Lacan, 1954/1986). Com esse apanhado, buscamos expor que o paradigma do espetáculo é um dos requisitos para que se dê, de fato, o controle. Sendo assim, o paradigma do controle sobre os corpos nas redes está diretamente relacionado ao espetáculo (Castro, 2015).

Nessa perspectiva, os conteúdos de imagem podem passar a ser vistos na sociedade contemporânea como mais relevantes que os escritos. O culto e a manutenção da própria imagem imperam nas plataformas digitais, ponto que toca no objetivo de divulgar-se como belo e completo. O que se pretende é uma imagem especular que busca omitir a falta constituinte. É nesse aspecto que o consumo proporciona instrumentos para a construção desse tipo de imagem, e não pode ser perdido de vista em uma dimensão crítica, ao qual buscamos destacar. A atual sociedade, principalmente a partir dos fenômenos realçados e discutidos, aparenta inflar uma dimensão mais estética e menos ética, optando por ressaltar a ideia de se viver primordialmente o presente, as aparências e a imediatez. Nisso, a ideia da identidade ocorre em uma dimensão especular, com base no espelho que se tem de si e dos outros.

Dessa maneira, buscamos circunscrever o modo como a pulsão escópica circula nas plataformas digitais, no modo do usuário se servir – e ser servido na rede. O uso que o sujeito faz da rede social relaciona-se à sua interação com os outros usuários e ao que os algoritmos retiram disso em forma de dados e métricas. Assim, o poder desses operaria, por essa perspectiva, a partir de uma personalização do modo como o sujeito navega nas plataformas. Nesse aspecto, o sujeito poderia ser capturado no âmbito pulsional com vistas à exploração da libido obtida no âmbito escópico, em uma espécie de reatualização do circuito pulsional na busca pela satisfação, em uma sociedade marcada pelo espetáculo. O papel da imagem, da espetacularização do eu e do espetáculo estão em jogo, o que reitera os pontos tratados e abre caminho para o fascínio no consumo ligado às plataformas digitais.

## A performance do eu e o capitalismo

Para se discutir a respeito da subjetividade contemporânea, é fundamental apontar a evolução da Internet, das tecnologias e de seu impacto no modo dos sujeitos se relacionarem, além de como a cultura está atrelada às plataformas digitais, cujo cenário discursivo aparenta privilegiar a imagem, o mostrar-se e o se fazer ver. A perspectiva da psicanálise é importante enquanto chave de leitura porque toca no âmbito da relação entre a tecnologia e as economias psíquicas. Nessa medida, concebemos as redes sociais como palco apropriado para se elaborar a respeito da subjetividade de nossa época, uma vez que podem dar pistas sobre a sociedade neoliberal, e do discurso capitalista, que estrategicamente funcionam como pano de fundo em um contexto no qual o eu apenas aparenta imperar. Sendo assim, a imagem e o olhar podem ser lidos como intermediários entre os usuários, que se supõem ver, enquanto o discurso do capitalismo mobiliza o funcionamento pulsional com um efeito orientado para atingir o consumo.

No que diz respeito ao funcionamento do *Instagram*, é fundamental considerar a lógica que o sustenta: da programação e dos algoritmos. Essa lógica expressa o que Castro (2016) denominou governança algorítmica, que se trata de um modo de governar a si e aos outros através de uma racionalidade produzida pelos próprios algoritmos, cujo estofo é o neoliberalismo.

É desse modo que se pode pensar a atual conjuntura como "capitalismo de plataforma", termo engendrado por Nick Srnicek (2017) sobre a lógica atual do capitalismo. Nas plataformas, os usuários supõem estar usufruindo de um produto, quando, na verdade, são eles mesmos os produtos. O que está em jogo é uma necessidade mercadológica acoplada ao *marketing* da plataforma. Assim, ao mostrar-se, o usuário compartilha dados de si para o sistema e, para que isso ocorra, precisa se sentir confortável, isto é, precisa supor que está controlando em algum nível. E as plataformas se utilizam disso para operar.

