

Walmir Fernandes Pereira
(Org.)

PSICOLOGIA E COMPORTAMENTO DIGITAL

COMO AS INTERAÇÕES ONLINE ESTÃO MOLDANDO
OS COMPORTAMENTOS SOCIAIS E OS EFEITOS DO
CONSUMO EXCESSIVO DE TECNOLOGIA E REDES SOCIAIS
SOBRE A IDENTIDADE E RELACIONAMENTOS



científica digital



CIENTÍFICA DIGITAL EDITORIAL LTDA

Barueri - São Paulo - Brasil
www.cientificadigital.org - contato@cientificadigital.org

Diagramação e Arte	Edição © 2026 Científica Digital
Diego Santos	Texto © 2026 Os Autores
João Quintela	1ª Edição - 2026
Imagens da Capa	Acesso Livre - Open Access
Adobe Stock - 2026	

© COPYRIGHT - TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. A editora detém os direitos autorais sobre a edição e o projeto gráfico, enquanto os autores mantêm os direitos autorais de seus respectivos textos. Esta obra está licenciada sob a Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional, permitindo o download e compartilhamento integral ou parcial, desde que a fonte seja devidamente citada e os créditos atribuídos aos autores. É obrigatório que a obra permaneça em formato de Acesso Livre (Open Access), sem qualquer alteração. A catalogação em plataformas de acesso restrito ou com fins comerciais é estritamente proibida.



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P974

Psicologia e comportamento digital: como as interações online estão moldando os comportamentos sociais e os efeitos do consumo excessivo de tecnologia e redes sociais sobre a identidade e relacionamentos / Organização de Walmir Fernandes Pereira. – Barueri/SP: Científica Digital, 2026.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui Bibliografia
ISBN 978-65-6155-225-7
DOI 10.37885/978-65-6155-225-7

1. Psicologia social. 2. Comportamento digital. 3. Redes sociais. I. Pereira, Walmir Fernandes (Organizador). II. Título.

CDD 302

Elaborado por Janaína Ramos – CRB-8/9166

Índice para catálogo sistemático:

I. Psicologia social

E-BOOK

ACESSO LIVRE ON LINE - IMPRESSÃO PROIBIDA

2026

Walmir Fernandes Pereira
(Org.)

Psicologia e Comportamento Digital:
Como as Interações Online Estão Moldando os
Comportamentos Sociais e os Efeitos do Consumo
Excessivo de Tecnologia e Redes Sociais sobre a
Identidade e Relacionamentos

1ª EDIÇÃO



científica digital

2026 - BARUERI - SP

CONSELHO EDITORIAL

Prof. Dr. André Cutrim Carvalho
Prof. Dr. Antônio Marcos Mota Miranda
Prof^a. Ma. Auristela Correa Castro
Prof. Dr. Carlos Alberto Martins Cordeiro
Prof. Dr. Carlos Alexandre Oelke
Prof^a. Dra. Caroline Nóbrega de Almeida
Prof^a. Dra. Clara Mockdece Neves
Prof^a. Dra. Claudia Maria Rinhel-Silva
Prof^a. Dra. Clecia Simone Gonçalves Rosa Pacheco
Prof. Dr. Cristiano Marins
Prof^a. Dra. Cristina Berger Fadel
Prof. Dr. Daniel Luciano Gevehr
Prof. Dr. Diogo da Silva Cardoso
Prof. Dr. Ernane Rosa Martins
Prof. Dr. Everaldo dos Santos Mendes
Prof. Dr. Fabricio Gomes Gonçalves
Prof^a. Dra. Fernanda Rezende
Prof. Dr. Flávio Aparecido de Almeida
Prof^a. Dra. Francine Náthalie Ferraresi Queluz
Prof^a. Dra. Geuciane Felipe Guerim Fernandes
Prof. Dr. Humberto Costa

Prof. Dr. Joachin Melo Azevedo Neto
Prof. Dr. Jónata Ferreira de Moura
Prof. Dr. José Aderval Aragão
Prof. Me. Julianno Pizzano Ayoub
Prof. Dr. Leonardo Augusto Couto Finelli
Prof. Dr. Luiz Gonzaga Lapa Junior
Prof. Me. Marcelo da Fonseca Ferreira da Silva
Prof^a. Dra. Maria Cristina Zago
Prof^a. Dra. Maria Otília Zangão
Prof. Dr. Mário Henrique Gomes
Prof. Dr. Marcus Fernando da Silva Praxedes
Prof. Dr. Nelson J. Almeida
Prof. Dr. Pedro Afonso Cortez
Prof. Dr. Reinaldo Pacheco dos Santos
Prof. Dr. Rogério de Melo Grillo
Prof^a. Dra. Rosenery Pimentel Nascimento
Prof. Dr. Rossano Sartori Dal Molin
Prof. Me. Silvio Almeida Junior
Prof^a. Dra. Thays Zigante Furlan Ribeiro
Prof. Dr. Wescley Viana Evangelista
Prof. Dr. Willian Carboni Viana
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme

Acesse a lista completa dos Membros do Conselho Editorial em www.cientificadigital.org/conselho

Parecer e revisão por pares

Os textos que compõem esta obra passaram por avaliação do Conselho Editorial e revisão por pares externos (*Peer Review*), recebendo a devida recomendação para publicação.

Nota: Esta obra é fruto de um processo colaborativo, configurando-se como uma coletânea na qual os direitos autorais permanecem resguardados para os respectivos autores. Alguns capítulos podem ter origem em trabalhos anteriormente apresentados em eventos acadêmicos; no entanto, os autores foram orientados a adotar o devido rigor na prevenção do autoplágio. A responsabilidade pelo conteúdo de cada capítulo, assim como pela originalidade e integridade das informações publicadas, é inteiramente dos respectivos autores e autoras. O conteúdo da obra não reflete, necessariamente, a opinião da editora, dos organizadores ou dos membros do conselho editorial.

APRESENTAÇÃO

Esta obra resulta de um esforço colaborativo que reuniu professores, estudantes e pesquisadores, cujo engajamento qualificou as reflexões desenvolvidas neste espaço formativo. Fruto de iniciativas interinstitucionais de incentivo à pesquisa, o livro congrega especialistas de diversas áreas do conhecimento, vinculados a instituições de educação superior públicas e privadas, no Brasil e no exterior.

O objetivo central é fortalecer a integração entre instituições por meio de redes de pesquisa voltadas à formação continuada de profissionais da educação, promovendo a produção e a ampla disseminação do conhecimento.

Agradecemos aos autores pela dedicação e compromisso na construção desta obra, que se propõe a ser um recurso didático-pedagógico relevante para estudantes, docentes de diferentes níveis de ensino e demais interessados na temática.

Walmir Fernandes Pereira

SUMÁRIO

Capítulo 01

IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA IMAGEM CORPORAL DE ADOLESCENTES: UM ESTUDO TRANSVERSAL

José Everlan Carvalho Vale; Jorge Luís Pereira Cavalcante

 10.37885/251220970 8

Capítulo 02

O RITMO DA REPETIÇÃO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: ALGORITMO, CONSUMO E IDENTIFICAÇÃO

Vinícius Souza de Oliveira; André Gouvêa de Paiva; Eliana Rigotto Lazzarini

 10.37885/260822741 23

SOBRE O ORGANIZADOR 43

ÍNDICE REMISSIVO 45

IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NA IMAGEM CORPORAL DE ADOLESCENTES: UM ESTUDO TRANSVERSAL

José Everlan Carvalho Vale

Centro Universitário Inta (UNINTA)

Jorge Luís Pereira Cavalcante

Centro Universitário Inta (UNINTA)

RESUMO

O objetivo deste estudo foi descrever a influência de uma rede social sobre a alimentação e imagem corporal de adolescentes. Tratou-se de uma pesquisa transversal e quantitativa, realizada via plataforma *Google Forms*, com 120 alunos adolescentes de uma escola de ensino médio de Reriutaba, Ceará, Brasil. Os dados foram analisados por estatística descritiva (média, desvio-padrão, mediana, moda, porcentagem, amplitude) através do *free software* GNU PSPP 1.4.0. Observou-se que 80,4% dos estudantes se preocupam com a alimentação e por seus hábitos alimentares. Há um uso excessivo das redes sociais, principalmente *Instagram*, canais de blogueiros, *tiktokers* e influenciadores com corpos definidos, guiando-os à padronização corporal. Os jovens consomem produtos para ganho de musculatura. Há vergonha do corpo e insegurança por não fazerem parte da sociedade, conforme ditas as personalidades da *internet*, e ao tentarem replicar seus métodos sem sucesso. O corpo bonito e desejável abre portas para as dietas da moda, exercícios excessivos e distúrbios alimentares, todos disponíveis na *web*. Conclui-se a influência negativa que a *internet* pode ocasionar na vida dos adolescentes, persuadindo-os com diversas ferramentas. Faz-se necessária a continuidade da pesquisa para informar às futuras gerações que o “padrão corporal” imposto pela sociedade não é uma regra a ser seguida.

Palavras-chave: Adolescente; dieta; estereotipagem; identidade corporal; rede social virtual.

INTRODUÇÃO

Os adolescentes sofrem diversas influências sociais e culturais que fomenta a busca pelo corpo ideal e isso induz o começo da alimentação inadequada ou aos transtornos alimentares. O padrão escultural e magro apresentado pelas mídias é uma realidade paralela de muitos jovens promovendo assim, a insatisfação corporal. Através de um padrão corporal considerado atraente e aceito pela sociedade, o adolescente inicia a busca por evitar o sofrimento de uma possível exclusão controlando seus corpos e desejos. A juventude é cativada pelo porte físico inalcançável rotulado pelas mídias, por não conquistar esse ideal, eles acabam rejeitando seus corpos, promovendo assim, a insatisfação corporal levando cada vez mais a ilusão de um corpo ideal magro e esguio (Ludewig *et al*, 2017).

A mídia possui um papel fundamental para a formação de hábitos alimentares, onde as imagens abordadas pelas propagandas geram uma associação a vida do personagem usufruído pela indústria televisiva cativando cada vez mais os jovens. Esse público acaba escolhendo produtos industrializados por se fazerem presentes em maior escala no horário televisivo do que os alimentos orgânicos. A mídia é usada pelos jovens como uma ferramenta de companhia, motivados pela falta de reuniões familiares durante as refeições que acabam proporcionando uma alienação e sedentarismo (Micheletti; Mello, 2020).

