A Estética do Bem-Estar Neoliberal: Modulação Algorítmica e a Performance da Saúde Mental Feminina

Maria Eduarda Pavão, Barbara Necyk

estética performática, design, gênero, subjetividade, razão algortimica

Este artigo reflete sobre como anúncios de aplicativos que mobilizam uma estética performática do bem-estar participam da modulação da subjetividade feminina. A partir de uma abordagem qualitativa de inspiração netnográfica no Instagram, foram acompanhadas as recomendações algorítmicas associadas à gestão da produtividade e saúde mental. Articulando contribuições de Türcke, Han, Deleuze, Zanello e Federici, o artigo argumenta que tais conteúdos podem operar como tecnologias de gênero ao reforçar representações normativas de feminilidade. Nesse contexto, busca-se também endereçar uma crítica ao campo do design, que participa da construção e circulação desse território imagético e discursivo.

1 Introdução

Na contemporaneidade, a efervescência sensorial decorrente do fluxo ininterrupto de notificações e estímulos digitais parece reconfigurar as tramas das interações sociais, incitando os sujeitos a uma temporalidade marcada pela aceleração (Türcke, 2010). A onipresença dos dispositivos móveis e das mídias de massa, ao operarem como mediadores de uma vasta gama de impulsos, contribuem para essa inquietude coletiva.

Tal mediação possui o potencial de modular a percepção e a reatividade do indivíduo (Türcke, 2010), ao estabelecer uma economia da atenção fundamentada na descontinuidade e na excitação constante. Nesse contexto, o internauta seria frequentemente instigado a reagir e a permanecer conectado — uma modalidade de atenção que ao ampliar a receptividade aos estímulos imediatos, também pode comprometer a capacidade de reflexão, tendendo a converter o pensamento em uma resposta automatizada (Türcke, 2010; Zuboff, 2020; Han, 2015).

Nesse sentido, em consonância com as perspectivas de Tücke (2016), observa-se que, embora a interface digital expanda a receptividade aos estímulos imagéticos e sonoros, tal dinâmica poderia, paradoxalmente, atuar na debilitação da densidade reflexiva e do pensamento processual. Nesse cenário, o indivíduo, imerso em um estado de efervescência contínua, pode se ver compelido a uma reatividade incessante. Essa configuração sugere que a hiperesestimulação sensorial pode sobrecarregar o aparato cognitivo, contribuindo para uma alienação cognitiva em detrimento ao imediatismo perceptivo provocado pelo excesso de estímulos (Türcke, 2010).

Esse fenômeno contribui para uma atenção fragmentada, no qual a prontidão para o novo estímulo tende a se sobrepor à capacidade de abstração e à manutenção do foco prolongado.

Assim, esses choques sensoriais pela disputa da atenção contribuem para a popularidade de práticas hibridizadas, popularmente conhecida como *multitasking*, nas quais se torna necessária a atenção multipolarizada ou dividida (HAN, 2015).

Essa forma de gestão do tempo e trabalho, o qual seria priorizada uma ideia de otimização de tempo produtivo, é característico dessa temporalidade. Esse desempenho maquínico da produtividade, que possui um alto custo humano para sustentar a atenção e ação de trabalhar sem pausas, parece ser consoante aos princípios do neoliberalismo, que destaca sobretudo uma responsabilidade individual de desempenho (Bentes, 2021; Dardot & Laval, 2016). Sob a perspectiva de Alain Ehrenberg (*apud* Ceribelli, 2023), essa nova ideologia da autorrealização parece articular uma competitividade individual, na qual o culto à performance guia o valor central da subjetividade contemporânea.

Contudo, essa racionalidade neoliberal incide de forma desigual sobre os corpos. Se esse modelo sugere a configuração do sujeito como uma "empresa de si" (Antunes, 2020), a subjetividade feminina enfrenta uma sobrecarga distinta de precisar equilibrar a performance profissional com a manutenção invisível da vida doméstica e sua própria saúde. Segundo estimativas da Oxfam (Ceribelli, 2023) a jornada de trabalho invisibilizada e não remunerada do labor doméstico e do cuidado, poderia equivaler a um acréscimo de aproximadamente vinte horas semanais em relação à carga horária masculina.

