

O mal-estar nas redes sociais: um olhar psicanalítico sobre a relação entre influenciadores e seus seguidores

Autor: Mateus Pereira de Andrade | mateusandrade.psi@gmail.com | Psicanalista e pós-graduado em Psicanálise e Saúde Mental pela Faculdade Pitágoras | DOI: 10.55034/smrVXnX-

Recebido: Agosto, 2025 | **Aceite:** Setembro, 2025 | **Publicado:** Janeiro, 2026

RESUMO

Este artigo realiza um diálogo entre a Psicanálise e a Sociologia, com o intuito de analisar os impactos subjetivos presentes na relação entre o influenciador digital e seus seguidores, reconhecendo, em primeiro lugar, que, em função do intenso consumo de conteúdos provenientes dos sujeitos influenciadores, estes figuram como agentes modeladores ou norteadores das culturas digitais. O objetivo desta pesquisa é investigar como os influenciadores digitais participam do processo de construção de um ideal de eu em seus seguidores e quais implicações isso acarreta para o mal-estar contemporâneo. Como metodologia, este estudo realizou uma pesquisa de caráter bibliográfico nos âmbitos da Psicanálise e da Sociologia, mobilizando o pensamento de teóricos como Freud, Lacan e Bauman, os quais contribuíram para a compreensão das dinâmicas ocultas existentes no interior

da relação entre influenciador e seguidores, bem como de aspectos históricos que convergem com tal fenômeno. As considerações finais ressaltam que, em consequência das massas digitais fomentadas pelos influenciadores, estes podem ser considerados agentes produtores de mal-estar para as subjetividades digitais, especialmente por exercerem uma influência que pode ser tida como regressiva, alienante e desvanecedora da singularidade. Além disso, levanta-se a hipótese de que sua influência possa provocar certos desvios de ordem psicótica ou perversa. Entretanto, devido ao caráter atual do nosso objeto de estudo, defende-se a necessidade de se produzir um estudo mais aprofundado acerca da figura do influenciador, propondo a realização de uma pesquisa qualitativa – por meio de questionários – a fim de verificar, de forma mais concreta, seus impactos subjetivos.

Palavras-chave: Influenciadores digitais, psicologia das massas, mal-estar, subjetividade digital, função paterna, massa digital;

ABSTRACT

This article establishes a dialogue between Psychoanalysis and Sociology, with the intention of analyzing the subjective impacts present in the relationship between digital influencers and their followers, recognizing, first and foremost, that, due to the intense consumption of content produced by influencers, they act as agents who shape or guide digital cultures. The purpose of this research is to investigate how digital influencers participate in the process of constructing an ideal self in their followers and what implications this has for contemporary malaise. As a methodology, this article conducted bibliographic research in the fields of Psychoanalysis and Sociology, drawing on the thinking of theorists such as Freud, Lacan, and Bauman, who contributed to the understanding of the hidden dynamics within

the relationship between influencers and followers, as well as historical aspects that converge with this phenomenon. The final considerations emphasize that, as a result of the digital masses fomented by influencers, they can be considered agents that produce discomfort for digital subjectivities, especially because they exert an influence that can be seen as regressive, alienating, and diminishing of uniqueness. In addition, the hypothesis is raised that their influence may cause certain psychotic or perverse deviations. However, due to the current nature of our object of study, we defend the need to produce a more in-depth study on the figure of the influencer, suggesting qualitative research—through questionnaires—in order to verify, in a more precise way, their subjective impacts

Keywords: Digital influencers, mass psychology, malaise, digital subjectivity, paternal function, digital mass;

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as redes sociais transformaram profundamente as formas de convivência, visibilidade e construção da subjetividade. Uma pesquisa realizada pela Kepios — empresa dedicada à análise de comportamentos no ambiente digital — aponta que, no início de 2024, havia 5,04 bilhões de usuários de mídias sociais, o que corresponde a 62,3% da população mundial. Esse fenômeno converge com outro, denominado por Bauman (1995, p. 260) de “nascimento da identidade”, definido pelo autor como “o mais essen-

cial de todas as criações ou invenções modernas”. Em consequência disso, a figura do influenciador digital emerge como um novo modelo identitário, ou, em outras palavras, como uma referência simbólica e afetiva que passa a ocupar um papel antes restrito a instituições tradicionais, como a família, a religião e a escola.