De acordo com Levy *et al.* (2010), a adolescência é uma fase em que se ocorrem diversas mudanças biológicas, sociais e psicológicas que são influenciadas pelo ambiente em que se vive. Diversos hábitos podem inspirar a mudanças em seu comportamento, estes relacionados a alimentação saudável, autoimagem e desenvolvimento psicossocial, e a realização de práticas incorretas, como o hábito de comer assistindo televisão, podem encaminhar riscos para a incidência de doenças crônicas.

Os padrões alimentares sofrem diversas modificações influenciadas pelo mundo contemporâneo industrializado. Diversos fatores como a falta de tempo e a praticidade vem ocasionando a substituição dos alimentos *in natura* para os ultraprocessados promovendo aos adolescentes uma experiência de alimentação desequilibrada e com carências nutricionais de forma precoce. A indústria alimentícia avista esses jovens como seres consumidores com grande capacidade

de influência sobre as compras dos pais e os inspira a consumir seus produtos através de brinquedos, brincadeiras, corpos perfeitos, artistas, músicas que prendem a atenção do nicho facilitando a persuasão (Ceccatto *et al.*, 2018).

Um dos fatores que promoveram a construção desse trabalho foi a grande quantidade de pessoas que se deixam guiar pelas dietas da *internet* sem possuir uma perspectiva sobre as consequências que ela pode ocasionar para o usuário que a utiliza, destacando os motivos que desencadeiam o desejo por esses métodos e a forma como o corpo reage com o uso desses planos alimentares inadequados. Diante desse contexto, surgiu a seguinte questão norteadora: Quais os motivos levam os jovens a sofrer distorção corporal, em especial, nas redes sociais? A interação *online* promove alguma influência negativa nos jovens insatisfeitos com seus corpos? Até que ponto essa influência das redes pode influenciar os adolescentes no seu padrão alimentar?

O objetivo deste estudo foi descrever a influência das redes sociais na imagem corporal de adolescentes.

MÉTODOS

Tratou-se de uma pesquisa de campo observacional do tipo exploratória, descritiva, transversal com abordagem quantitativa e qualitativa.

O estudo foi realizado na Escola Estadual de Educação Profissional Francisca Castro de Mesquita, localizada na Rua José Furtado de Melo, nº 125, Bairro da Rampa, Reriutaba, Ceará. Ela é uma instituição que apresenta uma diversidade de cursos técnicos em período de turnos integrais e atende em torno de 300 alunos de ambos os sexos.

Os participantes da pesquisa foram os estudantes do 1º ano ao 3º ano do ensino médio da escola profissionalizante; ambos os sexos; idades variando de 15 a 19 anos e que cursavam o ensino médio no ano de 2022. Foram excluídos os alunos que desistiram de participar do estudo após começá-lo; aqueles (ou a família, no caso de menores de 18 anos) que mesmo tendo assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE e o Termo de Anuência Livre e Esclarecido – TALE não completaram o estudo devido mudança de escola; e por ausência devido licença médica ou viagens imprevistas durante o período da coleta de dados.

O número amostral foi calculado conforme o total de estudantes adolescentes matriculados no curso técnico da escola referente ao atual ano, sendo em média, 300 alunos. Para a determinação do tamanho da amostra, foi adotado um erro amostral igual a 0,05 (5%) com nível de 95% de confiança. Como a população de alunos na instituição é de 300 alunos, a amostra mínima aleatória calculada nesse projeto foi de 172 alunos, revelando-se eficiente para futuros resultados na pesquisa (Fontelles *et al.*, 2010).

A coleta das informações ocorreu em novembro de 2022. Foi escolhido o *Google Forms* como ferramenta de captação das informações porque os alunos já haviam utilizado essa plataforma em muitas atividades na escola, especialmente aprendida e apreendida por eles durante o período das aulas remotas ainda na fase de distanciamento social. O entrevistador fez uma breve explicação sobre a importância e seriedade do questionário, em seguida, os alunos receberam um *link* por *e-mail* para terem acesso à pesquisa. Na primeira seção da página, apareceu o TCLE que foi lido; o estudante que aceitou colaborar com o estudo, marcou uma caixa de diálogo com “sim, autorizando a minha participação na pesquisa”, passando para a segunda seção; ou assinalou uma outra caixa contendo “não aceito participar da pesquisa” na qual surgiu uma mensagem agradecendo o acesso à página da pesquisa, finalizando a operação. No caso dos alunos menores de 18 anos, a seção contendo o TCLE foi lida por um dos pais ou responsável pelo jovem ou pelo próprio aluno na presença dos pais, caso o responsável não fosse alfabetizado, marcando (ou não) uma das caixas de autorização (ou não) para o seu filho participar do estudo; no caso do aceite, abriu-se uma outra seção contendo o TALE do estudo o qual foi lido pelo aluno menor de idade que, ao aceitar, passou à próxima seção contendo um questionário propriamente dito. Os alunos que não aceitaram, o acesso foi encerrado.

Havendo concordância em contribuir com a investigação, o estudante foi encaminhado às próximas seções da ferramenta. Nessa primeira, o participante forneceu os seguintes dados: nome completo, data do preenchimento, idade em anos, peso em quilograma e altura em centímetros (o pesquisador assistente calculou o IMC depois). Na fase seguinte, o estudante respondeu a 34 perguntas do *Body Shape Questionnaire* – BSQ, que é um formulário de Forma Corporal, instrumento adaptado e validado por Di Pietro e Silveira (2009) que é usado em população brasileira para avaliar preocupações e insatisfação

corporal. Em todas as perguntas, o estudante marcou uma das seis opções: 1- nunca, 2- raramente, 3- às vezes, 4- frequentemente, 5- muito frequentemente e 6- sempre. Na outra fase, o aluno respondeu um questionário sobre a influência do *Instagram* nas suas preferências corporais conforme foi elaborado e utilizado por Reis *et al.* (2021), porém com um detalhe: apesar de conter 29 perguntas, algumas foram suprimidas por serem bem semelhantes ao do BSQ; assim, havendo uma pequena adaptação desse instrumento o qual contém poucas questões abertas quando o aluno marcar a opção “Outra”.

Os dados foram analisados através de estatística descritiva (média, desvio-padrão, mediana, moda, porcentagem, amplitude) registrada em planilhas Microsoft Excel 2016 e do programa de análise estatística *free software* GNU PSPP 1.4.0, para dados analíticos.

A pesquisa seguiu os critérios contidos na resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde / Ministério da Saúde, sempre respeitando a integridade dos entrevistados de acordo com os quatro princípios da bioética: autonomia, justiça, beneficência e não maleficência (Brasil, 2012).

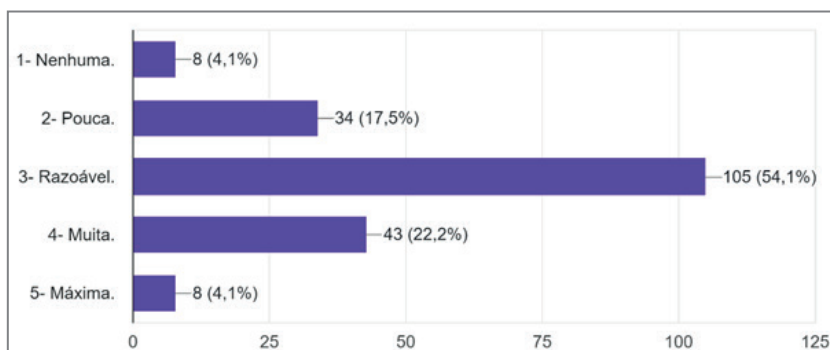
O presente estudo foi subjugado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Uninta em que os alunos participantes da pesquisa de campo assinaram um TCLE ou TALE autorizando o uso dos dados para o desenvolvimento da investigação. No caso dos participantes menores de 18 anos, além deles terem assinado o TALE, foi necessária a assinatura de um TCLE pelos responsáveis desses alunos. Vale frisar ainda que o estudo também só foi iniciado após expedição de uma carta de anuência pelo diretor da escola. Assim, o CEP/Uninta expediu parecer favorável à execução da pesquisa através do CAAE nº 64566022.1.0000.8133 e do Parecer nº 5.738.878/2022.

RESULTADOS

Participaram da pesquisa 194 alunos, de ambos os sexos, sendo 62,4% do sexo feminino e 37,6% do sexo masculino, com idades variando de 15 anos a 19 anos, e estudantes do primeiro ao terceiro ano da Escola Estadual de Educação Profissionalizante Francisca Castro de Mesquita. Houveram 4 desistências durante a aplicação do formulário.

De acordo com o Gráfico 1, maioria dos participantes possuem uma preocupação com a alimentação e apesar do valor máximo não possuir prevalência, ao observar do ponto médio até o ponto máximo, tendo valor predominante de 80,4%.

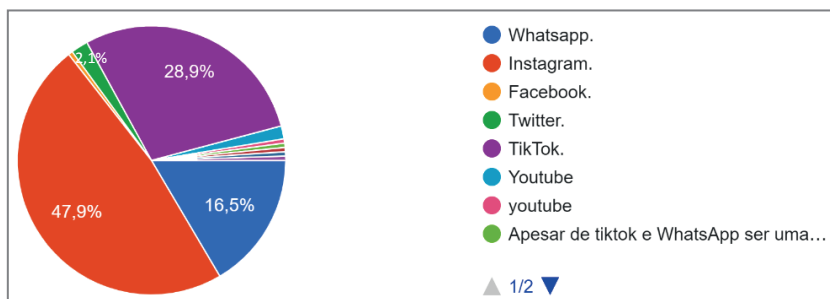
Gráfico 1 - Grau de preocupação dos alunos com os hábitos alimentares na Escola Técnica Profissionalizante. Reriutaba, Ceará, Brasil, 2022.



Fonte: Autoria própria (2022).

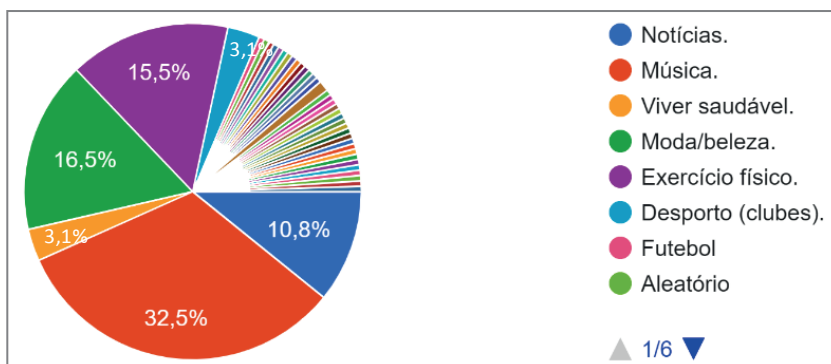
Conforme o Gráfico 2, a rede social mais utilizada pelos adolescentes foi o *Instagram*, que ocupou quase 40% da preferência dos entrevistados. Eles utilizam a rede social por muito tempo procurando assuntos diversos, tais como: “músicas virais” (32,5%) do aplicativo, “notícias” (10,8%) e até sobre alimentação saudável associadas as opções de “moda/beleza” (16,5%) e “exercícios físicos” (15,5%) como mostra os Gráficos 2 e 3.