Para o público feminino, essa pressão possivelmente se articula com a naturalização da expectativa de "dar conta de tudo". Tal configuração sugere que a capacidade de gerir simultaneamente múltiplas esferas — profissional, doméstica e emocional — não seja vista como um esforço extraordinário, mas passa a ser tratada como um atributo inerente à subjetividade feminina.Sob o imperativo da otimização do desempenho, o sujeito contemporâneo se vê compelido a uma tentativa de superação de seus próprios limites biológicos, um fenômeno que pode adquirir contornos ainda mais severos quando analisado sob o viés de gênero. Conforme analisa Sibilia (*apud* Bentes, 2021), as fronteiras do corpo passaram a ser reinterpretadas como obstáculos orgânicos a serem mitigados ou vencidos em prol da eficiência técnica.

À medida que se consolida uma temporalidade orientada por parâmetros maquínicos de eficiência e desempenho — indiferentes aos ritmos biológicos —, o tempo orgânico das mulheres tende a ser progressivamente comprimido. A naturalização social dessa sobrecarga sugere a persistência de uma racionalidade que desconsidera os ciclos de repouso e recuperação, uma vez que a sustentação da “empresa de si” feminina passa pela continuidade de jornadas não reconhecidas, que se estendem para além dos limites formais do trabalho (Ceribelli, 2023). Nesse contexto, práticas elementares de autocuidado, como o descanso e o sono, tornam-se progressivamente precarizadas, produzindo efeitos como exaustão física e psíquica.

Diante desse cenário de desgaste, intensificado pela inundação de estímulo e pela lógica da performance contínua, observa-se a crescente promoção de aplicativos que se propõem a auxiliar na gestão da produtividade, do humor e do bem-estar. Tais *apps* de organização do cotidiano adotam uma linguagem publicitária que mimetiza os vídeos de influenciadoras sobre rotina, produtividade e autocuidado. A estética intimista — marcada por enquadramentos próximos, ambientes domésticos organizados e narrativas em primeira pessoa — dilui a fronteira entre publicidade e testemunho pessoal. Ao fazê-lo, esses anúncios deslocam o foco das condições estruturais que produzem a sobrecarga para soluções individualizadas de autogestão, apresentando o mal-estar como questão administrável e eventualmente quantificável por meio de ferramentas, métodos e aplicativos.

Com efeito, o objetivo do artigo é investigar como os anúncios de aplicativos de gestão que associam bem-estar e produtividade podem atuar como dispositivos que, ao promoverem ferramentas digitais de autocuidado, tendem a operar como tecnologias de gênero de automodulação subjetiva, incidindo de modo particularmente intenso sobre os corpos femininos. Ao se articularem às exigências de desempenho contínuo, tais conteúdos podem contribuir para que as mulheres sejam convocadas a sustentar uma performance que viabilize sua permanência funcional em um sistema econômico que, estruturalmente, segue atribuindo menor reconhecimento, remuneração e legitimidade à condição feminina nos mais diversos âmbitos. (Federici, 2018). Nesse contexto, o cuidado de si corre o risco de ser reconfigurado como mais uma exigência produtiva, convertendo o sofrimento em falha individual de gestão emocional.

A possível relevância desse estudo e discussão para o campo do design reside, sobretudo, no papel do design na mediação desses processos. Na medida em que articula elementos visuais, interativos, narrativos, operações e fluxos, o design participa da produção de sentidos e da construção de regimes de visibilidade e conduta. Como destaca Burdek (*apud* Coutinho et al, 2006), o design estabelece conexões entre os mundos simbólicos dos internautas e os produtores de signos, operando por meio de processos coletivizados de codificação e decodificação. Nos anúncios analisados, essa codificação tended a associar eficiência, organização e estabilidade emocional a uma estética feminina específica — íntima, leve, equilibrada — reforçando a ideia de que o bom gerenciamento de si é não apenas desejável, mas visualmente reconhecível.

Reconhecer o design como um dos operadores dessa economia simbólica não implica atribuir-lhe causalidade isolada, mas situá-lo no dispositivo no qual se articulam redes sociais, aplicativos de produtividade, consumo, neoliberalismo, produção de subjetividade e outras dimensões que constroem esse contexto. A crítica, portanto, não se dirige apenas às plataformas, mas às gramáticas visuais-interativas e aos desenhos de operações e fluxos que naturalizam a equivalência entre cuidado e desempenho.

Nesse sentido, o artigo busca contribuir para a compreensão dos modos pelos quais

subjetividades são produzidas a partir do consumo de conteúdos performáticos, mobilizando um referencial teórico que articula as noções de sensação e hiperesestimulação em Tucke (2010), às reflexões à sociedade do cansaço em Han (2015), o dispositivo de Deleuze (2015), às discussões sobre sofrimento psíquico e gênero em Zanello (2018) e Ceribelli (2023).