Logo, a influência exercida por esses sujeitos não se limita ao consumo ou à comunicação. Partindo do que Freud (1921, p. 165) evidenciou sobre os dois tipos de massas psicológicas, as “massas

com líderes e massas sem líderes”, o influenciador digital também pode ser considerado um agente formador de massas digitais, e sua dinâmica é regida pelos mesmos princípios da psicologia de massa, cujos efeitos são significativos sobre o eu das subjetividades digitais. Com base nisso, surge a seguinte questão: até que ponto os influenciadores digitais, enquanto ideais do eu, conseguem assumir a função simbólica de autoridade na contemporaneidade, e em que medida isso denuncia uma precariedade simbólica e explica o mal-estar das subjetividades digitais?

Então, o presente artigo tem como objetivo geral investigar como os influenciadores digitais participam da construção do ideal do eu e quais implicações isso tem para o mal-estar contemporâneo. De forma específica, busca-se: compreender como os influenciadores digitais contribuem para a formação de massas virtuais e dinâmicas de identificação nas redes sociais; examinar a relação entre influenciadores e a função paterna simbólica, identificando contradições e fragilidades na autoridade que exercem sobre os seguidores; identificar manifestações de mal-estar associadas à relação com influenciadores. Para alcançar esses objetivos, foi realizada uma pesquisa bibliográfica no âmbito da psicanálise e sociologia, trazendo o olhar de teóricos como Freud, Lacan e Bauman.

O artigo está organizado em quatro seções. A primeira, “O surto do aconselhamento como sintoma da atualidade”, analisa a proliferação de figuras que se colocam como guias da existência — influenciadores —, interpretando esse fenômeno como expressão do desamparo contemporâneo. Na segunda, “Influenciadores digitais e a emergência de novas massas na cultura digital”, analisa o modo como as redes sociais reconfiguram as dinâmicas de pertencimento e identificação, permitindo o surgimento de novas formas de massa mediadas pelos influenciadores. A terceira seção, “As massas digitais como sistemas de influência regressiva”, discute como esses agrupamentos virtuais podem reproduzir mecanismos de regressão psíquica e adesão imaginária. Por fim, “O influenciador e a função paterna: uma contradição?”

investiga se os influenciadores, ao ocupar simbolicamente o lugar do ideal do eu, conseguem exercer uma função de autoridade simbólica ou se essa posição revela sua fragilidade na cultura digital, e a quinta traz as considerações finais.

Questão de Estudo

A questão que norteia este trabalho é: até que ponto os influenciadores digitais, enquanto ideais do eu, conseguem assumir a função simbólica de autoridade na contemporaneidade, e em que medida isso denuncia uma precariedade simbólica e explica o mal-estar das subjetividades digitais?

Justificativa de Estudo

A relevância deste estudo está fundamentada na sua contribuição para o âmbito da Psicanálise, Sociologia e Psicologia Social, permitindo compreender e elucidar as dinâmicas intrapsíquicas que envolvem a relação entre os influenciadores e seus seguidores. Este trabalho destaca-se pela sua pertinência, tanto para a comunidade científica quanto para os usuários de redes sociais, conscientizando sobre os impactos do uso de redes sociais, especialmente no consumo de conteúdos provenientes de influenciadores digitais. Além disso, a pesquisa busca preencher lacunas identificadas na literatura, como o mal-estar que acompanha a emergência do fenômeno dos influenciadores digitais, e propor soluções práticas e inovadoras.

Objetivos

Objectivo Geral: investigar como os influenciadores digitais participam da construção do ideal do eu e quais implicações isso tem para o mal-estar contemporâneo.

Objectivos Específicos:

Compreender como os influenciadores digitais contribuem para a formação de massas virtuais e dinâmicas de identificação nas redes sociais;

Examinar a relação entre influenciadores e a função paterna simbólica, identificando

contradições e fragilidades na autoridade que exercem sobre os seguidores;

Identificar manifestações de mal-estar associadas à relação com influenciadores;

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O surto do aconselhamento como sintoma da atualidade

O sociólogo Zygmunt Bauman, em seu livro *O mal-estar na pós-modernidade*, afirma que a sociedade contemporânea vive um verdadeiro “surto de aconselhamento”, resultado de uma dinâmica marcada por rápidas transformações e por um cenário de incertezas que coloca os indivíduos em um estado constante de insegurança e desorientação (Bauman, 1997, p. 262). Para compreender essa análise de Bauman, é necessário retomar brevemente o percurso histórico da cultura ocidental, estabelecendo um comparativo entre a modernidade e a pós-modernidade — a primeira, mais antiga e estruturada por valores estáveis; a segunda, mais recente e permeada pela fluidez e pela fragmentação típicas do mundo contemporâneo.