Gráfico 2 - Relação das redes sociais mais utilizadas pelos dos alunos (n=194) da escola profissionalizante. Reriutaba, Ceará, Brasil, 2022.



Fonte: Autoria própria (2022).

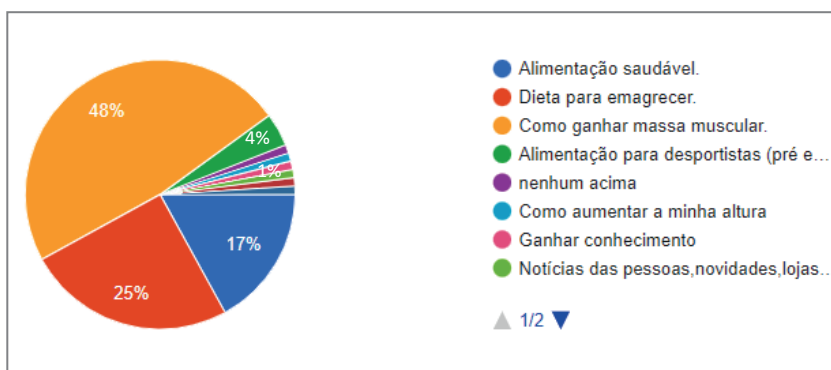
Gráfico 3 - Assuntos mais procurados nas redes sociais pelos alunos (n=194) da escola profissionalizante. Reriutaba, Ceará, Brasil, 2022.



Fonte: Autoria própria (2023).

Preocupados com a forma física, conteúdos envolvendo “alimentação saudável”, “dietas para emagrecer”, “dietas para ganho de massa muscular”, “pré e pós treino” demonstrados no Gráfico 4, também fazem parte dos interesses dos jovens. Isso mostra que possivelmente eles assistem vídeos de influenciadores, que quase sempre não possuem uma especialização na área, transmitem conteúdos incertos sobre os temas citados anteriormente.

Gráfico 4 - Termos mais procurados nas redes sociais pelos alunos (n=194) da escola profissionalizante. Reriutaba, Ceará, Brasil, 2022.

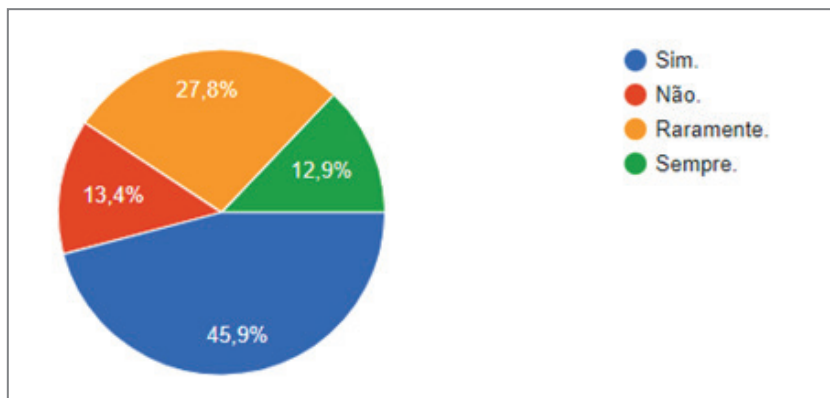


Fonte: Autoria própria (2022).

Conforme o Gráfico 5, os entrevistados ainda afirmaram sobre o hábito de assistir os vídeos enquanto se alimentam e o costume de consumir doces enquanto passam tempo em frente à televisão. Ambos os atos favorecem no

ganho de peso, tornando-se antagonistas ao desejo que eles possuem de ter um corpo padrão.

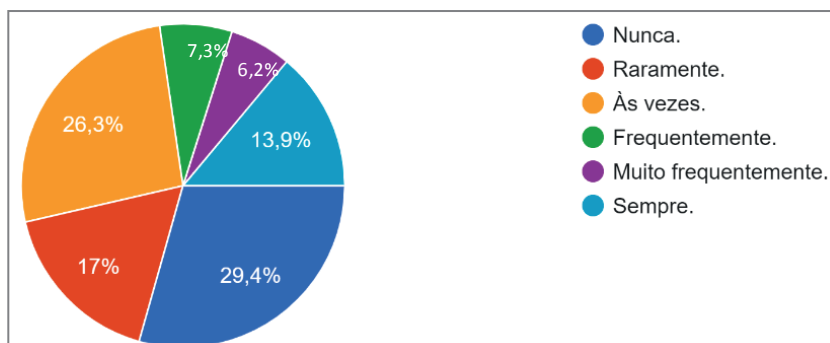
Gráfico 5 - Relação da utilização das redes sociais durante as refeições citada pelos alunos (n=194) da escola profissionalizante. Reriutaba, Ceará, Brasil, 2022.



Fonte: Autoria própria (2023).

Observou-se também que a insatisfação dos adolescentes com o próprio corpo está presente ao marcarem diversos quesitos, desde a "gordurinha localizada" até o medo de consumir muitas calorias por receio de engordar. Notou-se que isso torna esses jovens "alvos fáceis" para a onda de *Fake News*, que são mentiras encontradas e disseminadas na *internet*; mais as dietas da moda disponíveis na *internet*. A *web* associada às redes sociais possuem uma grande parcela da culpa dessa insatisfação por ocultar os corpos reais e impor um padrão de beleza quase inalcançável. Essa atitude influencia diretamente no comportamento do adolescente, que por falta de informação, abraça a ideia de desvantagem em relação ao meio em que está e passa a conviver com a vergonha do seu corpo, como mostra o Gráfico 6.

Gráfico 6 - Grau de vergonha corporal dos alunos (n=194) da escola profissionalizante. Reriutaba, Ceará, Brasil, 2022.



Fonte: Autoria própria (2023).

Em relação à vergonha que os alunos sentem do próprio corpo, cerca de 29% afirmaram não terem esse problema, porém, o restante comentou ter algum tipo de vergonha do próprio corpo: raramente (17%), às vezes (26,3%), e sempre (13,9%), mostrando a insatisfação acarretada pela mídia e pelo padrão de ter um corpo perfeito, fazendo com os alunos tendessem ter algum tipo de problema, como compulsão alimentar.

DISCUSSÃO

Em busca de resultados rápidos, há métodos na *internet* divulgados por elaboradores de conteúdo incentivando a adoção de dietas da moda. Encantados pelas esperanças de ter um corpo padrão alto, magro, musculoso e com pouca gordura e pela sensação de igualdade no meio em que se encontra, a expectativa é tão alta que a preocupação de haver um resultado negativo é quase inexistente.

Um padrão de beleza é um conjunto de normas estéticas que formatam o corpo de um indivíduo, de acordo com processos culturais localizados em um determinado espaço e tempo histórico. É uma construção social, ou seja, não é algo que sempre existiu na natureza, não é universal nem imutável. O padrão corporal determina que para uma pessoa ser considerada bonita, é necessário ter algumas características, tais como: ser alta, possuir a menor porcentagem

de gordura possível, lábios grossos e músculos definidos, pele bronzeada e não possuir marcas de expressão que revelem a idade (Baldissera, 2022).

A preocupação com a forma e o peso corporal é um comportamento diretamente ligado à insatisfação corporal, sendo caracterizado por um contínuo de descontentamento com a imagem corporal. Esta, pela perspectiva psicodinâmica, pode ser entendida como a representação mental do corpo – corpo este que não só agrega os aspectos biológicos, também libidinais e sociais (Schilder, 1980; Krueger, 2002; Tavares, 2003).

No âmbito da pesquisa, verificou-se que cerca de 54,1% dos alunos pesquisados consideraram razoável a preocupação com hábitos alimentares. Pinto (2023), ao realizar um estudo com 262 adolescentes de duas escolas secundárias em Gondomar, Portugal, observou que 41,1% dos estudantes não estavam satisfeitos com a silhueta corporal atual, mesmo 48,1% deles tendo considerado o seu estado de saúde como sendo bom. No entanto, o investigador encontrou elevada prevalência de excesso de peso e de maus hábitos alimentares nos alunos de ambas as escolas, já que a imagem corporal e o estado de saúde tendenciaram ao pessimismo e não tanto ao realismo. Isto mostra como a imagem que o jovem tem do próprio corpo é impactante com o modo de se ver no mundo, o qual carece da atenção de profissionais da saúde, pois muitas vezes gera insegurança de opinião ficando essa a ser formada por influenciadores de redes sociais como o Instagram.

O *Instagram* é um aplicativo/site voltado a registrar fotos e vídeos de momentos importantes na vida de indivíduos e podendo este compartilhar com amigos, conhecidos e desconhecidos. Nesse contexto, até que ponto, expor o cotidiano pode ser benéfico ou não, em especial, no que diz respeito ao fenômeno 'influência', voltado direta ou indiretamente a busca do corpo perfeito? (Silva, 2021).

Na pesquisa, foi apontado que a rede social mais acessada pelos jovens do ensino médio da Escola Estadual de Ensino Profissionalizante Francisca Castro de Mesquita é o Instagram. Isso mostra que esta rede social em específico é a que exerce mais influência nos jovens e que estes têm grande preocupação com hábitos alimentares, a rede social em questão, um difusor e influenciador disto, é capaz de acarretar diversos problemas psicológicos e físicos. As mídias associadas ao *marketing* transformam o corpo em um produto, tornando-se um

objeto de consumo afiliada ao “corpo perfeito” à imagem de sucesso, prazer e realização pessoal. A partir desta objetificação do corpo, a mídia influencia na adoção de padrões estéticos aceitos e endeusados pela sociedade e que está incluído, promovendo um verdadeiro mercado de consumo correlacionado ao corpo (Bastos *et al.*, 2022).

Os fatores biopsicossociais como a genética, o psicológico, o econômico, a sociedade e a mídia, de certa forma contribuem para maneira que um indivíduo pode ou deve se alimentar, determinando de forma direta ou indireta a escolha do tipo, qualidade e quantidade de alimento a ingerir (Moraes, 2014).