2 Metodologia

Este artigo é derivado da minha pesquisa de mestrado pelo PPDESDI, ainda em curso, intitulada Aplicativos de saúde mental e produtividade na formação de subjetividades sintéticas. A metodologia adota uma abordagem qualitativa de inspiração netnográfica, entendida como uma adaptação dos procedimentos etnográficos clássicos — tais como a imersão prolongada, a observação participante e a interpretação contextual — para a análise de práticas culturais e regimes de sentido que se constituem em ambientes digitais (Rocha e Montardo, 2005). Este método é pertinente ao objeto investigado, uma vez que os discursos, anúncios de aplicativos e *apps* que promovem dinâmicas de modulação subjetiva analisadas emergem das plataformas, algoritmos e interfaces. Assim, o campo de coleta de dados é compreendido como um território semiótico (Deleuze & Guattari *apud* Kastrup, 2001) configurado por arquiteturas informacionais, como a lógica do *feed*[1] infinito, os regimes de notificação e as estratégias de engajamento que organizam a experiência do uso do Instagram[2].

Para a aplicação deste método, foi criado um perfil de pesquisa com o objetivo de acompanhar as recomendações algorítmicas associadas a conteúdos sobre saúde mental, autocuidado e hábitos produtivos direcionados ao público feminino[3]. A opção por indicar o gênero feminino na configuração do perfil parte do reconhecimento de que não há neutralidade na produção do conhecimento e de que a minha posição situada de pesquisadora mulher atravessa tanto os modos de acesso ao campo, Instagram, quanto os processos interpretativos mobilizados ao longo da análise.

A coleta foi realizada prioritariamente por meio de dispositivo móvel. Ainda que se reconheça a possibilidade de resquícios de personalização algorítmica oriundos do histórico de uso de contas pessoais, a criação de um perfil específico visou reduzir interferências diretas e observar, de forma mais controlada, os padrões de recomendação associados ao recorte temático da pesquisa. Além disso, o uso via computador não foi adotado por conta da maior incidência de anúncios

[1] *Feed* é o fluxo contínuo de conteúdos exibidos na interface de redes sociais, geralmente organizado e atualizado por sistemas algorítmicos a partir das interações e preferências do usuário.

[2] O Instagram é uma plataforma de compartilhamento de fotos e vídeos criada em 2010, atualmente pertencente à empresa de tecnologia Meta Platforms.

[3] O perfil foi criado em setembro de 2025 para a realização da minha atual pesquisa de mestrado.

patrocinados no aplicativo utilizado via dispositivo móvel, o que impacta diretamente na visibilidade e na recorrência do material publicitário coletado.

A partir dessa coleta, pude reunir vídeos de curta duração que veiculam discursos, práticas, estéticas e performances associadas às promessas de autocuidado, bem-estar, desenvolvimento pessoal e eficiência produtiva feminina, que anunciam muitas vezes um aplicativo de autogerenciamento.

3 Resultados e Discussão

Os resultados da coleta realizada podem indicar padrões recorrentes na forma como práticas de autocuidado e produtividade são representadas. A análise do material é realizada à luz do referencial teórico mobilizado na tentativa de identificar discursivos e estéticas frequentes. Nesse material, destaca-se a recorrência de vídeos curtos[4] que apresentam rotinas condensadas de bem-estar, trabalho e autocuidado feminino, muitas vezes organizadas a partir de uma lógica de simultaneidade e aceleração.

Nesse regime marcado pela multiplicidade de estímulos e pela prática do *multitasking* (Türcke, 2010), o hiperestímulo produzido pelos conteúdos audiovisuais curtos intensifica um estado de excitação contínua, frequentemente associado à dispersão e a *hyperattention*[5], e também passa a representar imageticamente essa própria condição. Esses vídeos breves constroem uma gramática visual da simultaneidade, com edição acelerada, sobreposição de tarefas, cortes rápidos entre treinos, trabalho, autocuidado e lazer. Desse modo, o *multitasking* deixa de ser apenas uma característica do ambiente digital para tornar-se modelo performático, em que a produtividade é praticada e exibida.

Tais referências podem ser observadas na composição imagética da Figura 1. Esse anúncio do aplicativo *Hero*, tenta construir uma estética em conformidade com padrões hegemônicos de beleza e saúde e contribui para a produção de um imaginário de feminilidade associada à eficiência emocional, à autogestão e à otimização contínua da vida cotidiana. Na cena, a justaposição entre a imagem da mulher no espaço de treino físico, a figura relaxada no sofá utilizando um notebook e a representação de uma postura confiante e estilizada em estúdio parece tentar construir uma narrativa visual de equilíbrio entre autocuidado, trabalho e performance de si.

