
Produtividade tóxica e autoexploração no empreendedorismo digital: um estudo de caso de Luana Carolina no Instagram à luz de Byung-Chul Han¹

Dianna Karla da Silva FERREIRA²

Lívia Valença da SILVA³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

A era digital impulsiona o empreendedorismo online, criando oportunidades para influenciadores digitais e infoprodutores. Estes guiam consumidores, vendendo infoprodutos prometendo sucesso e flexibilidade. No entanto, a busca por desempenho máximo frequentemente leva à autoexploração. A ideologia neoliberal do mérito impõe uma pressão constante, resultando em cansaço extremo. Este estudo examina a produtividade tóxica no Instagram e seus efeitos, analisando os discursos da infoprodutora Luana Carolina à luz dos conceitos de Byung-Chul Han.

PALAVRAS-CHAVE: empreendedorismo digital; sociedade do cansaço; sujeito de desempenho; produtividade tóxica; infoprodutores.

Introdução

O mundo digital avança rapidamente, transformando o cenário do empreendedorismo constantemente. A crescente popularidade do empreendedorismo online, impulsionada pela aceleração digital, oferece inúmeras oportunidades para quem deseja construir um negócio na era atual. O empreendedorismo digital é o processo de se criar um empreendimento online, utilizando a Internet e as tecnologias digitais como ferramentas. Nesse contexto, influenciadores digitais – também conhecidos como digital influencers, creators e criadores de conteúdo – emergem como figuras centrais, promovendo o crescimento do mercado e redefinindo a forma de empreender. Eles vêm se destacando com a tarefa de influenciar outras pessoas a tomarem decisões relativas a estilos de vida e consumo, por meio dos conteúdos que publicam, essencialmente, em suas redes sociais.

A sociedade contemporânea é caracterizada pela interconectividade proporcionada pela Internet e pelas tecnologias da informação, impactando todas as esferas da vida, incluindo políticas, sociais, culturais e econômicas, além de alterar as percepções de tempo e espaço, como aponta Castells (1999).

Se, outrora, o poder de influência das pessoas que trabalham para desenvolver para si credibilidade, reputação e autoridade se limitava às mídias tradicionais, agora, os

¹ Trabalho apresentado na IJ05 – Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação do 4º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE, e-mail: dianna.silva@ufpe.br

³ Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPE e orientadora do trabalho, e-mail: livia.valenca@ufpe.br

influenciadores digitais ocupam tal espaço na Internet (Recuero, 2009), servindo como “figuras autopromotoras de si próprias e acabam por carregar, consigo, o descrédito pelo qual passa a propaganda tradicional pura e simples” (Terra, 2016, p. 53).

Os influenciadores digitais se destacam como guias para os consumidores em suas jornadas de compra. Cada vez mais pessoas entram no ambiente digital para vender produtos, trabalhando de forma independente e comercializando infoprodutos que oferecem acesso a recursos, serviços e conteúdos, disponíveis para download, sejam pagos ou gratuitos (Hotmart Blog, 2023).

A possibilidade do trabalho remoto, sem a necessidade de um escritório físico, possibilita que os indivíduos trabalhem de qualquer lugar do mundo. Nesse cenário, redes sociais como o Instagram se tornaram palcos em que a autoexploração se manifesta. Tornar-se um influenciador digital é um objetivo aspiracional para muitas das novas gerações, o que intensifica a competitividade no mercado. Para se manter relevante, é essencial uma abordagem criativa, em que os influenciadores precisam continuamente gerar novos conteúdos e ideias para atrair e manter seguidores (Criscuolo, 2018).

De acordo com Ronche (2024), o número de brasileiros que fizeram compras via *e-commerce* deu um salto de R\$ 66,4 milhões em 2018 para R\$ 115,7 milhões em 2022. Segundo dados da Abcomm – Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Neiva, 2024) –, o faturamento do *e-commerce* no Brasil em 2023 foi de R\$ 185,7 bilhões (crescimento de 2% em relação a 2022); e a expectativa para 2024 é de que o faturamento deva superar os R\$ 200 bilhões.

Esses influenciadores são frequentemente movidos por ideais de desempenho máximo, alta lucratividade e realização pessoal e profissional. Tais ideais refletem a ideologia neoliberal do mérito e da conquista, muitas vezes perpetuada pelos próprios infoprodutores, que acabam se autoexplorando em sua busca incessante por produtividade e ganho financeiro.