Na modernidade, a realidade era regida pelos ideais da Igreja e da tradição. Ou seja, quando uma pessoa nascia, já recebia de “presente” um destino ou um “guia da existência”. Sem precisar fazer muitas escolhas, o indivíduo deveria obedecer a todo um sistema simbólico e moral que, apesar de custar a sua liberdade, lhe proporcionava certeza, segurança e direção. Para Freud (1930, p. 324), a renúncia da liberdade pulsional é algo, na maioria dos casos, difícil de suportar e causa certo mal-estar em decorrência da repressão instintual. Nesse ponto, resgata-se a crítica freudiana à cultura da sua época, apresentada em seu clássico texto *O mal-estar na civilização*.

Entretanto, com a chegada da pós-modernidade e suas transformações, a “vilã” da liberdade individual “reina soberana” (Bauman, 1997, p. 9). Ou seja, o cenário se inverteu: a valorização dos ideais e sistemas de sentidos religiosos da moder-

nidade é substituída pela valorização da liberdade individual, na qual o indivíduo ocupa o lugar da autorreferência — o do “seja você mesmo”. Isso significa que ele pode guiar-se pelo próprio desejo — de forma implacável —, escolher o próprio destino e tornar-se, portanto, um ser de espontaneidade. Para Bauman (1997, p. 10), “os homens pós-modernos trocaram um quinhão de suas possibilidades de segurança por um quinhão de felicidade”. Nesse contexto, ocorre o “nascimento da identidade”, fruto da permissão de julgar e fazer escolhas a partir do próprio ponto de vista, do próprio eu — ainda que tais escolhas caminhem na contramão da tradição (Bauman, 1997, p. 261). Então, fica evidente que a transição da modernidade para a pós-modernidade pode ser compreendida como uma transformação descompensada — e, ao mesmo tempo, extrema —, na qual se troca-se um valor pelo seu oposto, ou seja, substitui o “pouco é permitido” pelo “tudo é permitido, desde que traga felicidade”. Contudo, Bauman (1997, p. 08) relembra que “a defesa contra o sofrimento gera seus próprios sofrimentos”, ou seja, essa reviravolta também traz seus desafios, senão prejuízos aos seres humanos. Bauman (1997, p.36) também destaca que:

A imagem do mundo diariamente gerada pelas preocupações da vida atual é destituída da genuína ou suposta solidez e continuidade que costumavam ser a marca registrada das “estruturas” modernas. O sentimento dominante, agora, é a sensação de um novo tipo de incerteza, que não limitada à própria sorte e aos dons de uma pessoa, mas igualmente a respeito da futura configuração do mundo, a maneira correta de viver nele e os critérios pelos quais julgar os acertos e erros da maneira de viver. O que também é novo em torna da interpretação pós-moderna da incerteza (sem si mesma, não exatamente uma recém-chegada num mundo do passado moderno) é que ela já não é vista como um mero inconveniente temporário, que com o esforço devido possa ser abrandado ou inteiramente transposto. O mundo pós-moderno está se preparando para a vida sob uma condição de incerteza que é permanente e irredutível..

Assim, a troca pós-moderna da tradição pela inovação, da segurança pela liberdade e da monotonia pela busca intensa da felicidade e do êxtase colocou o ser humano em um novo lugar, carregado de imprevisibilidade e eventualidade. Desse modo, a cultura pós-moderna abre uma dimensão de profunda indeterminação, em que nada é garantido — sendo sua única certeza o caráter efêmero das coisas —, pelo qual aquilo que foi conquistado com tanto esforço pode ser perdido da noite para o dia.

Então, a liberdade que rompe com a tradição é também promotora de incerteza e, por isso, gera seu próprio mal-estar na pós-modernidade, o que Bauman (1997, p. 259) chamou de “incerteza não ontológica”.