[4] Vídeos em torno de 10 e 30 segundos.

[5] Han (2015) caracteriza esse estado como atenção dispersa com rápida mudança de foco entre diversas atividades.



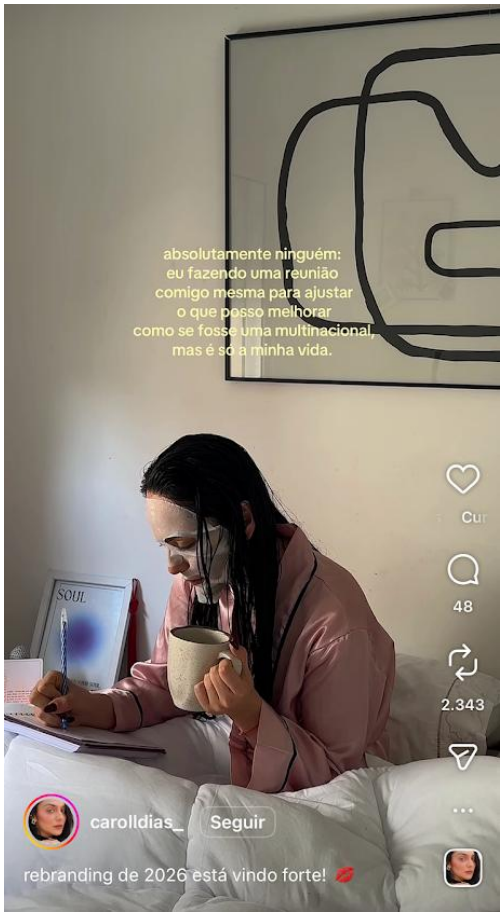
Figura 1 Anúncio *Hero* publicado no Instagram
Fonte Captura de tela realizada pela autora (2026).

Neste artigo, performance não é compreendida apenas como sinônimo de desempenho ou produtividade mensurável (Han, 2015), mas como uma externalização modulada de si. Trata-se de um processo pelo qual a subjetividade é encenada, organizada e exibida para a construção visível de uma imagem de funcionalidade — uma forma de tornar pública uma versão administrada e otimizada do próprio eu. A performance da imagem da mulher produtiva, portanto, não se restringe ao fazer, mas se desloca para o parecer fazer.

Nos anúncios analisados, essa dinâmica se materializa em composições visuais que transformam a produtividade em cena e em imagem. A Figura 2 exemplifica essa lógica, visto que a composição visual encena a internalização da racionalidade neoliberal descrita por Dardot e

Laval (2016). À primeira vista, trata-se de um momento íntimo de pausa — por conta da ambientação suave, a mulher sentada na cama vestindo roupão e máscara facial, segurando uma xícara enquanto escreve em um caderno — no entanto, o texto sobreposto menciona “reunião comigo mesma” e a necessidade de “ajustar o que posso melhorar como se fosse uma multinacional” desloca o sentido da cena, que performa autocuidado, para termos da gestão empresarial.

Figura 2 - vídeo do perfil @carolldias_ Publicação no Instagram.