Segundo Byung-Chul Han (2015), o sujeito contemporâneo não é mais disciplinado por uma autoridade externa, mas se entrega a uma liberdade questionável que o leva à autoexploração. Esse "Sujeito de Desempenho" se torna um empreendedor de si mesmo, não mais coagido por outrem, em uma sociedade em que tudo parece possível em busca da sobrevivência.

Este artigo utiliza os conceitos de Byung-Chul Han sobre a "Sociedade do Cansaço" e o "Sujeito de Desempenho" para explorar como as práticas dos infoprodutores

incentivam uma produtividade tóxica e seus impactos. O estudo analisa o caso da infoprodutora Luana Carolina, que acumula mais de dois milhões de seguidores no YouTube e Instagram, com foco particular no Instagram, dada sua relevância para os temas discutidos. Este trabalho é parte de uma pesquisa em andamento sobre o consumo de si no empreendedorismo digital, iluminada pelos principais conceitos de Byung-Chul Han.

Produtividade Tóxica e Síndrome de Burnout

Na era digital contemporânea, estamos imersos na "era do desempenho", em que cada momento é convertido em "tempo de trabalho", sem espaço para o descanso (Han, 2018). Os dispositivos digitais impõem um novo tipo de controle e exploração sobre os indivíduos, que frequentemente atuam de maneira isolada e sem capacidade de ação coletiva visível (Han, 2018).

Byung-Chul Han (2015) argumenta que essa dinâmica gera um ciclo de autoexploração, impulsionado pela pressão por desempenho e pela cultura da positividade predominante. No Brasil, a Síndrome de Burnout é um problema significativo, reconhecido pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como doença ocupacional desde 2019 e listado na 11ª Revisão da Classificação Internacional de Doenças (CID-11) em 2022 (Folha Vitória, 2020; Veja Saúde, 2022).

A cultura contemporânea de exaltação do "poder tudo" frequentemente leva à frustração, prolongando as horas de trabalho e dificultando a separação entre vida profissional e pessoal (Han, 2015). Essa busca constante por perfeição limita a criatividade e dificulta a formação de uma identidade pessoal autêntica, perpetuando uma corrida sem fim (Han, 2015).

Além disso, fundamental é apontar quanto o aumento do número de pessoas buscando se tornar empreendedoras digitais e se estabelecer como “eu-empresa” escancara a precarização do trabalho e a glamourização desta precarização no mercado de influência digital, campo em que estes infoprodutores – vendedores de produtos digitais – buscam se diferenciar para se destacar em meio às intempéries do capitalismo neoliberal, compreendendo campo como espaço estruturado em que os agentes disputam uma posição de poder, entre conflitos por capital (econômico, cultural, social e, por essência, simbólico) (Bourdieu, 1979; 1996; 2013).

Os influenciadores digitais, como Luana Carolina, exemplificam esses desafios. Reconhecida com uma indicação ao prêmio iBest e entre os dez maiores influenciadores de marketing no Brasil, Luana Carolina agora se dedica à criação de conteúdos sobre empreendedorismo, negócios, autoajuda e desenvolvimento pessoal, acumulando mais de um milhão de seguidores no Instagram (Ibest, 2023).

Esta ética da positivação imperativa da sociedade atual é característica de um sistema cuja lógica capitalista e neoliberal prega a ideologia da competência e o individualismo exacerbado como fato de que cada indivíduo deve procurar, unicamente, seu próprio bem-estar. Assim, em congruência, participará ativamente da sociedade, do mercado, como cidadão livre, e as consequências de seus atos acarretarão, naturalmente, o bem-estar da coletividade (Silva, 2007).

Salientando tais pontos, Han (2015) explica que, na sociedade contemporânea, os sujeitos não são mais definidos por sua obediência, segundo os fundamentos da sociedade disciplinar, definida por Foucault (1987), em que o disciplinamento se dá por práticas e técnicas externas que exercem poder. Agora, são sujeitos de si mesmos, autoempreendedores, que, ainda disciplinados, obedecem, porém, a uma autodisciplina, a qual não implica liberdade, mas resulta em um processo de exploração de si próprios. Dessa forma, na busca incessante por melhores resultados, atendem aos requisitos do mercado capitalista neoliberal.