De acordo com Castro (2018), de modo sintetizado, a mensurabilidade consiste nas atividades e interações colocadas às métricas, e a forma como o consumidor é abordado está relacionada a esses dados gerados por ele ao utilizar a plataforma. Um exemplo disso acontece no momento em que alguém "dá um *like*" em algum conteúdo, o que proporciona a concepção de uma unidade de medida. Nesse ponto, os aspectos de contabilização e de medição promovem uma busca por desempenho e competição entre o próprio usuário e os outros, condição característica do modelo neoliberal. A recursividade é baseada nas informações expostas sobre si pelo consumidor, ou seja, são apontados padrões que são testados pelo próprio usuário, proporcionando um maior refinamento do ordenamento de conteúdos a serem exibidos. O perfilamento é o que define os perfis a partir das combinações de traços entre eles. Ao ser interpelado, o sujeito não se encontra em jogo, mas passa a ser fragmentado e visto como um perfil. Assim, o foco são os traços, que ocorrem através das atividades e interações do usuário ao utilizar a plataforma. É nesse sentido que a interpelação algorítmica presente nas plataformas possui a lógica econômica do neoliberalismo e, a partir disso, não se trata mais do sujeito em jogo, mas de um usuário-perfil, inquirido como consumidor. Dessa forma, de seu lugar e de sua realidade psíquica, o sujeito se coloca em cena no *Instagram*, porém, é como usuário que é fisgado, capturado, visto e interpelado pelo discurso capitalista, que operacionaliza a plataforma – são os grandes bastidores.

Poderíamos analisar os algoritmos como uma tentativa de inscrição simbólica que busca decifrar o desejo por trás do usuário-consumidor, no entanto, algo sempre irá escapar – é aí que se localiza sempre o real. A algoritmização das atividades dos usuários na tentativa de captar e mensurar seu desejo não pode ser completamente atingida, pois os algoritmos não levam em consideração o sujeito como tal, mas sua fragmentação em traços, como um perfil. Há algo em torno do "objeto causa do desejo que o algoritmo tenciona retratar" (Castro, 2020, p. 7), em uma correlação entre o circuito pulsional e o modo de funcionamento das redes sociais.

A fonte pulsional pode ser demonstrada a partir de elementos somáticos, que dizem respeito à própria dimensão do corpóreo. Em outras palavras, na atual conjuntura, é importante que se transpasse a lógica binária de um mundo virtual *versus* um mundo real. Isso porque o próprio corpo está presente na relação do sujeito no virtual e no próprio uso da máquina, o que provoca uma intermediação entre o que seria considerado o mundo "real" e o "virtual". Dito de outro modo, o corpo se coloca enquanto suporte e fonte pulsional, o que pode provocar uma certa experiência de extensão psíquica na relação do sujeito com o digital – o uso da máquina, o toque na tela, a produção e a circulação de imagens e o que ela captura. Há a compulsão à repetição e a checagem constante daquilo que poderíamos chamar de componente aditivo das plataformas: "o objeto nas plataformas é mutável, indeterminado, como o objeto pulsional. E a satisfação obtida pelo usuário ao percorrer o circuito das plataformas encontra um correlato na finalidade pulsional (Castro, 2020, p. 9)".

Tais pontos podem revelar os modos de presença e de mediação que entrelaçam o real e o virtual, dimensionando que a experiência *online* é atravessada por mobilizações de afeto, de desejo e de gozo. Sendo assim, a pulsão, como movimento que parte (e perpassa o corpo) pode encontrar, nas redes sociais, novas vias de expressão e satisfação. Desse modo, ao invés de uma oposição entre "real" e "virtual", existe uma continuidade pulsional que atravessa o uso da máquina e a forma como o sujeito se representa.

Retomando o aspecto escópico, os algoritmos buscam captar a partir do que se coloca à vista e quais pontos são frequentemente capturados. A partir do conceito de pulsão para a psicanálise, é possível compreender a captura do sujeito no uso das redes sociais. Nesse sentido, podemos associar a pulsão oral à dimensão da fala presente na plataforma digital das

redes sociais, no aspecto da comunicação. Se a fala é um dos modos de linguagem, nas plataformas, em geral, constantemente há uma demanda para que se fale, para que se emita um posicionamento. Isso não acarreta, necessariamente, uma paridade e uma democratização das falas, mas, muitas vezes, desinformações e concepções das "verdades de si".