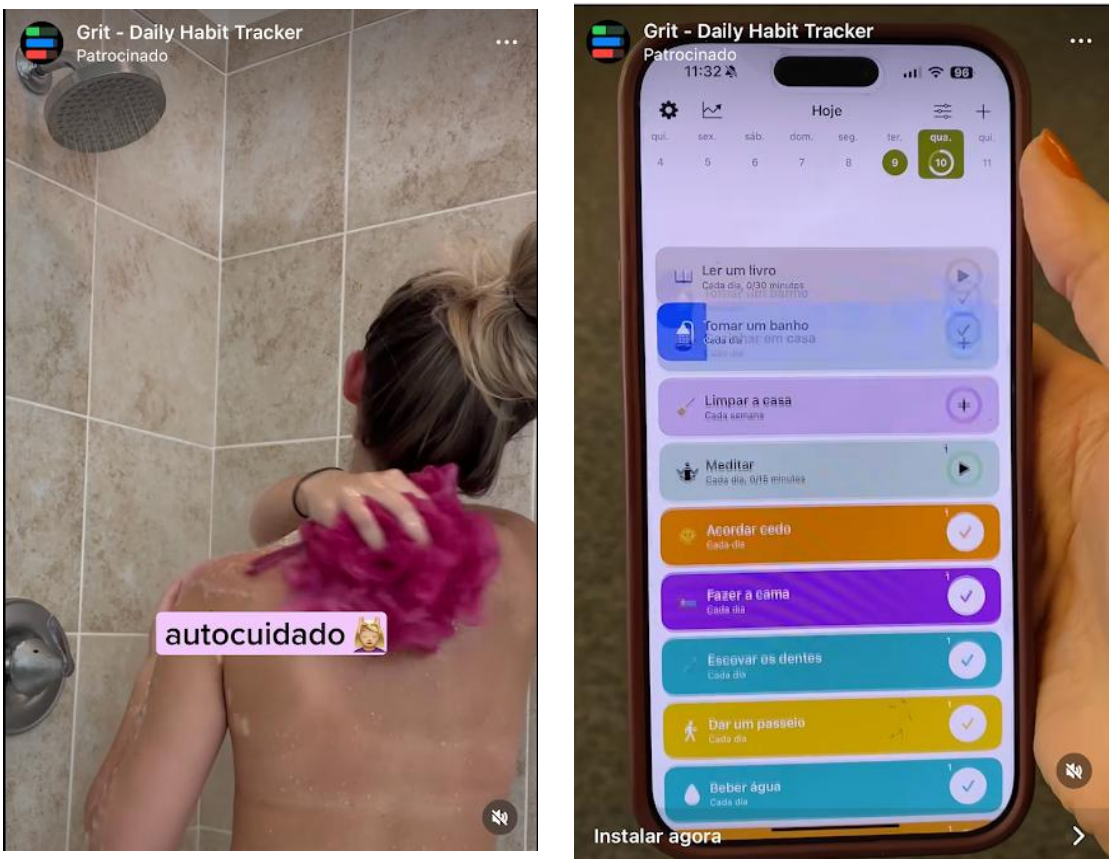
Fonte Captura de tela realizada pela autora (2026).

O desempenho passa a constituir uma estética particular: um modo de encenar a própria vida como equilibrada, produtiva e sob controle. É nesse cenário que a mulher contemporânea imersa no território digital é convidada a performar eficiência profissional, estabilidade emocional, organização doméstica e cuidado corporal — tudo sob o regime da visibilidade constante.

Nas Figuras 3 e 4 observa-se como o anúncio do aplicativo *Grit* mobiliza essa estética performática ao representar uma cena de autocuidado corporal no espaço íntimo do banho. O

vídeo representa o autocuidado corporal no espaço íntimo do banho, em que uma mulher realiza um gesto habitual de higiene associado ao relaxamento e ao bem-estar. A sobreposição do enunciado “autocuidado” à imagem do corpo feminino em um momento de vulnerabilidade e intimidade sugere a captura de práticas da vida cotidiana pelo regime de visibilidade performática das plataformas.

Figura 3 e 4 Anúncio da *Grit* publicado no Instagram.



Fonte *Grit* Capturas de tela realizadas pela autora (2026)

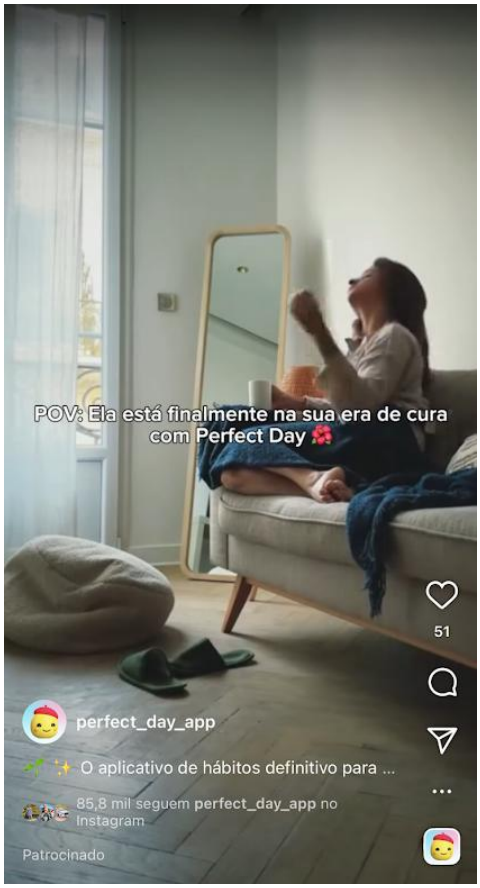
Essa estetização do cuidado cotidiano, ao ser mobilizada por um aplicativo de *habit tracking*[6], tende a deslocar práticas de manutenção da vida para o campo da otimização comportamental. O que se apresenta como gesto espontâneo de cuidado corporal é reconfigurado como tarefa monitorável, passível de registro, contagem e repetição disciplinada em uma estratégia de gamificação. Assim, mesmo momentos de pausa e intimidade passam a ser integrados à lógica da

[6] *Habit tracking* refere-se a sistemas, analógicos ou digitais, voltados ao registro e monitoramento de hábitos cotidianos, como sono, exercícios, alimentação ou produtividade.

automodulação subjetiva, em que descansar, tomar banho ou “cuidar de si” ganham contornos racionais e produtivos.