Han (2015) observa, perspicazmente, a força e a influência de discursos que colocam o sujeito como detentor de todos os poderes sobre si mesmo, mensagens que pregam seu direito à felicidade e bem-estar em todas as esferas da vida, um poder de ser e ter tudo que se deseja, através de uma simples questão de esforço e “querer de verdade” – é um poder que está puramente nas mãos do sujeito. O sucesso do indivíduo depende apenas dele mesmo, detentor de uma liberdade coercitiva.

Bourdieu (2004, p. 7-8) vem aprofundar, aqui, a discussão acerca da natureza desse poder, a que o sociólogo chama de simbólico – um “poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”. Na medida em que o sistema capitalista neoliberal, de dominação segundo a lógica da meritocracia, da inteligência e do talento nato exerce esse poder, age com uma violência simbólica via práticas discursivas dominantes, que contribuem para reproduzir os processos de dominação (Bourdieu, 2004). Sujeitos autônomos e empreendedores de si mesmos, enquanto buscam realização, felicidade e

bem-estar, alimentam o jogo de produção e consumo dessa sociedade (Santos; Klaus, 2013).

A busca incansável pelo alto desempenho e o estímulo ao engajamento, por vezes, através de interações monetizadas, leva os indivíduos a demandarem atenção, influência, dinheiro – uma versão de si mesmos como alguém feliz, bem-sucedido e capaz. Mas, em uma falácia encantadora, quanto mais se buscam tanto mais se autoexploram, permitindo-se ficar expostos a um excesso de informações, estímulos e impulsos (Han, 2017).

Este estudo utiliza os conceitos de Byung-Chul Han sobre a "Sociedade do Cansaço" para explorar como as práticas dos infoprodutores incentivam uma produtividade tóxica e seus impactos. O caso de Luana Carolina ilustra os desafios e as consequências da pressão por desempenho na era digital contemporânea, refletindo um ambiente onde a busca incessante por alto desempenho pode levar ao esgotamento e a patologias psíquicas. A identidade pessoal dos influenciadores digitais é frequentemente moldada pelas representações que constroem nas redes sociais, buscando validação e engajamento, o que pode limitar a formação de uma identidade autêntica (Han, 2017).

Metodologia

Utilizamos o estudo de caso como método empírico para investigar profundamente um fenômeno contemporâneo em seu contexto real, em que os limites entre o fenômeno e o contexto são difusos (Yin, 2015). Luana Carolina foi escolhida como objeto de pesquisa devido à sua trajetória desde os primeiros passos no YouTube até sua consolidação no Instagram, considerando critérios como número de seguidores, frequência de postagens, engajamento e relevância no mercado de infoprodutores.

Segundo o Data Report 2024 Brasil (Kemp, 2024), o Instagram é a segunda rede social mais utilizada no país, com 134,6 milhões de usuários, e tem sido associado a impactos significativos e negativos na saúde mental (Gonsales, 2022), motivando sua escolha como foco da pesquisa.

Embora não haja consenso sobre os rankings dos maiores empreendedores digitais no Brasil, há características comuns entre eles, como a capacidade de inspirar outros e alcançar sucesso rapidamente no mercado digital. É crucial uma análise crítica sobre como esses infoprodutores, especialmente no Instagram, contribuem para a perpetuação da Sociedade do Cansaço e do Sujeito de Desempenho, identificando suas práticas e características principais.

Luana Carolina, graduada em Administração e natural de Curitiba, iniciou sua presença online em 2015 no YouTube aos 15 anos, com foco inicial em vídeos educacionais sobre estudos e motivação. Seu canal cresceu progressivamente, destacando-se em 2019 com vídeos sobre sua experiência na universidade pública. Posteriormente, ela diversificou para temas como crescimento pessoal, empreendedorismo e criação de conteúdo, consolidando sua presença no Instagram, onde possui um milhão de seguidores.

Atualmente, Luana utiliza o Instagram como plataforma principal para promover e vender cursos e workshops próprios, oferecendo insights sobre criação de conteúdo e estratégias de marketing digital. Reconhecida como uma das principais influenciadoras de marketing pelo iBest em 2023, ela alcança visibilidade com seus vídeos no formato reels, frequentemente ultrapassando 200 mil visualizações cada (Ibest, 2023).

A pesquisa analisa o perfil de Luana, sua interação com a audiência e as estratégias de conteúdo, focando especialmente nos Reels, que apresentam uma média de interações 40% superior aos vídeos tradicionais no Instagram (Meio & Mensagem, 2022). Foram selecionados quatro Reels, um por mês – de fevereiro a maio –, não apenas pelos números de visualizações e interações, mas especialmente pelo discurso e compatibilidade com os conceitos explorados na pesquisa.