Desse modo, fica claro que a busca de a tentativa de exterminar o mal-estar humano pelo bom usufruto da liberdade ilimitada é uma ilusão, pois o mal-estar ainda existe, porém, deslocado para a sensação angustiante de estar num ambiente carregado de riscos, onde a incerteza marca sua presença. Bauman (1997, p. 261) ainda acrescenta que:

Pessoas cujas direções já interiorizadas continuam sendo desvalorizadas e mesmo ridicularizadas precisam de orientação autorizada e diária. Mas a orientação que elas procuram e podem razoavelmente esperar, uma orientação adequada à espécie de agonia que elas experimentam, é provável que lhes exija seu próprio recurso, tendo em vista reformar (corrigir, melhorar, desenvolver) sua própria prática, suas atitudes e predisposições psicológicas.

Sendo assim, em uma cultura atravessada pelo sintoma da incerteza não ontológica, os conhecimentos herdados da tradição tornam-se inúteis, e o indivíduo é pressionado a procurar alguém que seja capaz de oferecer uma base sobre como sobreviver, a fim de transformar o medo em segurança e autoconfiança. Com base nisso, eclodiu a oportunidade perfeita para o surgimento dos gurus ou “especialistas em identificar problemas,

dos restauradores de personalidade, dos guias de casamento, dos autores de livros de autoafirmação” (Bauman, 1997, p. 262), configurando, portanto, o fenômeno do “surto do aconselhamento”. Então, é nesse contexto em que se entrelaçam a liberdade de escolha e o surto do aconselhamento que o indivíduo pós-moderno se vê diante de um paradoxo: embora seja convidado a ser o autor da própria história, muitas vezes se sente perdido em meio à falta de uma estrutura sólida na qual possa se apoiar. É justamente nesse cenário que o influenciador digital emerge como uma nova figura orientadora — não mais imposta por instituições religiosas ou morais, mas escolhida pelo próprio sujeito, que o elege como modelo de identificação e inspiração. Assim, o influenciador passa a ocupar um lugar simbólico — ou de autoridade —, capaz de impactar a subjetividade dos sujeitos. Influenciadores digitais e a emergência de novas massas na cultura digital

Devido à sua forte atuação no cenário da comunicação e da produção cultural, os influenciadores digitais têm se mostrado um fenômeno curioso e interessante. Conforme aponta uma pesquisa realizada pela Opinion Box e Influency.me — Relatório Influenciadores Digitais – Setembro/25 —, sete em cada dez internautas consultados seguem influenciadores em suas redes sociais. Além disso, 91% das pessoas entrevistadas entre 16 e 29 anos afirmam seguir influenciadores digitais. Esses números revelam significativa adesão aos influenciadores, especialmente por parte dos jovens e adolescentes.

Issaaf Karhawi, em seu artigo “Influenciadores digitais: o eu como mercadoria”, analisa o impacto social do influenciador digital, sobretudo no campo das interações humanas, evidenciando a ruptura das fronteiras entre o virtual e o real. Segundo a autora, “hoje, o influenciador digital extrapola as relações do ambiente digital. Ou, analisando por outra ótica, a indissolubilidade entre online e offline definiu novas áreas para a atuação e influência desses sujeitos” (Karhawi, 2016, p. 41). Em outras palavras, o influenciador digital constitui-se como um agente que transmite suas

ideias de forma híbrida, ultrapassando o espaço virtual, o que é capaz de interferir nas dinâmicas sociais e culturais do cotidiano. Neste lugar de quem comunica, além de produzir conteúdo a ser consumido, o influenciador também sugere sentidos, valores e significados que orientam práticas, percepções e modos de subjetivação no espaço social contemporâneo.

Desse modo, o influenciador não pode ser considerado uma figura qualquer, pois não apenas ocupa um lugar de destaque no mundo virtual, como também detém certo poder de impactar, de forma sistêmica, a vida de seus seguidores. Freud (1921, p. 137), em seu texto *A psicologia das massas e a análise do eu*, afirma que, na maioria das vezes, a subjetividade de um indivíduo é moldada a partir de outros indivíduos — fenômeno que ele denominou de “sociais” —, evidenciando a sensibilidade da psique à influência do outro:

A relação do indivíduo com seus pais e com seus irmãos e irmãs, com seu objeto de amor, com seu professor e seu médico, logo, todas as relações que foram até agora objetivo privilegiado da investigação psicanalítica, podem reivindicar ser consideradas fenômenos sociais e colocam-se, então, em oposição com alguns outros processos que chamamos de narcísicos, nos quais a satisfação pulsional escapa da influência de outras pessoas ou renúncia a estas.