Na adolescência, os hormônios estão em maior nível de produção devido à fase de desenvolvimento. Isso gera a necessidade de ver o próprio corpo como algo a ser encaixado no padrão de beleza, imposto pela mídia, e é feito através de *digital influencers*. Eles são divulgadores de produtos através de publicidade; fazem dancinhas ou cantam; e, em sua maioria, têm corpos vistos pela sociedade como os aceitáveis. No entanto, grande parte deles, conseguem sucesso, mas com ajuda de outros profissionais como os *personal trainers*, nutricionistas e cirurgões plásticos (Silva *et al.*, 2022).

O transtorno dismórfico corporal (TDC) é um transtorno mental que se caracteriza por afetar a percepção que o paciente tem da própria imagem corporal, levando-o a ter preocupações irracionais sobre defeitos em alguma parte do seu corpo (por exemplo: nariz torto, olhos desalinhados, imperfeições na pele e dentre outros) (Phillips *et al.*, 2001). Essa percepção distorcida pode ser totalmente falsa (imaginária) ou estar baseada em alterações sutis da aparência, resultando numa reação exagerada a respeito, com importantes prejuízos no funcionamento pessoal, familiar, social e profissional. Acomete mais frequentemente no sexo feminino e inicia-se em geral na adolescência e são frequentemente associadas ao medo de rejeição, baixa autoestima, vergonha, sentimentos de desvalia ou desamor (Almeida; Leahy; Moreira, 2021).

A mídia segue sendo um grande veículo de disseminação dos padrões de beleza, as grandes inovações na estética hoje, incluindo a cirurgia plástica, terem tornado os procedimentos cirúrgicos, alguns invasivos e outros não, mais seguros, contribui e induz no cumprimento desses procedimentos. Porém, com a realização da determinada cirurgia, o dimorfismo corporal não diminui, sendo necessário o tratamento psicológico e psiquiátrico (Medeiros *et al.*, 2022).

CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente trabalho possibilitou a análise de como o adolescente se comporta diante da sociedade e como a sua imagem corporal pode influenciar no desenvolvimento social dele, sendo a internet uma das principais ferramentas utilizadas para que esse vínculo aconteça. Além disso, permitiu através da pesquisa de campo obter dados fiéis aos tipos de conteúdo buscados na *internet*, tipo de alimentação, práticas de exercícios, preocupação corporal e dentre outros tópicos abordados no questionário.

É intrigante observar que a opção “música” é o principal motivo para o uso da rede social, mas se observar bem na própria rede social é perceptível que essa opção é norteadada através das “dancinhas” que os blogueiros e influenciadores reproduzem, geralmente estes possuem corpos padrões, geralmente possuindo um corpo magro, musculoso, sem excesso de curvas, usufruem de poucas vestimentas como ferramentas para captar a atenção do público.

A partir dos dados obtidos na pesquisa é perceptível a influência negativa que a internet pode ocasionar na vida dos adolescentes, principalmente quando se trata de imagem corporal e dietas de fácil acesso com procedência duvidosa. O querer ser aceito na sociedade alimenta o desafio de se encaixar nela, mesmo que os métodos promovam malefícios a saúde. A pesquisa também possibilitou entender um pouco a situação de cada participante, evidenciando que por mais que haja a informação, o uso da tecnologia acaba influenciando os jovens ao consumo de massa.

Dada a importância deste assunto para as futuras gerações, torna-se necessário o desenvolvimento desta pesquisa após a defesa para que, a pressão imposta pela sociedade sobre o padrão corporal não promova novos usuários das dietas da moda disponíveis na internet, levando a informação precisa sobre o ganho/perda de peso de forma saudável e precisa.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. M. S.; LEAHY, A. R. M.; MOREIRA, L. A. C. Transtorno dismórfico corporal: uma revisão integrativa. **Residência Pediátrica**, v. 11, n. 3, p. 1-5, 2021. Disponível em: <https://cdn.publisher.gn1.link/residenciapediatrica.com.br/pdf/pprint228.pdf>. Acesso em: 4 ago. 2023.
- BALDISSERA, O. Saúde mental e neurociência: Como os padrões de beleza afetam a sociedade. /m: PÓSPUCPRDIGITAL. **Blog pósdigital pucpr**. Curitiba, 23 set. 2022. Disponível em: <https://posdigital.pucpr.br/blog/padroes-beleza>. Acesso em: 3 ago. 2023.
- BASTOS, A. P. S. de O. *et al.* A influência das mídias sociais no transtorno dismórfico corporal: uma doença da era digital? **Revista Científica do Tocantins**, v. 2, n. 2, p. 1-18, 2022. Disponível em: <https://itpacporto.emnuvens.com.br/revista/article/view/48/45>. Acesso em: 3 ago. 2023.
- CECCATTO, D. *et al.* A influência da mídia no consumo alimentar infantil: uma revisão da literatura. **Perspectiva**, v. 42, n. 157, p. 141-149, 2018. Disponível em: https://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/157_700.pdf. Acesso em: 4 jun. 2021.
- DI PIETRO, M.; SILVEIRA, D. X. da. Internal validity, dimensionality and performance of the Body Shape Questionnaire in a group of Brazilian college students. **Brazilian Journal of Psychiatry**, v. 31, n. 1, p. 21-24, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1516-44462008005000017>. Acesso em: 3 out. 2022.
- FONTELLES, M. J. *et al.* Metodologia da pesquisa: diretrizes para o cálculo do tamanho da amostra. **Revista Paraense de Medicina**, v. 34, n. 2, p. 57-64, 2010. Disponível em: <http://files.bvs.br/upload/S/0101-5907/2010/v24n2/a2125.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2022.
- LEVY, R. B. *et al.* Consumo e comportamento alimentar entre adolescentes brasileiros: Pesquisa Nacional de Saúde do Escolar (PeNSE), 2009. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 15, supl. 2, p. 3085-3097, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-81232010000800013>. Acesso em: 4 jun. 2021.
- LUDEWIG, A. M. *et al.* Prevalência de sintomas para transtornos alimentares em escolares de 11 a 15 anos da rede municipal de ensino da cidade de Nova Petrópolis, RS. **Revista da AMRIGS**, v. 61, n. 1, p. 35-39, 2017. Disponível em: <https://docplayer.com.br/53446324-Prevalencia-de-sintomas-para-transtornos-alimentares-em-escolares-de-11-a-15-anos-da-rede-municipal-de-ensino-da-cidade-de-nova-petropolis-rs.html>. Acesso em: 30 jun. 2023.
- MEDEIROS, L. P. *et al.* Transtorno dismórfico corporal: relação com os padrões de beleza. **Revista Eletrônica Acervo Saúde**, v. 15, n. 3, p. 1-7, 2022. Disponível em: <https://acervomais.com.br/index.php/saude/article/view/9930/5929>. Acesso em: 3 ago. 2023.
- MICHELETTI, N. J.; MELLO, A. P. de Q. A influência da mídia na formação dos hábitos alimentares de crianças e adolescentes. **Disciplinarum Scientia**, v. 21, n. 2, p. 73-87, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufn.edu.br/index.php/disciplinarumS/article/view/3230>. Acesso em: 7 jun. 2020.
- PINTO, M. J. P. **Estado nutricional, hábitos alimentares, atividade física e auto-percepção da imagem corporal e do estado de saúde dos adolescentes do Município de Gondomar**. 2023. 29 f. TCC (Licenciatura em Ciências da Nutrição) – Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação, Universidade do Porto, Porto, 2023. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/151446/2/635810.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2023.
- REIS, L. B. M. *et al.* Insatisfação corporal e comportamentos de risco para o desenvolvimento de transtornos alimentares: uma avaliação entre estudantes de medicina. **Debates em Psiquiatria**, v. 11, [S. n.], p. 1-27, 2021. Disponível em: <https://revistardp.org.br/revista/article/view/217>. Acesso em: 5 ago. 2023.

SILVA, A. S. P. A. P. **A influência do *Instagram* nas escolhas alimentares**. 2021. 144 f. Dissertação (Mestrado em Publicidade e Marketing) – Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/13901/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o%20de%20Mestrado%20-%20Ana%20Silva.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2021.

SILVA, L. *et al.* **Tok tok e instagram: qual o discurso sobre imagem corporal e comportamento alimentar**. 2022. 15 f. TCC (Bacharelado em Nutrição) – Universidade São Judas Tadeu, São Bernardo do Campo, 2022. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/handle/ANIMA/29619>. Acesso em: 8 ago. 2023.

O RITMO DA REPETIÇÃO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS: ALGORITMO, CONSUMO E IDENTIFICAÇÃO

Vinícius Souza de Oliveira

Universidade de Brasília (UnB)

André Gouvêa de Paiva

Universidade de Brasília (UnB)

Eliana Rigotto Lazzarini

Universidade de Brasília (UnB)

RESUMO

Neste capítulo, investigamos as relações entre ritmo, repetição e pulsão para compreender como a variação dos conteúdos pode coexistir com a permanência de um mesmo circuito de busca e satisfação. Argumentamos que o funcionamento algorítmico não produz o movimento pulsional, mas organiza o campo de objetos disponibilizados ao sujeito, intensificando a circulação e a captura da atenção. Consideramos ainda como os conteúdos que atravessam esse circuito carregam formas, discursos e referências que participam de processos de identificação, reconhecimento e pertencimento. Por fim, discutimos as tensões entre comunicação, criação e pertencimento e os processos de massificação, controle e individualização que podem acompanhar a organização técnica da experiência contemporânea. O percurso evidencia a ambivalência das plataformas digitais, que ampliam possibilidades de interação e expressão ao mesmo tempo que podem intensificar formas de repetição, captura da atenção e consumo.

Palavras-chave: algoritmo; identificação; plataformas digitais; repetição; consumo.

INTRODUÇÃO

É inegável o avanço da presença da internet e de novas tecnologias digitais no nosso cotidiano. Dentre eletrodomésticos, casas inteligentes e *smartphones* que levamos para todo canto, estamos rodeados por plataformas digitais que medeiam nossa interação com o mundo. Segundo Castro (2025) e Pereira *et al.* (2025), as plataformas digitais podem ser compreendidas como ambientes tecnológicos que articulam práticas de comunicação, consumo e circulação de informações, que contam com a atuação de um algoritmo, compreendido como mecanismo que opera na seleção, organização e apresentação de conteúdos considerados relevantes aos interesses de cada usuário.

Estudos recentes (Cruz *et al.*, 2025; Campana, 2025; Ferreira, 2025; Martins; Franco; Vasques, 2023; Han, 2018) apontam que as transformações ocasionadas pelo desenvolvimento tecnológico e pelas plataformas digitais modificam significativamente as formas de comunicação, circulação de informações, relações sociais, a produção simbólica e a experiência subjetiva. Sucessões contínuas de vídeos, imagens, textos e outras produções oferecem ao usuário um fluxo permanente de novos estímulos, cuja organização é atravessada por mecanismos técnicos de recomendação e seleção. Conteúdos distintos podem compartilhar estruturas semelhantes e serem retomados, replicados e modificados por diferentes usuários (Zulli; Zulli, 2020).