Essa abordagem permite uma análise contemporânea da influência de Luana Carolina na Sociedade do Cansaço e do Sujeito de Desempenho, oferecendo insights sobre como os infoprodutores moldam e são moldados pelo ambiente digital atual.

Discussão e Resultados

Os vídeos/reels analisados focam na venda de infoprodutos, como cursos e treinamentos para crescimento no Instagram, nos quais Luana Carolina promete ensinar estratégias para se destacar. Em um reels específico, ela enfatiza que "Você nunca será ótimo antes de ser frequente." O bordão "Bom você se torna" é repetido diversas vezes, sugerindo que, com esforço e persistência, qualquer um pode alcançar o sucesso. Essa abordagem reforça a lógica da produtividade máxima e do individualismo da sociedade neoliberal. Se não fosse tão romantizada, seria percebida como cruel.

Os discursos de Luana sempre incentivam seus seguidores a se esforçarem ao máximo para melhorar continuamente, buscando alta performance e alcançando um "diferencial" que não só impulsiona seus conteúdos, mas também promove realização

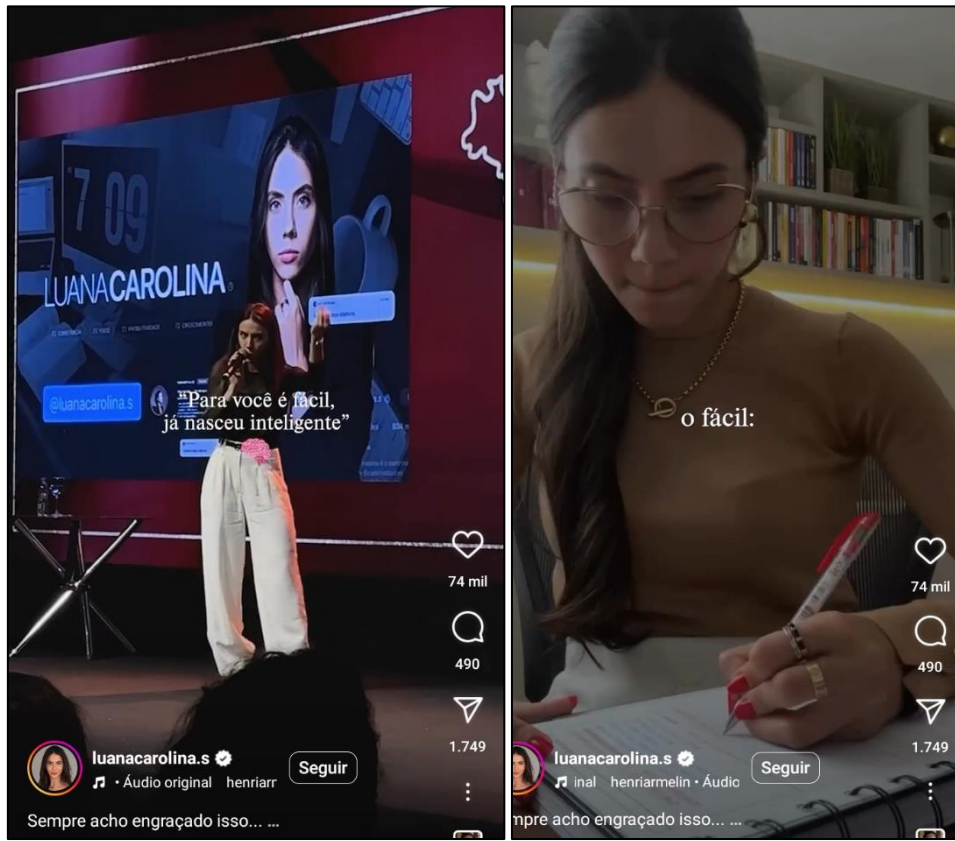
pessoal e identidade própria. Ela frequentemente usa sua própria história como exemplo, destacando como alcançou seus objetivos através de muito trabalho. Apesar do glamour, suas mensagens podem ser angustiantes, potencialmente causando ansiedade ao seu público, especialmente ao compararem suas próprias jornadas com a de Luana. A influenciadora menciona suas oportunidades passadas, mas enfatiza que seu sucesso é fruto de trabalho árduo e estudo contínuo. A mensagem implícita é que seus seguidores devem seguir um caminho semelhante e estar dispostos a fazer sacrifícios para alcançar seu nível.