Então, esses fenômenos, ditos “sociais”, são responsáveis por distanciar o eu de seu lugar de autorreferência, colocando-o em uma posição de suscetibilidade ao outro. Além disso, Freud (1921, p. 138) equipara os fenômenos sociais à massa psicológica ao afirmar que os processos psíquicos rompem os limites do plano individual, atingindo também o plano social: “a oposição entre atos psíquicos sociais e narcísicos situa-se, portanto, inteiramente dentro do campo da psicologia individual e não é adequado separá-la de uma psicologia social ou psicologia das massas”. Em outras palavras, a subjetividade individual é emaranhada à “alma social” e, melhor dizendo, ao

‘outro’, de modo que, em qualquer relação mais profunda — ainda que situada apenas no âmbito do virtual —, o eu é profundamente impactado pelo outro; assim, é precisamente nesse lugar do outro que habita o influenciador digital.

Portanto, fica evidente que o influenciador, como um ‘ser de influência’, comunica, lidera, sugere e guia, exercendo o papel semelhante ao de um “líder”. Freud (1921, p. 165), de maneira inédita, classificou as massas em dois tipos — “massas com líderes e massas sem líderes” — e explicou que o que define uma massa com líder é a existência de uma figura norteadora. Desse modo, é possível concluir que o influenciador digital, além de ser visto como produtor de conteúdo, também é criador de ‘massas digitais’, nas quais ele atuará como uma máquina de produção de sentidos e significados, os quais, consequentemente, vão impactar diretamente as subjetividades dos consumidores de conteúdos digitais.

As massas digitais como sistemas de influência regressiva

Quando Freud desenvolveu a sua visão psicanalítica sobre as massas, revisou a teoria de Gustav Le Bon e McDougall sobre o mesmo assunto. Entretanto, ele acreditava que essas teorias já existentes não conseguiam explicar, suficientemente, os fatores que permitem a transformação da alma do indivíduo pela massa. Então, com o conceito de libido, Freud (1920, p. 164) preencheu essa lacuna teórica que ele mesmo constatou: “iremos, portanto, tentar a premissa de que as relações amorosas (expresso de modo neutro: ligações sentimentais) também constituem a essência da alma da massa”.

A libido, que corresponde ao amor – ou Eros –, é a força que opera a favor da união – sensual ou não sensual – de dois elementos, sejam eles objetos concretos ou ideias abstratas. Isso significa que toda e qualquer relação mais profunda é atravessada por essa conexão de natureza libidinal. Assim, haveria no interior das massas digitais uma certa troca libidinal e afetiva, através da qual o indivíduo da massa digital “desiste de sua sin-

gularidade e se deixa suggestionar pelos outros, ele o faz porque nele existe uma necessidade de antes estar de acordo e não em oposição a eles, talvez, portanto, “por amor a eles” (Freud, 1921, p.164). Logo, é por meio da libido que se abrem os caminhos dos fortes impactos subjetivos do influenciador sobre seus seguidores, em suas massas digitais. Entretanto, Freud (1921, p. 177) acrescenta que os vínculos amorosos estruturados pelas massas são “desviados de suas metas originais”, excluindo deles sua finalidade sexual. Com isso, ele acrescenta que essas ligações não sensuais tendem a ser mais duradouras, o que confere maior sustentabilidade às massas.

Além da libido, Freud (1921, p. 179) destacou o protagonismo do mecanismo de defesa Identificação nas ligações afetivas das massas. Considerada a primeira ligação da vida afetiva, “a identificação almeja configurar o próprio Eu de maneira semelhante ao outro tomado como ‘modelo’”. Sendo assim, é pela via da identificação que surge, no seguidor, o desejo de assemelhar-se ao influenciador, refletindo, em si, a imagem deste e constituindo, assim, um ideal de eu. Entretanto, de modo complementar, Lacan (1958, p. 438), em seu texto Transferência e Sugestão, enfatiza o caráter regressivo da identificação: “Freud diz que sua experiência lhe fornece: essa identificação é sempre de natureza regressiva. As coordenadas da transformação de um apego libidinal em identificação mostram que há uma regressão.”