Esses processos ultrapassam o âmbito das práticas individuais e alcançam diferentes esferas da vida social. Conforme analisam Nieborg e Poell (2018), essa expansão envolve dimensões governamentais, econômicas e políticas da produção cultural, cada vez mais articuladas às lógicas de mercado. O funcionamento presente nas plataformas integra um repertório de conteúdos e interesses que mantém em funcionamento um circuito contínuo para captar o máximo de “tempo de atenção cerebral disponível” (Stiegler, 2008, p. 140, tradução nossa), ou seja, capturar a disponibilidade da nossa consciência. Para Stiegler (2008), tanto a consciência quanto o cérebro são componentes de um aparelho psíquico que representa a experiência individual e social do ser humano, desde seus aspectos mais primitivos, como é o caso da pulsão, às suas formas mais elaboradas, como o desejo.

O circuito das plataformas envolve conteúdos que carregam, além de objetos de consumo, formas de linguagem, comportamentos, opiniões, valores e estilos de vida. A ordenação desses formatos participa de uma estruturação de repertórios compartilhados, que, segundo Mesquita (2026) estão associados a sentimentos de pertencimento e validação, o que demonstra seu valor para a formação de uma determinada organização social. Segundo Stiegler (2008), as plataformas digitais se tornam agentes significativos da vida pública, desempenhando um papel importante no dinamismo social. Por outro lado, exploram a libido¹ do sujeito² transformando todos esses elementos em objetos de consumo. É uma forma de manipular o desejo segundo os interesses do mercado, que produz, para o autor, uma perda na capacidade associativa, ou social, das pessoas.

De uma forma ou de outra, o ambiente digital toma um local de destaque na discussão sobre a experiência humana, e isso demanda uma análise crítica do funcionamento das plataformas e sua influência na experiência subjetiva, na ordenação de práticas culturais e experiências compartilhadas. Para desenvolver essa análise, partimos da presença do ritmo, da repetição e da pulsão na experiência humana, investigando como essas dimensões assumem formas particulares na circulação digital. Em seguida, examinamos a sucessão dos conteúdos e o movimento de busca organizado pelas plataformas, considerando a articulação entre algoritmo, pulsão, objeto e satisfação e discutindo como a variação dos conteúdos pode coexistir com a permanência de um mesmo circuito. Na sequência, direcionamos a análise para a dimensão coletiva desse funcionamento, investigando como formas, discursos e referências que circulam nas plataformas participam de processos de identificação, reconhecimento e pertencimento. Por fim, discutimos as implicações desse funcionamento para os processos de individuação e massificação, considerando os efeitos da captura da atenção e as tensões entre as possibilidades de comunicação,

¹ Freud (2010a [1914]) concebe a libido como a energia sexual implicada nos investimentos libidinais do Eu e dos objetos. Stiegler (2008) parte dessa conceituação de energia libidinal para retratar a capacidade do indivíduo de investir em si e naquilo que o rodeia, organizando seu mundo pulsional.

² Neste capítulo, o termo “sujeito” será utilizado em referência ao sujeito do inconsciente, tal como concebido por Lacan (1988 [1964]), distinguindo-se do indivíduo empírico, do eu consciente e da identidade psicológica.

criação e pertencimento e as formas de controle e organização da experiência promovidas pelas plataformas.

A discussão desenvolvida articula contribuições da psicanálise, da antropologia, da filosofia crítica e de estudos recentes sobre o tema. O arcabouço teórico será utilizado como instrumento de leitura e investigação de fenômenos ligados à experiência subjetiva nas plataformas digitais. Os conceitos de pulsão e repetição, tais como desenvolvidos por Freud (2010d [1914]; 2010c [1915]; 2010 [1920]), e de ritmo, abordado por Spina (2002), constituem eixos centrais da argumentação, enquanto o conceito de identificação, tal como trabalhado por Freud (2010 [1921]), permite examinar as articulações entre experiência individual, reconhecimento e pertencimento. As contribuições de Stiegler (2008) são mobilizadas para discutir a captura da atenção, a exploração da libido e as tensões entre individuação e organização técnica da experiência, ao passo que Adorno e Horkheimer (2024 [1947]) contribuem para a discussão da massificação e da padronização no ambiente digital. Estudos contemporâneos sobre plataformas complementam esse percurso ao fornecer elementos para a análise de seus mecanismos algorítmicos, formas de circulação e efeitos sobre os usuários.

REPETIÇÃO E RITMO: DAS FORMAS CULTURAIS À CIRCULAÇÃO DIGITAL

O ambiente digital dispõe de formas particulares de funcionamento: vídeos, notícias, pequenos textos e propagandas comerciais são disseminados com mecanismos organizados por algoritmos, que processam as interações dos usuários e participam da seleção e recomendação dos conteúdos apresentados posteriormente (Pereira *et al.*, 2025). As redes sociais, por exemplo, são articuladas dessa forma, utilizando o perfilamento de usuários para selecionar os conteúdos com maior capacidade de captura da atenção (Stiegler, 2008). Alguns conteúdos, com determinado formato de comunicação ou de apresentação, podem se tornar populares e ser distribuídos de forma massiva, fenômeno conhecido como *viralização*. A viralização é caracterizada por essa propagação intensa e disforme (Han, 2018), de algo que pode ser reproduzido por diferentes pessoas e retornar inúmeras vezes sob pequenas variações (Zulli; Zulli, 2020). Os conteúdos encontrados podem repetir uma mesma estrutura e

ritmo, com músicas, danças, frases ou situações, de modo que a mensagem se modifique, mas permaneça regida por uma estrutura reconhecível.

Em uma primeira comparação, a repetição dos conteúdos virais na rede talvez não pareça ter uma relação evidente com a concepção desse termo para a psicanálise. Freud (2010d [1914]) conceitua a repetição como a reprodução, em ato, de algo que não pode ser lembrado ou posto em palavras. Não se trata de uma reprodução consciente, ou intencional, daquilo que foi vivido no seu passado, mas de algo que o manifesta na experiência atual do sujeito, em seus atos e relações, sem que o mesmo tenha pleno controle ou domínio sobre aquilo que repete. No entanto, a repetição baliza justamente isso a que chamamos de estrutura reconhecível, pois é na medida em que algo acontece de novo que pode ser percebido como familiar.

Levando adiante a conceituação de Freud (2010d [1914]), a frequência e intensidade da repetição podem ser indicativos da força da repressão que substitui o lembrar pela reprodução em ato. O que impede o livre caminho da lembrança é que se trata de alguma demanda por satisfação, originada no inconsciente³, e que por isso se vê barrada em sua capacidade de expressão. Por ser barrada, aumenta o grau de insatisfação e a pressão interna por satisfação incide no aumento da repetição que, ao menos, permite a diminuição temporária dessa demanda.

Esse elemento que pede por satisfação é o que Freud (2010c [1915]) chama de pulsão. Ele a conceitua como um “conceito-limite entre o somático e o psíquico” (p. 57), ou seja, o representante psíquico dos estímulos provenientes do interior do corpo. Diferentemente dos estímulos externos, dos quais podemos escapar, os estímulos vindos de dentro não podem ser eliminados a não ser pela via da satisfação, mediada por algum objeto que, para Freud, não precisa ser fixo. No entanto, a satisfação total não é possível, já que o corpo vivente continua gerando essa pressão de forma ininterrupta, assim como não é possível a

³ Para Freud (1900 [2019]), o inconsciente não designa simplesmente aquilo que escapa à consciência, mas um sistema psíquico com leis e modos de funcionamento próprios. Seus processos caracterizam-se pela atemporalidade, pela ausência de contradição e pela impossibilidade da negação, mantendo uma atividade constante na dinâmica da vida psíquica (Freud, 2010b [1915]).

insatisfação absoluta, pois o aumento exponencial dessa pressão poderia gerar uma sobrecarga psíquica. Dessa forma, é preciso encontrar um ritmo para a satisfação parcial, o que se manifesta na frequência das repetições.

O ritmo, no entanto, não se restringe apenas à frequência em que as repetições ocorrem. Segismundo Spina (2002), em seu livro *Na madrugada das formas poéticas*, investiga a relação entre linguagem, música, dança e atividades culturais na composição originária das formas poéticas. O ritmo é um dos elementos fundamentais discutidos pelo autor, apresentado em sua dimensão antropológica e histórico-cultural, ligado aos movimentos corporais, à constituição da linguagem e às experiências compartilhadas. Para além de sua dimensão estética, o ritmo aparece como dimensão constitutiva das formas poéticas e como elemento relacionado às formas de comunicação e atividade humana. Isso se mostra de acordo com a sugestão de Stiegler (2008) de que o processo mais íntimo de individuação é atravessado pela dimensão coletiva, e vice-versa.

Retomando o contexto das plataformas digitais, o ritmo manifesta-se na temporalidade dos conteúdos, bem como em suas formas de apresentação e sucessão. Um mesmo enquadre pode ser retomado inúmeras vezes, ainda que os conteúdos apresentados ao usuário se renovem continuamente. A repetição de uma forma coexiste com a constante variação dos elementos que a atualizam. Como apontam Almeida e Atallah (2008), a repetição envolve tanto a insistência dos signos quanto o encontro com aquilo que escapa a essa cadeia. Essa dimensão será importante para a discussão seguinte: se os conteúdos apresentados nas plataformas se modificam continuamente, em que medida essa variação converge em formas recorrentes de apresentação, circulação e consumo?

O CONTEÚDO MUDA, O MOVIMENTO PERMANECE

Há uma continuidade ininterrupta: ao terminar um conteúdo, outro é imediatamente apresentado, e ainda alguns vídeos são construídos intencionalmente para retornarem sobre si mesmos, em estruturas de *videos in endless loop*, como um comportamento infinito de retorno (Siebenhandl; Volsa; Stieger, 2026). Um pequeno gesto com o dedo apresenta um novo vídeo, produzido por outra página, mas cuja composição articula elementos familiares que visam favorecer a permanência do usuário diante da plataforma.

Pereira *et al.* (2025) realizaram uma pesquisa que nos permite observar o funcionamento algorítmico na plataforma *YouTube*, verificando que as recomendações se relacionam diretamente aos conteúdos e temas anteriormente pesquisados e consumidos pelo usuário. A partir das interações e dados produzidos, a plataforma configura um campo para as ações subsequentes. A sugestão de conteúdo antecipa o processo decisório do sujeito na tentativa de sustentar sua atenção, fornecendo conteúdos que são avaliados como do interesse do usuário a partir das interações anteriores e do levantamento estatístico daquele tipo de perfil.