Para analisar os vídeos/reels da infoprodutora e criadora de conteúdo Luana Carolina à luz dos conceitos de Byung-Chul Han, é importante direcionar a atenção para as dinâmicas de desempenho, produtividade e autoexploração. Nas suas obras, Han (2015; 2017; 2018) explora a sociedade contemporânea e como ela promove um ambiente de esgotamento e exaustão por meio de uma cultura que valoriza em excesso a produtividade individual e o desempenho.

No vídeo/reels 1 (fevereiro de 2024)⁴, dividido em duas partes, Luana Carolina inicia com um trecho de sua palestra, em que enfatiza seu sucesso. A frase "Pra você é fácil, já nasceu inteligente" aparece como lettering na tela, seguida por cortes de vídeos mostrando-a em diversas atividades: estudando, trabalhando, na academia e gravando vídeos, com o texto "O fácil:". Isto visa ilustrar a disparidade entre a percepção externa e a realidade do seu esforço contínuo. A legenda reforça essa mensagem, sublinhando que os resultados são frutos de empenho diário e não apenas de talento ou sorte.

⁴ <https://www.instagram.com/reel/C3tEdKRIXtU/>

Imagem 1: Recortes do vídeo/reels 1.



Fonte: Instagram de Luana Carolina⁵

Além disso, a infoprodutora utiliza da mesma legenda para anunciar a venda de um mapa completo de “Como se destacar da concorrência e criar uma comunicação única.” Dentro do discurso de Luana, há uma ênfase clara no esforço individual como caminho para o sucesso. Ela atribui suas conquistas a noites sem dormir e ao trabalho árduo, sem considerar o papel de fatores sistêmicos e estruturais, como a boa estrutura familiar e o acesso à educação de qualidade, ainda utilizando a oportunidade para vender seu infoproduto. Esta visão está alinhada com a lógica neoliberal criticada por Han (2017), em que o indivíduo é visto como o único responsável por seu sucesso ou fracasso, ignorando as desigualdades e contextos sociais.

No segundo vídeo/reels (março de 2024)⁶, Luana Carolina compartilha um trecho de quando foi convidada em um podcast. Nele, ela aborda a importância de se levar a sério como criador de conteúdo. Ela começa afirmando: "Se você não for a primeira pessoa a se levar a sério, não vai ser as outras". Luana prossegue explicando que o

⁵ <https://www.instagram.com/reel/C3tEdKRiXtU/>

⁶ <https://www.instagram.com/reel/C4Y0gLCxChX/>

caminho comum é que as pessoas esperam uma aprovação externa de que são bons criadores de conteúdo para se sentirem boas o suficiente, e diz que esse caminho não funciona, que não adianta esperar que outras pessoas o respeitem se você mesmo não adota essa postura. Na legenda, ela enfatiza a necessidade de assumir a identidade de criador, "Sempre pensando e agindo como tal". Em seguida, ela lista dois benefícios de adotar essa identidade por completo. Com isso, ela pergunta à audiência se querem saber como desbloquear essa identidade e ganhar mais confiança para criar conteúdos. Para aqueles interessados, Luana anuncia a venda de seu infoproduto, instruindo os espectadores a comentar "2403" para que ela possa entrar em contato diretamente via direct, promovendo a solução para o problema previamente sugerido.

Imagem 2: Seguidores comentando para terem acesso ao infoproduto no vídeo/reels 2.



Fonte: Instagram de Luana Carolina⁷

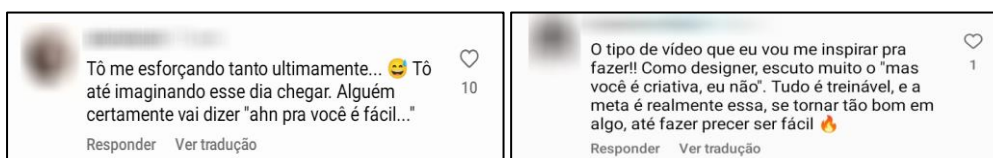
Han (2015) descreve a "liberdade paradoxal" em que a crença na iniciativa própria e na autonomia total leva o indivíduo a um estado de cansaço extremo e frustração. O discurso de Luana, que afirma que tudo depende exclusivamente da força de vontade e trabalho duro, desconsidera as particularidades e limites de cada indivíduo. Essa visão pode provocar impactos negativos significativos na saúde mental dos seguidores, que se