A pulsão anal pode ser impressa na tendência à acumulação e à ordem, em uma inclinação, nas redes, de um acúmulo de seguidores e de curtidas, na tentativa de certificação de uma popularidade, de se colocar enquanto objeto de amor. A pulsão invocante relaciona-se ao supereu, enquanto uma voz interna que ordena o gozo. Esse imperativo, para que se goze, alinha-se ao contexto do neoliberalismo. Com o excesso de imagens, de produtos e de ideias a serem vistas e consumidas, pode-se depreender que existe um aspecto ativo do imperativo de que se deve gozar, a qualquer custo (Castro, 2020).

No contexto de sociedade digital, o sujeito se utiliza da plataforma algorítmica, acreditando ser aquele que comanda a cena, porém, constatamos, por meio dos desdobramentos aqui realizados, que o capitalismo e suas estratégias são conduzidos pelos bastidores. Nesse recorte, o eu – que se coloca como um perfil, trata-se, na verdade, de uma fragmentação em traços dividuais, o produto. Amparando-se na noção postulada por Lacan a respeito do discurso do capitalista, apreende-se que a cena se desenrola a serviço do consumo, que, de sujeito ou eu, se consome até que se consuma – torna-se um fragmento de dado. Naquilo que o sujeito pode acreditar ser senhor de si e autônomo, ele, na verdade, é assujeitado pelo sistema, em uma verdadeira ética empresarial de produção de máquinas de desempenho e de gozo.

Outra chave psicanalítica que pode ser compreendida como ferramenta dessa configuração contemporânea é a teoria lacaniana dos discursos. De modo sintético, Lacan (1970/1992) estabelece o conceito de discursos. Eles seriam uma forma de laço social; uma forma de estruturar os atravessamentos que ressoam na sociedade, tomando "o universo como sendo antes de tudo discursivo, ou seja, estruturado como linguagem" (Castro, 2009, p. 257). O discurso capitalista, especificamente, resulta de uma inversão entre S1 e $ do Discurso do Mestre, com uma troca de termos nas posições do agente e da verdade, na qual vigora, majoritariamente, um imperativo do gozo, assim como a supressão do laço social. Assim, os termos desse discurso que não fazem laço são lidos da seguinte maneira: $ designa o consumidor, S1 é o capital, S2 é a tecnociência e os *gadgets* são entendidos como *a*. Isso posto, o sujeito, na posição de agente, crê-se independente e aparenta controlar os significantes-mestres (S1), que estão na posição da verdade. Nessa perspectiva, o sujeito está muito alinhado ao eu narcísico e, por conta disso, imaginariamente, está em um contexto favorável à sociedade do consumo, crendo-se autônomo e senhor de si para fazer escolhas. Já no S1, o capital, e no S2, a ciência, compreende-se que é a partir desse saber oriundo da bateria de significantes (S2) que os *gadgets* (*a*) procedem. E, por sua vez, são esses objetos que comandam o sujeito.

A partir da perspectiva do discurso capitalista, que melhor se incorpora à ideia do capitalismo tardio, evidencia-se um circuito sem fim, principalmente em relação ao modo pelo qual as setas estão dispostas no matema que ilustra um circuito infinito. Dessa maneira, ao trazer a problemática do gozo e de seu imperativo para uma pretensa satisfação infinita, sem limitações, tudo se torna permitido. Além disso, não havendo mais as disjunções de impossibilidade entre agente e outro, nem as disjunções de impotência entre a produção e a verdade, provoca-se uma movimentação incessante entre os termos. Assim, o discurso capitalista pode nos ajudar a compreender a dinâmica contemporânea que pode existir em certos usos das plataformas algorítmicas: o objeto opera no mais de gozo em um circuito que se consuma à medida que se consome.

## Considerações finais

Inicialmente, algumas questões foram formuladas sobre o que as redes sociais convocam no sujeito, em termos libidinais. O presente artigo teve por objetivo explorar a dimensão do fascínio da imagem nas redes sociais, interrogando a respeito do olhar e da performance do eu em um contexto marcado pela racionalidade neoliberal. A partir desses pontos, buscou-se trabalhar, não com um mero intento de responder à questão, mas com a problematização e a discussão, a partir da leitura psicanalítica, de manifestações que podem se desenrolar nas dimensões da imagem e do olhar. Além disso, discutiu-se a respeito do circuito pulsional e constatou-se que pode ser uma via pela qual o Discurso Capitalista se serve, ao ser reatualizado e utilizado pelos grandes conglomerados digitais a seu serviço. Assim, nesse recorte, conclui-se que o sujeito pode ser capturado no âmbito pulsional e que poderia haver, na atualidade, uma exploração da libido obtida no âmbito escópico, em uma sociedade marcada pelo espetáculo.