Sendo assim, a própria plataforma intercede na possibilidade de decisão do sujeito a partir da interação do mesmo e de seus dados de navegação. A ação do sujeito na plataforma alimenta os mecanismos de produção do circuito que tenta capturar sua atenção e mantê-lo conectado. Os registros e marcas de interação são incorporados às recomendações e sucessões de conteúdos posteriores de acordo com os interesses de um seleto grupo de grandes plataformas digitais (Nieborg; Poell, 2018). O objeto pelo qual a satisfação pulsional do sujeito pode ser alcançada não é fixo, assim como o encontro com determinado objeto desejado não encerra o movimento de busca. A fonte da pulsão permanece produzindo excitação e exigindo trabalho contínuo (Freud, 2010c [1915]). Em *Além do princípio do prazer*, Freud (2010 [1920]) acrescenta a essa discussão a dimensão da compulsão à repetição, observando que determinados processos repetitivos não podem ser explicados exclusivamente pela busca de prazer.

Esse mecanismo é explorado pela infraestrutura das plataformas, mantendo o sujeito em errância indeterminada. Para Han (2014), a estrutura do campo digital mantém o sujeito, através da antecipação de seus desejos e decisões, em um estado de reflexão pré-verbal ou pré-reflexivo. Ou seja, quando a plataforma intercede no processo decisivo e o antecipa, ele retira o sujeito da equação de seu próprio desejo, e o impele a uma atuação irrefletida que tende à repetição de seus comportamentos, mesmo que dali ele não obtenha nenhum prazer ou satisfação real de seus desejos. Para Stiegler (2008), isso caracteriza o capitalismo pulsional, onde os sistemas tecnológicos criam uma condição tal de controle da experiência do sujeito que exploram suas pulsões a fim de

forçá-lo a não tomar decisões por conta própria e apenas seguir as sugestões que lhe foram impostas.

O sistema da plataforma incorpora padrões mais amplos de comportamento, identificados a partir de dados disponíveis que foram coletados por meio de outros usuários (Pereira *et al.*, 2025), para calcular as sugestões mais rentáveis. Um certo ritmo (Spina, 2002) é desencadeado pelos usuários e sequestrado pela estrutura digital, que passa a mantê-los sob gestão. Assim, a plataforma captura os dados da coletividade para induzir um maior controle dos processos individuais, produzindo com essa captação da libido “desejos fabricados perfeitamente de acordo com a necessidade de rentabilidade dos investimentos” (Stiegler, 2008, p. 29, tradução nossa). Segundo Stiegler (2008), o desejo é algo intrinsecamente singular, mas que as tecnologias de mídia e comunicação tornaram possível a fabricação em escala industrial de campos do desejo através da categorização estatística das singularidades. Isso agrupa os usuários em blocos de consumidores que receberão um conteúdo estatisticamente considerado como desejável para aquele perfil, suspendendo a linha entre a singularidade do desejo e o que Adorno e Horkheimer (1947) vão chamar de massificação.

A massificação se refere à fabricação de produtos standardizados e padronização dos consumidores para que nenhum escape à lógica do capital (Adorno & Horkheimer, 1947). Adorno e Horkheimer (1947) reconhecem que a diferença entre os produtos serve apenas “para manifestar uma aparência de concorrência e possibilidade de escolha” (p. 11), mas que, invariavelmente, essa produção em escala industrial converge para uma “crescente uniformidade recíproca” (p. 12). Para além disso, os autores ressaltam que os critérios de produção interferem nesse processo, como eles demonstram no exemplo do cinema da época. Quando os filmes passam, até mesmo pelo refino de sua técnica, a reproduzir com maior grau de exatidão o mundo percebido cotidianamente, reforçam a ilusão contrária, a de que o mundo fora do cinema é um prolongamento do que se viu no filme. Isso produziria uma atrofia do pensamento dos espectadores, em especial pela captura da atenção que operam através do ritmo elevado da sucessão de cenas que precisam ser percebidas e que, assim, não deixam espaço para a imaginação caminhar por conta própria. Se,

no âmbito da mídia televisiva e cinematográfica a que os autores se referiam, já podíamos observar o processo de massificação e da captura de atenção através do ritmo de apresentação dos conteúdos, no campo das plataformas digitais é de se esperar que esses mecanismos de controle e cooptação do mercado sejam ainda mais refinados.

Castro (2025) observa que a própria noção de identidade pode ser capturada, mobilizada e valorizada em aspectos específicos pela estrutura algorítmica, assumindo a forma de dados coletados e fragmentando o sujeito durante o processo. O autor pontua ainda que o algoritmo busca identificar “o que cada um deseja” (p. 2), mas é incapaz de codificar o sujeito como uma unidade e trabalha a partir de uma extensa gama de registros extraídos de uma massa. Um campo de convergência é criado, no qual conteúdos semelhantes são continuamente reiterados e aproximados, produzindo uma ideia de novidade que recai na circularidade do mesmo.

A estrutura digital possui aspecto transitório que mantém o sujeito em circuito contínuo, cujo ritmo se estende para âmbitos diversos de sua vida. A pulsão (Freud, 2010c [1915]), constitutiva do sujeito e marcada por uma pressão constante, não é capturada em sua totalidade pelo algoritmo. Entretanto, os rastros de sua demanda por satisfação são integrados à infraestrutura algorítmica, através de uma insistência mecânica que oferece continuamente a possibilidade de algo novo, mas conduz repetidamente à reprodução do mesmo funcionamento. Incessantemente circular, o esgotamento do usuário pode levá-lo à navegação como forma de distração diante das próprias queixas (Andrade; Viñán-Ludeña, 2025), recolocando-o em contato com a mecanicidade errante das plataformas.

VARIAÇÃO DO OBJETO E PERMANÊNCIA NA BUSCA

Assim como o ritmo, a repetição é uma dimensão constitutiva das práticas humanas, na medida em que participa da organização subjetiva e se articula a fenômenos culturais e sociais. Ela sustenta um movimento que não encontra ponto definitivo de encerramento, pois se organiza em torno de uma forma de satisfação que permanece não alcançada (Freud, 2010 [1920]). O movimento prossegue em busca de produzir alguma diferença a cada retorno. Nas plataformas digitais, essa dinâmica encontra um campo particularmente favorável

à manutenção da busca, uma vez que a experiência é organizada em um fluxo contínuo de conteúdos, anúncios e produtos, no qual cada elemento apresentado pode conduzir a uma nova oferta.

Freud (2010c [1915]) ressalta que o objeto é justamente o elemento mais variável da pulsão, podendo ser substituído ou deslocado de acordo com as contingências inerentes ao sujeito. A meta da pulsão, por outro lado, permanece relacionada à satisfação, ou seja, à redução da estimulação presente em sua fonte, ainda que diferentes caminhos possam conduzir até ela. No entanto, a satisfação total nunca chega a ser atingida. A variabilidade do objeto, portanto, não encerra o movimento pulsional, mas possibilita sua continuidade.

Freud (2010 [1920]) indica que a demanda de satisfação pulsional exige o novo, de novo. Porém, se trata de uma condição impossível, já que as experiências primeiras não são reproduzíveis na mesma intensidade nas vezes subsequentes. Sua conclusão, portanto, é a de que a compulsão à repetição faz retornar experiências que podem ser acompanhadas de desprazer, colocando em questão a satisfação e a busca pelo prazer como únicos meios de compreensão do funcionamento psíquico. A repetição não se reduz à tentativa consciente de recuperar uma experiência satisfatória, mas manifesta uma insistência que pode conduzir ao desprazer ou até mesmo ao sofrimento psíquico.

Uma dinâmica semelhante pode ser operacionalizada pela infraestrutura das plataformas, contribuindo para a configuração de formas problemáticas de uso, identificadas por Andrade e Viñán-Ludeña (2025) a partir dos prejuízos produzidos e das consequências negativas na vida cotidiana, associadas a dinâmicas de uso intensivo. Em consonância, Poli *et al.* (2025) relacionam o uso problemático à dificuldade de autorregulação, à preocupação persistente em permanecer online, à urgência em retornar às redes e à preferência pelo ambiente virtual em detrimento das interações presenciais. Os autores, contudo, distinguem esse quadro do uso prolongado, que pode assumir caráter normativo conforme determinados contextos sociais.

Ainda assim, podemos reconhecer uma compulsão à repetição nessas formas problemáticas de uso. Pelo que expomos até aqui, podemos reconhecer na estrutura das plataformas um desenho para eliciar esse tipo de compulsão, já que se trata de uma disputa constante pela atenção dos usuários. A exploração

do mecanismo pulsional proposta por Stiegler (2008) diz respeito a isso, e os conteúdos presentes nas plataformas começam a se apresentar como uma alternativa à realidade material e compartilhada (Han, 2018). Por mais que isso possa apresentar um problema, há uma busca do usuário por constituir sua individualidade a partir desse universo que passa a rodeá-lo de forma incessante, vinculando seu desejo aos elementos que agora constituem sua realidade virtual.

Castro (2025) observa que a causa do desejo permanece inapreensível, enquanto a plataforma dispõe de recursos que buscam aperfeiçoar aproximações e similaridades por meio da articulação entre algoritmo, usuário e fluxo persistente de conteúdos. A busca de prazer não é suficiente para explicar todos os processos de repetição, abrindo espaço para compreender o funcionamento psíquico a partir de uma dinâmica na qual determinadas experiências retornam mesmo diante de seu caráter desprazeroso (Freud, 2010 [1920]). Em outras palavras, o usuário passa a identificar os conteúdos presentes na plataforma como uma forma de apreensão da cultura e, por conseguinte, tenta estabelecer nas plataformas os vínculos de pertencimento a uma comunidade que, embora abstrata, ainda representa um lugar social a ser ocupado.

Nieborg e Poell (2018) pontuam que a própria produção cultural está dependente da estrutura das plataformas, gerenciada por algoritmos que potencializam o que convém às grandes instituições de tecnologia que as operacionalizam. Os conteúdos que ocupam sucessivamente esse circuito não são neutros: carregam formas, discursos, comportamentos e referências que circulam socialmente. Ao investigarem a plataforma *TikTok*, Zulli e Zulli (2020) argumentam que as práticas miméticas de seleção, reprodução e circulação de conteúdos participam da constituição de um fator identitário, em que conteúdos específicos são selecionados e favorecidos pela infraestrutura da plataforma.