⁷ <https://www.instagram.com/reel/C4Y0gLCxChX/>

veem constantemente pressionados a alcançar um ideal de sucesso muitas vezes inalcançável, principalmente quando a influenciadora destaca a necessidade de sempre estar dentro dessa identidade de criador de conteúdo, sem margens de erro, e sem lugar para pausas. A narrativa de Luana, que mostra uma rotina intensa de trabalho e estudo, pode incentivar seus seguidores a adotarem uma mentalidade de produtividade tóxica. Ao verem apenas os resultados e não os sacrifícios por trás, eles podem sentir a pressão para se igualar a ela, levando à autoexploração. Han (2015) aponta que esta pressão interna para performar incessantemente gera doenças psíquicas, como a depressão e o burnout, resultantes da incapacidade de alcançar metas muitas vezes inatingíveis.

Os seguidores de Luana tendem a comparar um recorte idealizado de sua vida com a totalidade de suas próprias experiências, muitas vezes gerando sentimentos de inadequação e ansiedade. A admiração e o desejo de alcançar o mesmo nível de sucesso podem criar uma obsessão por desempenho, exacerbando a autoexploração e levando a práticas insalubres e exaustivas.

Imagem 3: Comentários no vídeo/reels 1.



Fonte: Instagram de Luana Carolina⁸

No terceiro vídeo/reels (abril de 2024)⁹, Luana Carolina participa de um podcast, em que usa seu bordão mais conhecido: “Bom você se torna”. Durante a conversa, ela defende a ideia de que, em todos os momentos, "bom você se torna" e afirma: “Eu acho que 'bom você se torna' mata o indivíduo no meio, ele 'ah, eu não sei', aprende! Aprende, desenvolve”. O entrevistador complementa: “A frase mais importante do Joel¹⁰ é que o trabalho devolve. O trabalho devolve. 'Bom você se torna' vai embora”. Luana responde falando que o bordão dá estrutura para a pessoa aceitar a posição de não ser bom, porque é muito difícil você fazer algo enquanto ainda não é bom, porque não está colhendo os

⁸ <https://www.instagram.com/reel/C3tEdKRIXtU/>

⁹ https://www.instagram.com/reel/C6Zz09_N92H/

¹⁰ Joel Jota é um ex-atleta da Seleção Brasileira de natação que, hoje, atua como influenciador digital e empresário, expert em produtividade e vida equilibrada.

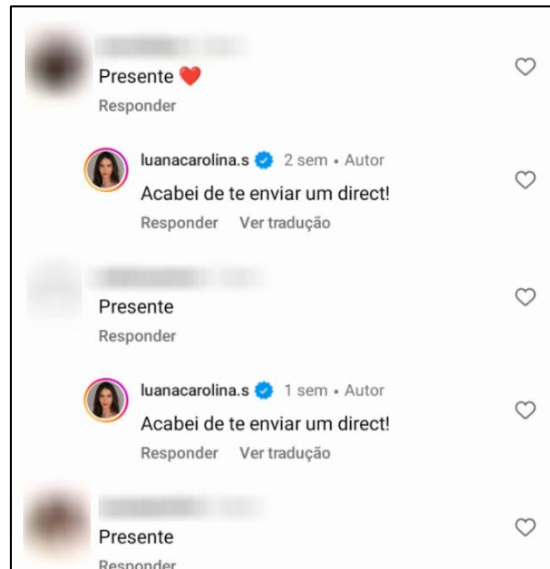
resultados. Neste caso, a legenda não possui nada que impulse a venda dos infoprodutos de Luana, mas faz o uso do mesmo discurso.

Han (2017) propõe que os que tentam se moldar segundo a lógica do desempenho acabam comprometendo suas identidades, pois apenas os semelhantes são tolerados, já que não causam desconforto. Assim, a insistência em se tornar bom pode levar os consumidores do seu conteúdo a se conformarem com expectativas externas e homogêneas, em vez de explorarem suas verdadeiras identidades. A pressão para se ajustar a padrões de desempenho pode limitar a autenticidade, resultando em uma conformidade prejudicial ao desenvolvimento individual genuíno.