Seguindo por essa via, haveria uma marca do investimento na imagem e a libido estaria aí envolvida, em um afluxo que não deixa de ser econômico. Essa problemática pode ser proposta, inclusive, a partir da hipótese de que o fascínio pelas telas na atualidade se relacionaria também a uma espécie de reprodução do júbilo inicial do estádio do espelho. Assim, poderia configurar um certo ponto a ser resgatado pela dinâmica capitalista e mercadológica, que explora isso conjuntamente às estratégias de *marketing* e de algoritmos, para fisgar o usuário-consumidor que navega na plataforma.

Em uma sociedade da plataforma (ou escópica), na qual filtros, *stories*, exposições de performances e imperativos de desempenho manifestam-se recorrentemente, prepondera a focalização no imaginário e no ideal que vêm à tona, em uma verdadeira moldagem de si. Desse modo, podemos compreender que, no ínterim do que se circunscreve como neoliberalismo, o sujeito contemporâneo, nos termos aqui discutidos, faz-se objeto para ser visto em seu falso aspecto de completude. É o

projeto que acomoda a concepção de que o sujeito pode não ser perfeito, mas sua máquina o será. No corpo-máquina, no sujeito-objeto, concebe-se que o aperfeiçoamento de órgãos, de feições e de enquadramentos de si traria algo da ordem do desaparecimento do limite dos desempenhos. Isso é corroborado pela parceria entre o sistema capitalista e a ciência, que, a partir da oferta de suas tecnologias, dá suporte à ilusão do desempenho total.

Se os algoritmos permitem maior precisão em relação à hipótese do que o consumidor poderia querer e comprar, em contrapartida, sempre existe aquilo que sobra nessa operação. Nesse sentido, retomamos a conceituação lacaniana referente aos três registros e, através do Real lacaniano, podemos depreender que "perfis e nichos, ainda que concebidos com base numa imensa quantidade de dados, não deixam de ser aproximações" (Castro, 2018, p. 13). Entende-se que, com a tentativa de "algoritmização" do desejo do consumidor, há uma construção simbólica concernente ao seu desejo.

Dessa maneira, há sempre algo que resta, que diz respeito ao sujeito, o qual é completamente diferente e destoante de sua fragmentação em diferentes traços subjacentes a uma ideia de usuário. Com essa perspectiva de criação de um perfil, o que há, na verdade, é a expectativa de capturar o consumidor, porém, essa tentativa esbarra no que é da ordem do sujeito, do desejo, da falta e daquilo que resta. É com isso que, na tentativa de captar o consumidor e capturar o seu desejo, perde-se de vista o sujeito, que não cessa de não se fazer ser visto. Assim, buscamos empreender um percurso a partir dos registros lacanianos: com o Imaginário, a respeito do eu e da imagem; com o Real, a partir da pulsão e do âmbito do olhar, e, por fim, com o Simbólico e a matematização envolvida na algoritmização das plataformas.

A partir dos pontos trabalhados, o *Instagram* pode ser visto como uma rede social que anuncia, no seu característico fluxo imagético, as máscaras e os filtros propagados diante dos olhares de outrem, escondendo a falta estrutural. Ao ocupar o lugar narcísico a ser visto na dinâmica da rede, o sujeito pode se colocar em função do olhar do Outro, enquanto imagem e aparência – completa e sem furos. Dispõe-se como semblante, buscando se deixar de fora enquanto sujeito dividido, porém este último sempre escapa. Assim, no recorte de discussão que buscou destrinchar o *Instagram* enquanto engrenagem algorítmica, a máscara seria a própria performance do eu diante dos filtros, dos engodos de si e das cenas montadas.