COMPARTILHAMENTO, IDENTIFICAÇÃO E PERTENCIMENTO

Em *Psicologia das Massas e Análise do Eu*, Freud (2011 [1921]) apresenta o conceito de identificação como um modo primordial de ligação afetiva, para além da simples ideia de imitação. O ser humano se constitui à semelhança de outros, tomados como modelos, podendo ocorrer a incorporação de determinados traços. O autor distingue a identificação da escolha de objeto: procurar ser

como o outro é diferente de procurar ter o outro. Um dos caminhos descritos por Freud está justamente na presença compartilhada de um traço comum como vetor no fenômeno de identificação e ligação afetiva. É justamente essa última modalidade que permite a Freud articulá-la à formação das massas, uma vez que os indivíduos podem se identificar entre si a partir de algo afetivamente significativo que compartilham, especialmente em sua relação com o líder.

Se a repetição que encontramos nas plataformas não está necessariamente no conteúdo, mas na continuidade do movimento de busca, é necessário considerar também o que esses diferentes objetos oferecem ao sujeito. Os conteúdos consumidos carregam formas de linguagem, comportamentos, opiniões, estilos de vida, valores e experiências que circulam socialmente, integrando o campo cultural e social. Esses elementos podem adquirir valor para o sujeito e participar de formas de identificação e ligação afetiva através dos circuitos compartilhados. O ritmo e a repetição, presentes tanto nas práticas culturais discutidas por Spina (2002) quanto no funcionamento descrito por Freud (2010d [1914]), não se limitam à permanência do sujeito diante da tela, mas alcançam também as referências que retornam a ele como possibilidades de identificação e conduta em sua relação com os outros e consigo mesmo.

Ao analisarem a plataforma *TikTok*, Zulli e Zulli (2020) identificaram que sua estrutura é composta por mecanismos que favorecem a imitação e a replicação. Os autores pontuam que a seleção de interesses, curtidas, compartilhamentos, sons e efeitos, desafios e possibilidades de novas versões de um mesmo vídeo participam da constituição de comportamentos compartilhados e de formas de identificação entre os usuários pela replicação de determinados formatos. A repetição ocorre em um ritmo que é retomado por diferentes usuários, constituindo um campo identitário de agrupamento de dados.

Há, portanto, uma dimensão coletiva do ritmo que atravessa as plataformas. O reconhecimento do formato é reproduzido por diferentes usuários sob pequenas variações, criando um repertório compartilhado. Nesse caso, o sujeito participa de uma construção em que repetir determinadas formas de produção e comunicação pode significar uma aproximação com outras pessoas que realizam um movimento semelhante, articulando-se ao conceito de identificação desenvolvido por Freud (2011 [1921]).

Há, portanto, dois níveis de atuação da repetição e do ritmo no fenômeno que estamos estudando. Existe um movimento de consumo, já discutido anteriormente, e há um nível social, no qual determinadas formas, discursos, comportamentos e funcionamentos retornam ao sujeito como possibilidades de identificação e reconhecimento. O algoritmo participa da organização das referências pertinentes às grandes instituições de tecnologia, constituindo um ambiente digital com dados compartilhados em torno de características identitárias e de senso de comunidade (Pereira *et al.*, 2025; Castro, 2025).

A identificação realizada pelo sujeito pode se articular aos modelos, imagens e formas de apresentação que circulam nas plataformas, orientando modos de se apresentar e de se posicionar diante do olhar dos outros. Castro (2025) observa que as plataformas constituem um espaço privilegiado para a exposição de si, no qual o usuário administra a própria imagem e busca ampliar seu prestígio por meio de sua visibilidade. Nesse circuito, curtidas, comentários, compartilhamentos e seguidores podem funcionar como sinais de reconhecimento, tornando a resposta dos outros parte da própria experiência de apresentação do sujeito. Mesquita (2026) também relaciona a exposição digital à busca por reconhecimento e validação social, destacando que esses indicadores públicos podem adquirir valor simbólico para o sujeito. A repetição das formas que circulam, portanto, não apenas prolonga o fluxo de conteúdos, mas oferece referências a partir das quais o sujeito pode produzir sua imagem e situar-se diante dos outros.

O pertencimento pode ser compreendido como efeito do movimento de identificação, no qual o retorno da repetição oferece lugares simbólicos e identitários, a partir da inserção do usuário em circuitos de participação nos quais determinados conteúdos, práticas e referências são compartilhados. Zulli e Zulli (2020) demonstram que os chamados *imitation publics* se constituem justamente por processos de imitação e replicação, conectando usuários a partir do engajamento comum com conteúdos, sons, efeitos e estéticas, podendo formar comunidades orientadas por interesses ou características visuais. Mesquita (2026), por sua vez, pontua que a busca por aceitação pode produzir construções de identidades digitais alinhadas a expectativas apresentadas pelo ambiente digital, criando um espaço de tensão entre a singularidade do usuário e a adesão

a modelos coletivamente valorizados. Assim, o ritmo das plataformas não se restringe à repetição dos conteúdos ou à continuidade do consumo: ele participa também da repetição de referências identificatórias, produzindo um circuito no qual consumir, compartilhar, reconhecer-se e pertencer passam a se articular.

Entretanto, se o pertencimento se produz pela aproximação a formas compartilhadas, resta questionar o que se constitui propriamente como coletividade nesse movimento e o que ocorre com a singularidade quando as fronteiras entre o sujeito e os outros se tornam menos definidas.

PERTENCERMOS: A QUE SERÁ QUE SE DESTINA?

A sensação de pertencimento promovida pela identificação nas redes sociais remete ao exemplo utilizado por Freud (2011 [1921]) em *Psicologia das Massas e Análise do Eu* sobre a identificação histórica, em que uma jovem recebe uma carta de amor e suas amigas são todas contagiadas por uma grande euforia e por uma avalanche de sentimentos transpessoais. Mesmo que apenas uma dentre elas tenha sido destinatária da carta, todas se veem acometidas por sentimentos *como se* a carta, de alguma forma, lhes fosse também direcionada. O termo contágio que marca esse tipo de identificação nos remete à *viralização*. Um conteúdo se torna viral quando é reproduzido infinitamente em diversas bolhas distintas dentro das redes, sendo interpretado pelo algoritmo como um conteúdo extremamente desejável.

Nesse processo contagioso de identificação, há uma perda das fronteiras do Eu, algo que vai marcar para Freud (2011 [1921]) uma das características fundamentais da formação e comportamento de uma massa. Dessa forma, a identificação tem um caráter duplo que funciona tanto como um espelhamento primitivo para a constituição de um eu, ao passo que também pode operar uma suspensão de suas barreiras e fusão na massa organizada. E é justo em relação à organização da massa que Han (2018) destaca a especificidade da formação de grupo no contexto digital, como esse das redes sociais. Para o autor, na perspectiva digital, a massa não se torna um grupo organizado de indivíduos, mas sim um enxame volátil e sem identidade. Aproximando a crítica de Han ao mecanismo de identificação histórica, é como se a perda da fronteira do eu fosse tão maciça na rede social que o contágio desse pertencimento não

criasse uma possibilidade de experiência grupal, mas apenas concentrasse, em um dado momento, a forma pela qual o sujeito vai reagir aos conteúdos que aparecem em seu feed.

O favorecimento da reatividade é a exploração do mecanismo pulsional que Stiegler (2008) descreve, e no contexto da socialização, levanta uma questão dos efeitos que a tecnologia tem de promover mais uma dissociação do sujeito em relação ao mundo do que promover um potencial associativo, de ligação. Tal como no caso da identificação, há um duplo aspecto na experiência digital, pois ela não é inerentemente dissociativa, mas ela se vê submetida a uma lógica sistemática que a utiliza como mecanismo de controle mais do que como espaço de exercício do *savoir-vivre* ou de *savoir-faire* (Stiegler, 2008). Ou seja, ao invés de a tecnologia favorecer uma melhor forma de se viver, ou um refinamento técnico para facilitar a produção, ela é utilizada de forma alienante. A pulsionalidade que o autor ressalta diz respeito justamente à pressão constante por satisfação que retira de cena a capacidade associativa do sujeito e o induz a comportamentos mais voláteis e menos refinados socialmente, como se a pulsão fosse sequestrada pela tecnologia e impedida em seu destino de se sublimar, ou de vincular o indivíduo ao grupo que o constitui e o permite viver.

Stiegler (2008) conclui que é não somente a capacidade de se exteriorizar (suspender a barreira do eu para se vincular aos outros) que possibilita o humano de existir, mas também a possibilidade de reintroduzir (a outra faceta da identificação, aquela em que o eu se constitui) aquilo que foi posto para o outro em si mesmo, produzindo um movimento dialético imprescindível entre indivíduo e comunidade, o que o autor nomeia de processo de individuação. O que se torna arriscado nas redes é justamente uma convergência tão grande de objetos padronizados que o processo de individuação que deveria ser ora singular, ora coletivo, acaba se tornando um processo de individualização, ou isolamento.

Um complemento a essa noção de convergência é o conceito de massificação de Adorno e Horkheimer (2024 [1947]). Para os autores, a massificação opera um nivelamento de todo sujeito em sua função de consumidor. A indústria cultural promove uma ilusão de escolha distinta para seduzir o sujeito: no exemplo do cinema, não há diferença entre um filme *cult* e um *blockbuster hollywoodiano* – ambos são produzidos para serem consumidos e para capturar um sujeito na

função de consumidor, por qualquer lado que esteja disponível. A rede social produz uma massificação não só pelo seu ritmo frenético e imposição de conteúdos reprodutíveis e viralizáveis, mas também pelo seu potencial de convergência em que se torna, simultaneamente, o espaço de concepção, produção e consumo de um produto cognitivo desenhado para capturar “o tempo de atenção cerebral disponível [...] a começar pelo das crianças” (Stiegler, 2008, p. 140, tradução nossa).

No entanto, não se trata de demonizar o campo tecnológico, mas de observar criticamente a forma como ele está sendo utilizado e interrogar se é de fato esse destino que gostaríamos de dar para uma ferramenta tão interessante. Isso levanta também uma questão de ritmo, afinal, até quando podemos sustentar a individualização ou exteriorização, sem o retorno em que a identificação pode processar e constituir algo de singular para aquele indivíduo? Será preciso pensar formas alternativas de utilização desses dispositivos, para que o campo digital possa ser um meio de expressão da criatividade humana mais do que um aprisionamento repetitivo em um ritmo frenético de consumo que, ainda por cima, é insustentável. Stiegler (2008) conclui que, embora dessa forma a tecnologia esteja conquistando cada vez mais os espaços de mercado da consciência, essa conquista não se traduz necessariamente na dominação do território do espírito humano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ambiente digital é composto por formas de linguagem, comportamentos, valores, imagens e modos de apresentação que participam da constituição de identidades, do reconhecimento e da identificação. A infraestrutura organizada pelos algoritmos produz campos de dados compartilhados, permitindo que diferentes usuários reconheçam e reproduzam arranjos e modelos que se relacionam à sensação de pertencimento e validação (Mesquita, 2026). Entretanto, esses espaços não são neutros e muito menos orgânicos. São gerenciados por grandes empresas de tecnologia que possuem estratégias e interesses políticos, econômicos e ideológicos. A partir da construção teórica apresentada neste capítulo, percebemos a instituição de um funcionamento no qual o sujeito recai em uma esfera de dados organizados, sobre os quais

incidem suas interações e interesses anteriores, para oferecer um campo de atuação que o captura e fragmenta.