Gravado na sala do apartamento de Luana, o quarto vídeo/reels (maio de 2024)¹¹ inicia com ela segurando uma ampulheta e explicando o que o objeto representa: o tempo que passou e não volta mais. Ela diz que o tempo gasto no celular, rolando a tela e assistindo à vida das pessoas que já são ricas e famosas, deixando-as ainda mais ricas e famosas, não vai voltar e poderia ser usado de uma forma muito melhor: criando conteúdo. A infoprodutora comenta: “Utilize essa ferramenta ao seu favor, colocando dinheiro no seu bolso e criando uma audiência que um dia vai te assistir”. Luana expressa que existe um caminho muito mais fácil, o de gravar stories, que é o que todo mundo mais consome. No final, diz que se quiser aprender a gravar melhores stories, é só segui-la, pois ela pode ajudar. Já na legenda, ela começa com: “Até quando você vai perder tempo sendo audiência dos outros em vez de construir sua própria audiência?” e, ao final, incentiva a venda do seu ebook, por meio do apelo: “Para ter acesso gratuito, comente ‘Presente’ que eu vou te enviar no direct”.

¹¹ <https://www.instagram.com/reel/C6zla6nsMtb/>

Imagem 6: Seguidores comentando para obter o e-book no vídeo/reels 4.



Fonte: Instagram de Luana Carolina¹²

Os vídeos/reels de Luana Carolina, ao enfatizarem o esforço individual e a produtividade contínua, refletem e reforçam a sociedade do cansaço descrita por Byung-Chul Han. A promoção de uma narrativa em que o sucesso depende unicamente do desempenho pessoal pode induzir seus seguidores à autoexploração e ao burnout, ignorando as complexidades e desigualdades intrínsecas à realidade de cada indivíduo. Uma compreensão mais equilibrada e crítica dos contextos e condições que influenciam o sucesso pessoal é crucial para evitar expectativas irreais e preservar a saúde mental da audiência.

Considerações Finais

Os infoprodutores, especialmente no Instagram, são agentes chave na perpetuação da Sociedade do Cansaço e do Sujeito de Desempenho, promovendo incansavelmente a ideia de alta performance e sucesso. Influenciados pela lógica capitalista neoliberal e pelos conceitos de Byung Chul Han, transitam de uma sociedade disciplinar para formas contemporâneas de autogestão.

A pesquisa revela que essa cultura de produtividade intensa e autoexploração no ambiente digital pode causar diretamente Burnout e outras doenças psicológicas e físicas nos produtores. Han discute como a pressão constante por desempenho e sucesso alimenta

¹² <https://www.instagram.com/reel/C6zla6nsMtb/>

um ciclo de esgotamento extremo, impulsionado pela busca de validação e reconhecimento nas redes sociais.

Os discursos que promovem a alta performance e o sucesso individual ignoram as desigualdades estruturais e o acesso desigual a recursos. Nem todos possuem as mesmas oportunidades, suporte social ou condições de vida que facilitam o alcance dos objetivos promovidos por influenciadores como Luana Carolina. A insistência em se tornar bom pode levar os consumidores do conteúdo a se conformarem com expectativas externas e homogêneas, comprometendo suas identidades e autenticidade.

A pressão para se conformar a padrões de sucesso pode limitar a verdadeira expressão pessoal e a originalidade dos criadores de conteúdo, levando à homogeneização e à autoexploração. Além disso, o desequilíbrio entre o trabalho e a vida pessoal pode impactar de forma negativa os relacionamentos pessoais e a satisfação geral com a vida.

É crucial uma abordagem crítica e reflexiva sobre os impactos psicológicos e sociais desse tipo de trabalho contemporâneo. A análise dos conceitos de Han oferece insights valiosos sobre as dinâmicas de poder na vida digital, sublinhando a importância de repensar modelos de trabalho e consumo que colocam em risco a saúde mental e promovem uma cultura de produtividade tóxica.

Reconhecendo esta pesquisa como, ainda, preliminar, faz-se, aqui, uma sucinta análise do discurso de produtividade tóxica da infoprodutora Luana Carolina. No entanto, convém ressaltar que existem vários outros infoprodutores desta natureza cujos discursos merecem análise similar, o que se pretende realizar.

A partir das inúmeras listas disponíveis na Internet, como, por exemplo, “os maiores empreendedores digitais do Brasil”, “os influenciadores mais ricos do Brasil” e “os profissionais de performance a serem seguidos”, dentre os que têm presença forte no Instagram, 6 aparecem constantemente nestes rankings, nos últimos 5 anos: Alex Vargas, Camila Porto, Conrado Adolpho, Érico Rocha, Luana Carolina e Vitor Peçanha.