Logo, o influenciador digital, como figura investida de ideal e fonte de identificações, pode estimular a regressão psíquica nos sujeitos que o seguem. De modo inconsciente, essa relação denuncia um mal-estar próprio da contemporaneidade, que se manifesta naquilo que podemos chamar de “influência regressiva” dos influenciadores digitais. Por meio desse processo, o indivíduo tende a perder parte significativa de sua capacidade de pensar e fazer escolhas a partir de si mesmo. Passa, então, a adotar significados orientados pelo desejo do Outro, encarnado na figura do influenciador. O consumo intenso e contínuo

dos conteúdos produzidos por essas figuras midiáticas tende, assim, a atenuar os limites entre o eu e o outro, promovendo uma forma de realidade alienante e dissonante.

Aprofundando um pouco mais, é possível acrescentar o que Freud (1924, p. 205) disse sobre as pulsões de vida e morte, no texto O Problema Econômico do Masoquismo:

No âmbito de ideias da psicanálise, podemos supor apenas que ocorre entre as duas espécies de instintos uma extensa mescla e amálgama, variável em suas proporções, de maneira que não devemos contar com puros instintos de morte e de vida, mas apenas com misturas deles em graus diversos.

Logo, essa fusão entre as pulsões de vida e de morte também se manifesta no interior das massas digitais, pois, ao mesmo tempo em que os seguidores se vinculam ao influenciador pela via da pulsão de vida, ocorre o desaparecimento da singularidade do sujeito sob o efeito da pulsão de morte, assim como o enfraquecimento de outras identificações importantes e menos alienantes, construídas ao longo da vida. Portanto, ao viver a ilusão produzida pela massa digital, o indivíduo não apenas se distancia do próprio desejo, mas também corre o risco de substituí-lo por identificações imaginárias com o influenciador, que o mantém preso ao circuito das massas digitais. O influenciador e a função paterna, uma contradição?

Segundo o portal CNN Brasil, em agosto de 2025, o influenciador Felca utilizou seu canal no YouTube para denunciar outro influenciador, Hytalo Santos, por supostamente cometer o crime de exploração de menores. Com mais de sete milhões de seguidores, Hytalo produzia e transmitia, em seu canal, um reality show que apresentava adolescentes em cenas e contextos de conotação sexual. A notícia chocou o Brasil e gerou grande repercussão na imprensa nacional. É curioso observar como esse caso coloca em evidência dois influenciadores ocupando lugares opostos: o

primeiro, “Felca”, utiliza seu canal e sua audiência em favor da proteção de menores em situação de vulnerabilidade, enquanto o segundo, Hytalo, emprega o mesmo meio de comunicação para o oposto — a exploração de menores.

Chama a atenção o fato de que “muitas dessas pessoas são meninas e meninos (menores de idade), que ele – Hytalo – chama de ‘crias’, ‘filhas’ e até mesmo de ‘genros’”, afirmou o portal CNN. Fica evidente a existência de um vínculo afetivo, ou melhor, uma possível transferência paterna por parte dos adolescentes em questão. Além do mais, essas cenas são transmitidas para milhões de seguidores, que, quando acompanham o enredo, estão se nutrindo, ou de certa forma, consentindo com a situação. É desnecessário relembrar tudo que foi dito sobre o papel do influenciador, como agente formador de massas digitais. Neste ponto, é importante abordar a visão psicanalítica do sujeito, e, para isso, pausaremos a discussão sobre a figura do influenciador digital.

Para a Psicanálise, o sujeito se constitui em relação com o Outro. Contudo, aqui não se trata de um outro qualquer, mas de um Outro paterno, que cumpre sua função estruturante na constituição da subjetividade humana — marcada, essencialmente, pela linguagem. Lacan (1957, p. 374), em seu Seminário 04 - A relação de objeto, afirma: O pai simbólico é o Nome-do-Pai. Este é o elemento mediador essencial do mundo simbólico e de sua estruturação. Ele é necessário a esse desmame, mais essencial que o desmame propriamente dito, pelo qual a criança se separa de seu puro e simples acoplamento com a onipotência materna.

O Nome-do-Pai é essencial a toda articulação da linguagem humana, e é a razão pela qual o Eclesiastes diz: ‘o insensato disse em seu coração: não existe Deus’.