É importante salientar que não são todos os usos que têm caráter problemático, tampouco que as plataformas são instrumentos nocivos. Há uma dimensão normativa inerente ao contexto de vida contemporâneo, que participa ativamente de inúmeros processos essenciais. Poli *et al.* (2025) destacam que adolescentes buscam as redes para se comunicar, criar redes de interação e obter suporte social. Mesquita (2026) nos lembra que as plataformas também constituem campos para trabalhos criativos, compartilhamento de conhecimento, expressão artística e subjetiva. Existem, portanto, novas formas de interatividade, comunicação e compartilhamento de experiências. Esse contexto evidencia uma ambivalência crítica: a mesma infraestrutura que pode favorecer comunicação, criação, identificação e expressão também pode ser organizada para intensificar repetição, captura da atenção e consumo.

Vale ressaltar que não há equivalência entre o funcionamento das plataformas digitais e de seus algoritmos e os processos descritos pela psicanálise, filosofia e antropologia. O campo teórico é utilizado com o intuito de investigar essa infraestrutura e suas formas de organização e incidência sobre a experiência humana. Neste capítulo, os conceitos utilizados funcionam como instrumentos de leitura crítica da cultura e do comportamento contemporâneos no ambiente digital compartilhado.

O percurso desenvolvido abre questões acerca de um campo presente e essencial da organização social contemporânea. A investigação é de caráter teórico e não pretende esgotar a discussão ou propor uma conclusão definitiva sobre o tema, mas contribuir com diferentes perspectivas e formas de análise dos fenômenos subjetivos e sociais implicados. Pesquisas futuras poderão aprofundar a investigação dos mecanismos de recomendação, das formas de pertencimento e identificação produzidas nas redes, examinando também as implicações políticas e econômicas da circulação algorítmica. A articulação entre diferentes áreas do saber e os estudos sobre plataformas digitais constitui um campo fértil para investigar e discutir criticamente os movimentos de busca, repetição, reconhecimento e pertencimento que atravessam a experiência subjetiva na cultura contemporânea.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. */n: ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos Jorge M. B. de Almeida. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2024. p. 7-67. (Originalmente publicado em 1947).*
- ALMEIDA, Leonardo Pinto de; ATALLAH, Raul Marcel Filgueiras. O conceito de repetição e sua importância para a teoria psicanalítica. **Ágora (Rio de Janeiro)**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 203-218, jul./dez. 2008.
- ANDRADE, Livia I.; VIÑÁN-LUDEÑA, Marlon Santiago. Mapping research on ICT addiction: a comprehensive review of Internet, smartphone, social media, and gaming addictions. **Frontiers in Psychology**, v. 16, 1578457, 2025. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1578457>.
- CAMPANA, Nathalia Teixeira Caldas. Revolução tecnológica e transformações subjetivas: contribuições a partir da clínica com crianças e adolescentes. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 36, e220081, p. 1-7, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1590/0103-6564e220081>.
- CASTRO, Julio Cesar Lemes de. A economia libidinal da governança algorítmica. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 36, e230163, p. 1-10, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1590/0103-6564e230163>.
- CRUZ, Annebelle Pena Lima Magalhães; SANTANA, Sérgio Rodrigues de; GIRARD, Carla Daniella Teixeira; MENEZES NETO, Antônio Cosme; MENEZES, Lília Mara. O lugar da psicanálise na plataforma: subjetividade, mutações narcísicas e saúde mental. **Asklepiion: Informação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 1-22, e-106, 2025. DOI: <https://doi.org/10.21728/asklepiion.2025v4n1e-106>.
- FERREIRA, Sérgio Rodrigo da Silva. Subjetividade e vigilância algorítmica: notas sobre o agenciamento tecnológico das plataformas de redes sociais. **Revista Psicologia Política**, v. 25, e23986, 2025. DOI: <https://doi.org/10.5935/2175-1390.v25e23986>.
- FREUD, Sigmund. Além do princípio do prazer. */n: FREUD, Sigmund. **Obras completas, v. 14: história de uma neurose infantil ("O homem dos lobos")**, além do princípio do prazer e outros textos. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. p. 161-239. Publicado originalmente em 1920.*
- FREUD, Sigmund. Introdução ao narcisismo. */n: FREUD, Sigmund. **Obras completas, v. 12: introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010a. p. 13-50. Publicado originalmente em 1914.*
- FREUD, Sigmund. **Obras completas, v. 4: a interpretação dos sonhos**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. Publicado originalmente em 1900.
- FREUD, Sigmund. O inconsciente. */n: FREUD, Sigmund. **Obras completas, v. 12: introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010b. p. 99-139. Publicado originalmente em 1915.*
- FREUD, Sigmund. Os instintos e seus destinos. */n: FREUD, Sigmund. **Obras completas, v. 12: introdução ao narcisismo, ensaios de metapsicologia e outros textos**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010c. p. 51-81. Publicado originalmente em 1915.*
- FREUD, Sigmund. Psicologia das massas e análise do eu. */n: FREUD, Sigmund. **Obras completas, v. 15: psicologia das massas e análise do eu e outros textos**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2011. p. 13-114. Publicado originalmente em 1921.*

FREUD, Sigmund. Recordar, repetir e elaborar. //n: FREUD, Sigmund. **Obras completas, v. 10: observações psicanalíticas sobre um caso de paranoia relatado em autobiografia ("O caso Schreber")**, artigos sobre técnica e outros textos. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010d. p. 193-209. Publicado originalmente em 1914.

HAN, Byung-Chul. **No enxame: perspectivas do digital**. Tradução de Lucas Machado. Petrópolis: Vozes, 2018.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Tradução de Maurício Liesen. Belo Horizonte: Âyné, 2018. Publicado originalmente em 2014.

LACAN, Jacques. **O seminário, livro 11: os quatro conceitos fundamentais da psicanálise**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1988. Publicado originalmente em 1964.

MARTINS, Araceli de Souza; FRANCO, Bruno Fiuza; VASQUES, Ana Tereza Dias. Os impactos das redes e mídias sociais na subjetividade: uma leitura psicanalítica. **Psicologias em Movimento**, v. 3, n. 1, p. 108-128, 2023. Disponível em: <https://unifan.edu.br/revistas/index.php/RevistaSEPsicologias/article/view/1041>. Acesso em: 20 ago. 2026.

MESQUITA, Marcelly. O "ego virtual": uma análise psicanalítica das projeções e idealizações nas redes sociais. **Revista FT**, v. 30, n. 160, 2026. DOI: <https://doi.org/10.69849/hxa5c390>.

NIEBORG, David B.; POELL, Thomas. The platformization of cultural production: theorizing the contingent cultural commodity. **New Media & Society**, v. 20, n. 11, p. 4275-4292, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444818769694>.

PEREIRA, Márcia Helena de Melo; SILVA, Amanda Bonfim; PEREIRA, Caroline Moreno Botelho; SILVA, Maria Fernanda. Mediação algorítmica e construção do sujeito: um olhar bakhtiniano sobre o YouTube. **Saberes: Revista Interdisciplinar de Filosofia e Educação**, v. 25, n. 2, 2025. DOI: <https://doi.org/10.21680/1984-3879.2025v25n2ID42047>.

POLI, Silvia; SALERNO, Laura; DELVECCHIO, Elisa; MUSCOLINO, Arianna; LA TONA, Antonino; GHIZZONI, Giorgio; NEMBRINI, Greta; BRUGNERA, Agostino; DONISI, Valeria. Problematic social media use in mid-adolescents: a systematic review of intrapersonal and interpersonal protective/risk factors and psychosocial interventions. **Current Addiction Reports**, v. 12, art. 81, 2025. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40429-025-00694-z>.

SIEBENHANDL, Angelique; VOLSA, Selina; STIEGER, Stefan. The association between excessively watching videos in endless loop on social media and subjective time perception: an experience sampling method study. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 29, n. 7, p. 445-451, 2026. DOI: <https://doi.org/10.1177/21522715261451013>.

SPINA, Segismundo. **Na madrugada das formas poéticas**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

STIEGLER, Bernard. **Réenchanter le monde: la valeur esprit contre le populisme industriel**. Paris: Éd. Flammarion, 2008.

ZULLI, Diana; ZULLI, David James. Extending the Internet meme: conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. **New Media & Society**, p. 1-19, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>.

SOBRE O ORGANIZADOR

Walmir Fernandes Pereira

Doutor em Ciências da Educação pela Faculté Libre des Sciences de L'Homme et de L'Environnement de Paris, França (2024). Mestre em Tecnologias Emergentes em Educação pela Miami University of Science and Technology (MUST UNIVERSITY - Estados Unidos), com título reconhecido no Brasil. Professor universitário (Graduação e Pós-graduação Lato Sensu e Stricto Sensu) e da educação básica (Ensino Fundamental e Ensino Médio). Gestor Escolar na rede pública Estadual do Rio de Janeiro. Tem formação como: Pedagogo, Psicopedagogo, Neuropsicopedagogo e Musicoterapeuta. Especializações (Lato Sensu) nas áreas da Educação, Línguas Estrangeiras Modernas e Tradução, Saúde e Gestão. Possui graduação em Letras, em Pedagogia, em Artes Visuais, em Educação Especial, em História e também em Filosofia.

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8916022554187684>

ÍNDICE REMISSIVO

A

Adolescente: 9, 10, 16, 20

Algoritmo: 23, 24, 25, 26, 32, 34, 36, 37

C

Consumo: 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 29, 36, 37, 39, 40

D

Dieta: 9

E

Estereotipagem: 9

I

Identidade Corporal: 9

Identificação: 23, 24, 26, 27, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40

P

Plataformas Digitais: 23, 24, 25, 26, 27, 29, 30, 32, 40

R

Rede Social Virtual: 9

Repetição: 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 40, 41



científica digital



VENDA PROIBIDA - ACESSO LIVRE - OPEN ACCESS