Se o olhar e a imagem permitem que o sujeito se veja, se fascine e seja fascinado diante do não saber e do desconhecido, isso se deve ao caráter especular da sua constituição. Lacan, ao abordar que o sujeito se vê de uma forma incompleta, assim afirmou: "ele se vê do outro lado, de maneira imperfeita como vocês sabem, devido ao caráter fundamentalmente inacabado da *Urbild* especular, que é, não apenas imaginária, mas também ilusória (Lacan, 1955/1985, p. 308)". Nesse contexto, podemos destacar que o ilusório está além do registro imaginário. Com essa trajetória, buscamos desmembrar pontos que respondam a nossa indagação a respeito do papel da imagem, do olhar e do fascínio exercidos pelas telas, evidenciado pelo ávido dispêndio de atenção frente às telas dos *smartphones* e das postagens que se desenrolam no fluxo imagético das plataformas digitais.

O *Instagram* foi o fenômeno escolhido para focalizar a nossa reflexão. Ele permite vislumbrar dimensões de um estofo discursivo próprio da sociedade contemporânea e de certos imperativos que se propagam nas redes sociais. Em alguns casos, há uma tendência à valorização da exposição, do desempenho e das comparações de si, o que pode sugerir um horizonte que privilegia a visibilidade. Desse modo, buscamos tratar de uma possibilidade de leitura que diz respeito ao modo pelo qual o sujeito se mobiliza nesses espaços, sem buscar caracterizar tais pontos elencados como uma experiência universal ou uniforme.

É inegável que investigar as plataformas digitais implica debruçar-se sobre o horizonte de nossa época, na qual se marca a definitiva entrada das mídias, do digital, do *online* e dos aplicativos, demonstrando as reatualizações relacionadas à visibilidade. Isso é o que Lacan (1953/1998a) discutia em seu ensino, ao tratar da relação entre a psicanálise e a cultura: "[...] renuncie a isso, portanto, quem não conseguir alcançar em seu horizonte a subjetividade de sua época. Pois, como poderia fazer de seu ser o eixo de tantas vidas quem nada soubesse da dialética que o compromete com essas vidas num movimento simbólico" (p. 322). Desse modo, buscamos discutir os significados e discursos empreendidos no digital, bem como os novos conflitos e dialéticas que se instauram para os sujeitos.

A realização da pesquisa a esse respeito explora o que está em jogo no que se torna visível e no que se deixa sob o véu: os exemplos estão nas próprias redes sociais. À vista, coloca-se uma ideia divertida e de interação entre os usuários, bem como os imperativos "seja feliz", "ganhe dinheiro fácil nas plataformas" ou as ideias como "publique vídeos para tornar seus dias melhores". Logo, o que está em jogo abrange os impasses diante do alargamento tecnológico e midiático, cuja marca do imperativo da visibilidade é cada vez mais ampliada e explorada. Isso envolve não apenas aquilo que se põe a ver, mas também o que se busca esconder em um primeiro plano.

## Referências

Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida* (P. Dentzien, Trad.). Zahar.

Castro, J. C. L. (2025). A economia libidinal da governança algorítmica. *Psicologia USP*, 26, 1-10. https://doi.org/10.1590/0103-6564e230163

Castro, J. C. L. (2015). Império das imagens e fluidez das identificações. *Flash - Boletim Eletrônico do VII ENAPOL, 10*. https://hal.science/hal-03225769

Castro, J. C. L. (2018). O consumo na era da interpelação algorítmica. In *Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* (pp. 1-15). Intercom. https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1148-1.pdf

Castro, J. C. L. (2020). Governança algorítmica e economia libidinal. In *Anais do XXIX Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.* COMPÓS. https://proceedings.science/compos/compos-2020/trabalhos/governanca-algoritmica-e-economia-libidinal?lang=pt-br

Castro, J. E. (2009). Considerações sobre a escrita lacaniana dos discursos. Ágora, 12(2), 245-258. https://doi.org/10.1590/S1516-14982009000200006

Cukiert, M., & Priszkulnik, L. (2002). Considerações sobre eu e o corpo em Lacan. *Estudos de Psicologia*, *7*(1), 143-149. https://www.scielo.br/j/epsic/a/B6bDhRYBMtzmhTs6m4tW4rd/?lang=pt

Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo.* Contraponto.