Desse modo, o Nome-do-Pai cumpre a função de interdição do imaginário, cujo efeito é romper a relação de prazer absoluto com a mãe — o

“desmame” — e permitir a entrada da criança no campo simbólico e social, onde passa a reconhecer as normas e interdições que organizam a vida coletiva. Nesse processo, instala-se a neurose, estrutura que, embora marcada pela renúncia ao desejo em favor do desejo do Outro, é fundamental para a constituição psíquica. A neurose traz consigo uma ordem simbólica que regula o gozo e protege o sujeito da dissolução psíquica. Quando essa função paterna falha, abre-se espaço para formas de subjetividade marcadas pela psicose ou pela perversão.

Assim, embora o Nome-do-Pai tenha um caráter limitante — pois introduz a proibição e restringe o prazer absoluto —, ele também estrutura e organiza o sujeito, fornecendo-lhe um sistema de significações que o distancia da condição puramente instintiva e o insere no campo humano da cultura. Através da linguagem, a função paterna lança sobre o indivíduo referências simbólicas que orientarão sua relação com o mundo.

Neste sentido, ao passo que o nome-do-pai realiza a ação de interditar, isto é, limitar a possibilidade do prazer absoluto, ele entrega a criança um sistema de sentidos e significados – o registro simbólico, que muito embora seja limitante ou, talvez, repressor, também cumpre seu papel estruturante e organizador da subjetividade do indivíduo, distanciando o ser humano de sua condição animal e instaurando sua condição humana. Através da linguagem, a função paterna – ou nome-do-pai – lança sobre o indivíduo referências norteadoras que vão definir o relacionamento do neurótico com o mundo.

Freud (1930, p. 337), em O mal-estar na civilização, destaca justamente essa função organizadora da linguagem e da cultura:

“a palavra cultura caracteriza a soma total das realizações e dos dispositivos através dos quais a nossa vida se distancia de dos nossos antepassados animais e que servem a duas finalidades: a proteção do ser humano contra a natureza e a regulamentação das relações dos seres humanos

entre si. [...] iremos nos deixar guiar, sem hesitação, pelo uso da língua, ou, como também dizemos, pela instituição linguística, confiando que dessa maneira estaremos fazendo justiça a conhecimentos interiores que ainda se opõem à expressão em palavras abstratas.

Neste sentido, a linguagem, expressão do simbólico e cultural, é o que possibilita a constituição dos laços sociais e a mediação das relações humanas. Lacan (1963, p. 30) reforça essa ideia em *Os Nomes-do-Pai*, ao colocar a questão da fala e do registro imaginário, destacando o aspecto transcendentalmente regulador da linguagem: “a fala [...] desempenha o papel essencial de mediação. A partir do momento em que foi realizada, a mediação muda os dois parceiros em presença [...] ela permite, entre dois homens, transcender a relação agressiva fundamental com a miragem do semelhante”. Assim, a função paterna, por meio do nome – ou linguagem – que ela instala, funda no indivíduo a sua dimensão simbólica e essencialmente humana.

Dessa forma, a função paterna, por meio da linguagem, funda no sujeito sua dimensão simbólica e essencialmente humana. Nesse sentido, a própria estrutura familiar, com seus vínculos entre pais, filhos e parentes, deve ser compreendida como um sistema simbólico, atravessado pela interdição do incesto. Lacan (1963, p. 31) adverte: “tendemos a confundir termos como pai, mãe, filho, etc. com relações reais. É porque o sistema das relações de parentesco reduziu-se extremamente, em seus limites e em seu campo. Mas trata-se de símbolos”. Entretanto, toda essa estrutura torna-se mais complexa quando tentamos relacionar a função simbólica com o contexto dos influenciadores digitais.

Retomando o caso de Hytalo Santos, percebe-se que o influenciador, além de ocupar um lugar privilegiado dentro de sua rede — uma verdadeira massa digital de mais de sete milhões de seguidores —, também se torna objeto de transferência paterna para os adolescentes que participam de

seu reality show. Surge então, uma questão delicada: o influenciador pode ser compreendido como um substituto contemporâneo da função paterna, exercendo simbolicamente o papel de quem não apenas interdita, mas também oferece sentidos e significados ao campo do desejo?

Embora se trate de uma questão complexa e sem resposta definitiva, é possível construir uma tese. Com o enfraquecimento das instituições tradicionais — como a família, a religião e a escola, antigas detentoras da função simbólica de orientar o sujeito —, o campo digital emerge como um novo espaço de referência, no qual o influenciador atua como agente simbólico de produção cultural, dotado de grande poder de modelar imaginários. Nesse lugar de “ser da influência”, ele alcança proporções que transcendem o mero entretenimento e passam a interferir na formação subjetiva de seus seguidores.