Assim, o autocuidado tende a ser progressivamente externalizado pelo sistema. A cena publicitária aplicativo *Perfect Day* (Figura 5) associa a “era de cura” ao uso do encena uma feminilidade alinhada ao ideal de otimização permanente encontra eco no que Tolentino (*apud* Ceribelli, 2023) discute sobre o ideal contemporâneo de mulher: aquela que mantém aparência jovem, constroi uma carreira admirável, sustenta uma vida afetiva exemplar e, futuramente, performa a maternidade bem-sucedida — tudo visível e coerente com a performance das redes sociais. A promessa de “cura”, neste enquadramento, torna o autocuidado uma tarefa contínua e de autogerenciamento compatível com as exigências do capitalismo contemporâneo.

Figura 5 Anúncio da *Perfect Day* publicado no Instagram.



Fonte Captura de tela realizada pela autora (2026).

Esse estilo de connteúdo poderia contribuir para a produção de subjetividades alinhadas a performances de gênero e teriam o potencial de orientar estéticas de bem-estar, equilíbrio

emocional e produtividade de desempenho consoante a racionalidade neoliberal. Esse raciocínio converge com o que Byung-Chul Han (2015) sublinha ao afirmar que “a positividade do poder é bem mais eficiente do que a negatividade do dever”, uma vez que a agitação produtiva — na qual a excitação constante é convertida em energia de desempenho — integra a própria lógica neoliberal.

Dessa forma, a promessa de cuidado pode mascarar que esses aplicativos não operam como instâncias neutras de mediação. Como afirma Antunes (2020) as plataformas digitais “não são neutras nem livres de valores, vindo com normas inscritas em suas arquiteturas”. As arquiteturas técnicas que formam os aplicativos incorporam valores, normas e racionalidades específicas de quem as desenvolve. Conforme analisa Silveira (2021), a crença de que empresas e plataformas digitais existiriam apenas para “melhorar a experiência do usuário” contribui para a ofuscação das relações de poder inscritas em suas arquiteturas técnicas e modelos de negócio.

Nesse processo, a experiência de cuidado mediada pelo design, configura um território semiótico (Deleuze *apud* Kastrup, 2001) de indução de condutas que participa da modulação contínua da subjetividade. Ao circularem nas plataformas digitais por meio de imagens, narrativas e promessas de autogestão, esses conteúdos interpelam determinadas formas de performance feminina, orientando modos de sentir, agir e se perceber.

Nesse contexto, tal repertório visual torna-se uma estética reconhecível no interior da plataforma Instagram. Ao comparar as Figuras 6 e 7, é possível inferir que o aplicativo *Hero* adota uma linguagem visual semelhante àquela mobilizada por conteúdos orgânicos da plataforma, como o produzido pelo perfil @alice.journeyy. Em meio ao fluxo contínuo do *feed* de *reels*, o anúncio tende inicialmente a se confundir com publicações de influenciadoras, na medida em que mimetiza a estética, o enquadramento e a ambientação característicos desses vídeos.