Karhawi, I. (2015). Espetacularização do Eu e #selfies: um ensaio sobre visibilidade midiática. In *Anais do Congresso Internacional Comunicação e Consumo* (pp. 1-15). ESPM. https://www.researchgate.net/publication/315114266_Espetacularizacao_do_Eu_e_selfies_um_ensaio_sobre_visibilidade_midiatica

Lacan, J. (1985a). *O seminário, livro 2: O eu na teoria de Freud e na técnica da psicanálise*. Zahar. (Trabalho original publicado em 1955).

Lacan, J. (1985b). *O seminário, livro 11: Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise* (2a ed.). Zahar. (Trabalho original publicado em 1964).

Lacan, J. (1986). *O seminário, livro 1: Os escritos técnicos de Freud*. Zahar. (Trabalho original publicado em 1954).

Lacan, J. (1992). *O seminário, livro 17: O avesso da psicanálise*. Zahar. (Obra original publicada em 1970).

Lacan, J. (1998a). Função e campo da fala e da linguagem em psicanálise. In J. Lacan, *Escritos* (pp. 238-324). Zahar. (Trabalho original publicado em 1953).

Lacan, J. (1998b). O estádio do espelho como formador da função do eu. In J. Lacan, *Escritos* (pp. 96-103). Zahar. (Trabalho original publicado em 1949).

Lemma, A. (2015). A psicanálise em tempos de tecnocultura: algumas reflexões sobre o destino do corpo no espaço virtual (A. R. Carvalho, Trad.). *Revista Brasileira de Psicanálise*, *49*(1), 67-84. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-641X2015000100005

Marichal, J. (2012). *Facebook Democracy: The Architecture of Disclosure and the Threat to Public Life*. Routledge.

Mattos, A. V. V. (2023). *O fascínio da imagem: o olhar e as redes sociais*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Estado do Rio de Janeiro]. Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da UERJ. https://www.bdtd.uerj.br:8443/handle/1/19844

Rotolo, L. (2023). *Harmonização facial: o que é, como é feita e riscos*. Tua Saúde. https://www.tuasaude.com/harmonizacao-facial

Sociedade do filtro: vale tudo pra sair bem na selfie? (2021, 23 de abril). *Trip TV*. https://revistatrip.uol.com.br/trip-tv/sociedade-do-filtro-vale-tudo-pra-sair-bem-na-selfie

Srnicek, N. (2017). *Platform capitalismo*. Polity Press.

## Contribuição dos Autores

**Mattos, A. V. V.:** Redação – rascunho original, Escrita – revisão e edição.
**Brunhari, M. V.:** Redação – rascunho original, Escrita – revisão e edição.

## Fonte de Financiamento

Este trabalho não contou com suporte financeiro ou financiamento específico de agências de fomento.

## Conflito de Interesses

Os autores informaram que não há conflito de interesses.

## Direitos Autorais

Os autores detêm os direitos autorais relativos ao artigo e concedem à Revista Subjetividades o direito de primeira publicação. O trabalho é publicado em Acesso Aberto (*Open Access*) sob a Licença Internacional Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 (CC BY-NC 4.0).

## Uso de Inteligência Artificial

Os autores declaram que não foi utilizado nenhum recurso de Inteligência Artificial na elaboração deste artigo.

## Verificação de Similaridade

A Revista Subjetividades mantém a prática de submeter todos os artigos aprovados para publicação à verificação de similaridade pelo software *iThenticate* da *Turnitin*, através do serviço *Similarity Check* da *Crossref.*

## Disponibilidade de Dados

Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo poderá ser disponibilizado mediante solicitação.

## Revisão por Pares

Este conteúdo foi avaliado conforme o processo de revisão por pares duplo-cego (*double-blind peer review*). A divulgação das informações dos pareceristas e do Relatório de Revisão por Pares (*Peer Review Report*) é feita somente após a conclusão do processo avaliativo e com o consentimento voluntário dos respectivos pareceristas e autores.

## Editora-chefe Responsável

**Regina Heloisa Maciel**
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Ceará, Brasil
https://orcid.org/0000-0003-2933-7021

## Editores Associados

**Kaline da Silva Lima**
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Ceará, Brasil
https://orcid.org/0000-0001-6127-5815

**Leônia Cavalcante Teixeira**
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Ceará, Brasil
https://orcid.org/0000-0002-4997-5349

**Lucas Guimarães Bloc**
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Ceará, Brasil
https://orcid.org/0000-0002-8528-131X