Entretanto, essa substituição revela uma inversão preocupante: o papel de mediação simbólica, antes sustentado pelo limite e pela lei, dá lugar a uma mediação fundamentada no eu imaginário do influenciador. Lacan (1963, p. 30) descreve a função imaginária do eu como “unidade do sujeito alienado em relação a si mesmo”, o que leva a questionar a consistência e os efeitos de referências dessa natureza. Portanto, o caso de Hytalo evidencia o quanto podem ser problemáticas as referências oferecidas por certas figuras públicas — especialmente os influenciadores digitais —, capazes de instigar, aliciar ou legitimar comportamentos desumanos no sentido simbólico aqui discutido, denunciando uma precariedade simbólica que revela, assim, mais uma faceta do mal-estar na cultura digital contemporânea.

5. CONCLUSÃO

Apresentar uma conclusão sobre o mal-estar na relação entre influenciadores e seguidores não significa, de fato, encerrar o debate, mas marcar o início de um trabalho amplo, complexo e extremamente atual. Com a emergência das culturas digitais e dos fenômenos relacionados, pouco

se sabe ainda sobre as consequências das transformações que promovem. Contudo, este estudo permitiu levantar questões significativas que podem orientar futuras reflexões e investigações, tanto no âmbito sociológico quanto no psicanalítico, acerca da dinâmica das “massas digitais” e de seus efeitos na constituição da subjetividade contemporânea.

Entre os aspectos mais relevantes, destaca-se o papel do influenciador digital na formação das massas, ao assumir a posição de líder e modelo de identificação. Nessa condição — de quem fala, influencia e oferece sentidos —, o influenciador adquire o poder de moldar o desejo de seus seguidores, promovendo a construção de um ideal de eu alienado, o que resulta em um processo de regressão psíquica e de homogeneização subjetiva, configurando, assim, um mal-estar para as subjetividades digitais.

Entretanto, com o intuito de tornar essa discussão mais concreta, propõe-se a realização de uma

pesquisa qualitativa, a fim de compreender, de forma mais objetiva, os impactos subjetivos exercidos pelos influenciadores digitais, constituindo este o próximo passo da investigação.

O ideal do eu sustentado pelo influenciador tende a romper com o laço social tradicional, uma vez que elimina a presença de um agente normativo ou mediador simbólico — função antes exercida pelo

Nome-do-Pai. Ao contrário, o efeito predominante no discurso dos influenciadores é o do puro gozo, do ilimitado, da não interdição — o oposto da função simbólica paterna. Essa dinâmica, portanto, pode contribuir para a formação de um cenário social marcado pela fragmentação, pela ausência de referências simbólicas estáveis e, conseqüentemente, pelo surgimento de um ecossistema subjetivo — uma massa — potencialmente psicótico ou perverso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bauman, Z. (1995). *O mal-estar da pós-modernidade*. 1ª ed. - Rio de Janeiro: Zahar, 2022.

DataReportal - 5 bilhões de usuários de mídia social. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users>. Tradução nossa. Acesso 10/10/2025.

Quem é Hytalo Santos, influencer das "crias" preso hoje em SP. Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/brasil/quem-e-hytalo-santos-influencer-das-crias-presos-2025>. Acesso 08/10/2025.

Freud, S. (1921). *A psicologia das massas e análise do eu*. : Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

Freud, S. (1924). *O problema econômico do masoquismo*. São Paulo: Cia das Letras, 2011.

Freud, S. (1930). *O mal-estar na civilização*. : Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

Lacan, J. (1957). *O seminário, livro 4: a relação de objeto*. Rio de Janeiro: Zahar, 1995.

Lacan, J. (1958). *O seminário, livro 5: as formações do inconsciente*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

Lacan, J. (1963). *Nomes-do-Pai*. Rio de Janeiro; Zahar, 2005.

Opinion Box e Influency.me – Relatório Influenciadores Digitais – Setembro/25. Disponível em: <https://content.app-us1.com/JY8yY/2025/09/11/076136f7-a312-48f2-a5b-6-d51384054bf4.pdf> Acesso 09/09/2025