Figura 6 perfil *@alice.journeyy*

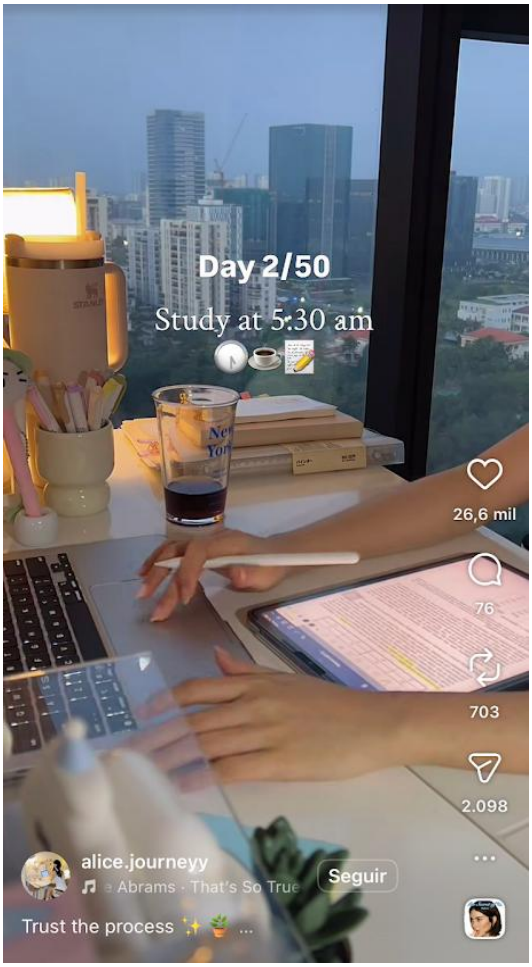
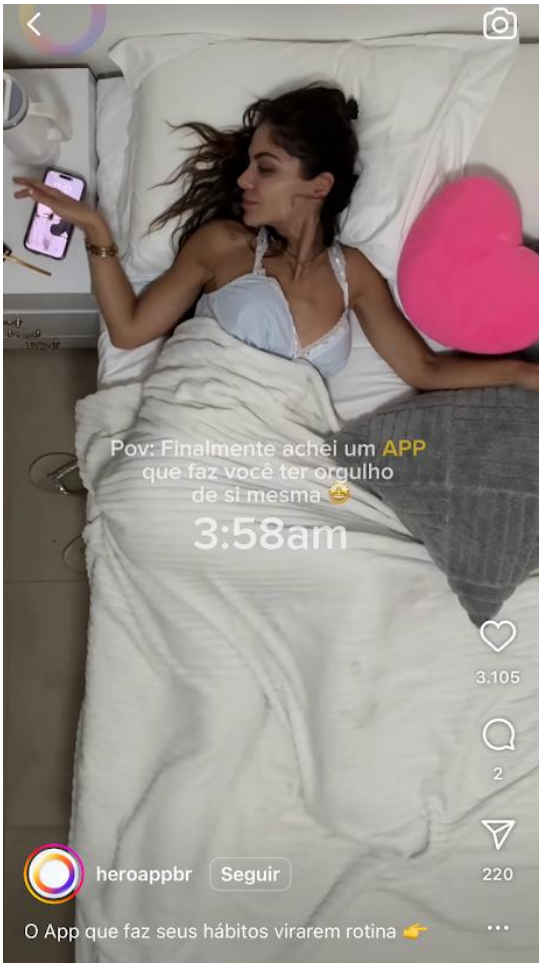


Figura 7 anúncio do app *Hero*.