Os critérios para definição destes rankings são diversos, mas, na maioria dos casos, envolvem números de seguidores, índices de vendas de infoprodutos em plataformas de e-commerce especializadas nesse segmento, engajamento e crescimento pessoal.

Assim, mais uma vez, expõe-se que é urgente uma análise crítica acerca de como esses produtores de conteúdo na Internet – infoprodutores –, especialmente no Instagram,

contribuem para a perpetuação da Sociedade do Desempenho e do Cansaço, identificando as principais características e práticas destes.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2013.

_____. **O desencantamento do mundo**: estruturas econômicas e estruturas temporais. São Paulo: Perspectiva, 1979.

_____. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

_____. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papyrus, 1996.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CRISCUOLO, I. Creators, precisamos falar sobre burnout. Série Saúde Mental e Criatividade. **Meio&Mensagem**. 2018. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/videos/2018/08/06/creators-precisamos-falar-sobre-burnout.html>>. Acesso em: 21 jun. 2024.

FOLHA VITÓRIA. Brasil é o 2º país com o maior número de pessoas com Síndrome de Burnout. **Folha Vitória**, 2020. Disponível em: <<https://www.folhavitória.com.br/saude/noticia/08/2020/brasil-e-o-2-pais-com-o-maior-numero-de-pessoas-com-sindrome-de-burnout>>. Acesso em: 10 mar. 2024.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1987.

GONSALES, T. Instagram é a pior rede social à saúde mental, diz estudo. **Liberal**, 2022. Disponível em: <<https://liberal.com.br/mais/tecnologia/instagram-e-a-pior-rede-social-a-saude-mental-diz-estudo-1714503/>>. Acesso em: 20 mar. 2024.

HAN, B. C. **No enxame**: perspectivas do digital. Petrópolis: Vozes, 2018.

_____. **Sociedade da transparência**. Petrópolis: Vozes, 2017.

_____. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

HOTMART BLOG. Tipos de infoprodutos: 15 exemplos para você se inspirar. **Hotmart Blog**, 2023. Disponível em: <<https://hotmart.com/pt-br/blog/tipos-de-infoprodutos>>. Acesso em: 12 mar. 2024.

IBEST. Influenciador de Marketing Digital. **iBest!**, 2023. Disponível em: <<https://app.premioibest.com/resultados/2023/influenciador-de-marketing-digital>>. Acesso em: 20 jun. 2024.

KEMP, S. **Digital 2024: Brazil**. 2024. Disponível em: <<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>>. Acesso em: 16 mai. 2024.

MEIO & MENSAGEM. Reels gera 40% mais engajamento para as marcas no Instagram. **Meio&Mensagem**. 2022. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/midia/reels-mais-engajamento-marcas-no-instagram>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

NEIVA, A. C. E-commerce no Brasil: dados de um mercado em expansão. **edrone**; 2024. Disponível em: <<https://edrone.me/pt/blog/dados-ecommerce-brasil>>. Acesso em: 16 mai. 2024.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RONCHE, L. Mercado de infoprodutos: cenário atual, tendências e por eu investir nesse modelo de negócio. **Hotmart Blog**; 2024. Disponível em: <<https://hotmart.com/pt-br/blog/mercado-de-infoprodutos>>. Acesso em: 16 mai. 2024.

SANTOS, I. M. dos; KLAUS, V. A inclusão do sujeito empresário de si. In: FABRIS, E. T. H.; KLEIN, R. R. (Orgs.). **Inclusão e biopolítica**. Coleção Estudos Foucaultianos. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

SILVA, L. V. da. **A representação dos indivíduos contemporâneos e suas relações sociais no discurso publicitário de automóveis no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Sociologia). 2007. Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

TERRA, C. Usuário-mídia: figura revolucionária para a Comunicação Organizacional? In: TÚNEZ-LÓPEZ, M.; COSTA-SÁNCHEZ, C. (Eds.). **Interação organizacional na sociedade em rede: Os novos caminhos da comunicação na gestão das relações com os públicos**. La Laguna: Latina, 2016. Disponível em: <<http://www.cuadernosartesanos.org/068/cuadernos/cac102.pdf>>. Acesso em: 16 mai. 2023.

VEJA SAÚDE. OMS classifica burnout como problema de saúde ligado ao trabalho. **Veja Saúde**, 2022. Disponível em: <<https://saude.abril.com.br/mente-saudavel/oms-classifica-burnout-como-doenca-de-trabalho>>. Acesso em: 15 abr. 2024.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2015.