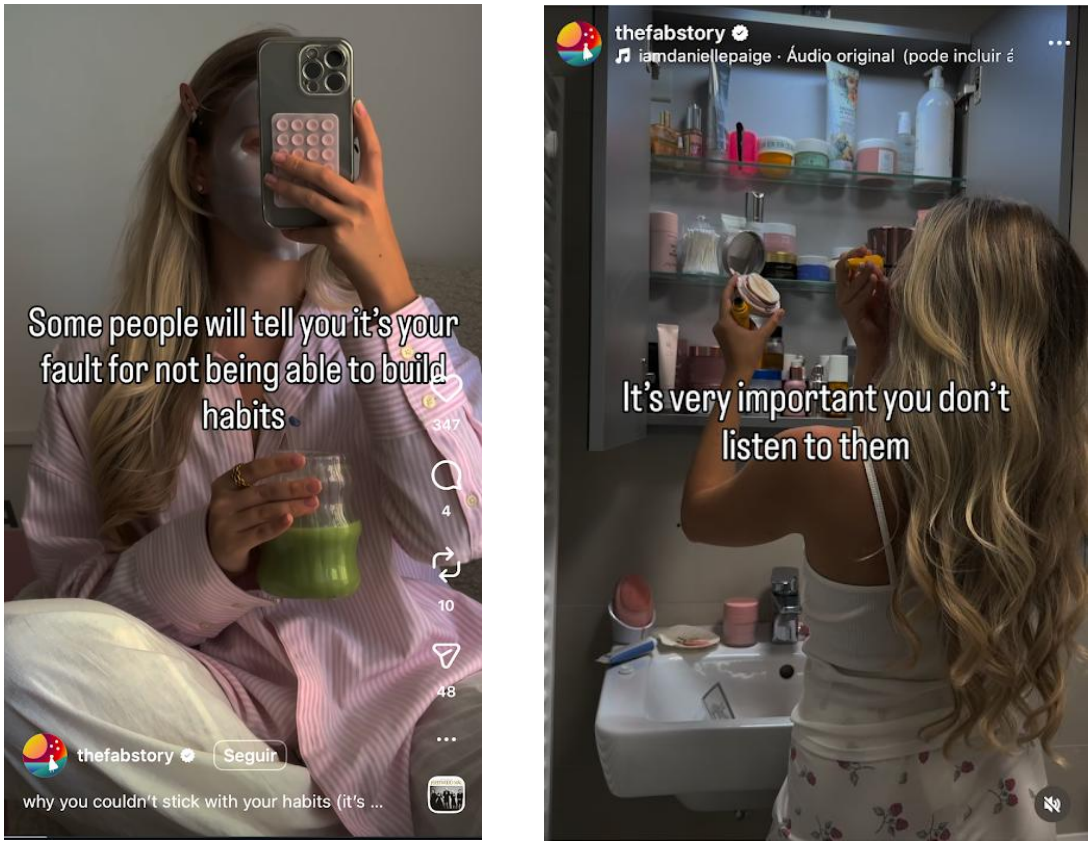


Fonte Capturas de tela realizadas pela autora (2026)

Tal aproximação estética parece operar como uma estratégia de inserção do conteúdo publicitário na lógica visual da plataforma, reduzindo a distinção imediata entre publicidade e produção cotidiana de criadoras de conteúdo.

Inserido nesse território semiótico já familiar, o indivíduo tende a permanecer assistindo ao vídeo por mais tempo, uma vez que o anúncio não se apresenta imediatamente como publicidade. As Figuras 8 e 9 a seguir exemplificam como a presença do enquadramento frontal, a iluminação doméstica e a ambientação cotidiana contribuem para produzir um efeito de espontaneidade e proximidade com o espectador.

Figura 8 e 9 Anúncio do *app Fabolous* publicado no Instagram



Fonte Captura de tela realizada pela autora (2026).

Dessa forma, os indivíduos são incentivados a praticar rituais cotidianos que materializam essa imagem idealizada de bem-estar, produtividade e equilíbrio emocional. Os psicanalistas redatores da *Floatvibes* (2025) observam como o "eu ideal" parece ser progressivamente aperfeiçoado e saturado pela performance do desempenho, a ponto de o indivíduo tornar-se sobredeterminado a acreditar que pensamentos positivos, produtos específicos ou conteúdos motivacionais seriam capazes de eliminar suas angústias.

Muitos rituais de rotina, amplamente difundidos nas redes sociais, parecem operar como micropráticas de subjetivação que reforçam a responsabilização individual pelo cuidado de si ao mesmo tempo em que obscurecem as condições sociais e estruturais implicadas na produção do cansaço e do sofrimento psíquico. Sobre a lógica de "otimizar-se para dar conta", Tolentino (*apud* Ceribelli, 2023) ainda sublinha que a busca por tentar ser uma mulher "melhor" se torna muitas vezes um projeto ilusório e amoral.

O arranjo do atravessamento de *trends*[7] de redes sociais, anúncios e aplicativos de saúde autogerenciamento, pode ser interpretado como a configuração de um dispositivo. Pela ótica deleuziana (2015), esses diferentes elementos compõem camadas heterogêneas que buscam estabelecer regimes de visibilidade e enunciação. A partir dessa perspectiva, observa-se que tais elementos não operam de forma isolada, mas integram um conjunto de forças que tende a induzir modos específicos de sentir, agir e se perceber.

As formulações de Valeska Zanello (2018) permitem interpretar como esse dispositivo atravessado pelos múltiplos estímulos cotidianos, *multitasking*, anúncios de aplicativos de otimização, conteúdos de feminilidade e os *apps* de autogerenciamento atuam como novas tecnologias de gênero. Esses conteúdos comunicam valores que colaboram para o engendramento de sujeitos, ao naturalizar expectativas normativas de modos de sentir, agir e se perceber enquanto mulher. Assim, a relação entre elementos digitais e não digitais participa ativamente dos processos de produção da subjetividade.

Este artigo adota a noção de subjetividade definida por Guattari (1992), para quem a subjetivação se constitui em processos múltiplos e heterogêneos, articulando dimensões sociais, técnicas, semióticas e afetivas. A subjetividade do sujeito gestada nesse território digital materializa-se, assim, em instrumentos, máquinas e sistemas técnicos, que propiciam o surgimento de uma cultura específica. Essa cultura, por sua vez, dá prosseguimento aos processos de individuação psíquica — por meio da circulação de valores, crenças e enunciados coletivos — e de individuação maquínica, em que os próprios dispositivos técnicos participam da conformação dos modos de existência.(Guattari, 1992; Campos & Chagas, 2008)

Nesse enquadramento, a subjetividade quantificada emerge como o estágio contemporâneo da sensibilidade artificial: uma síntese na qual a inteligibilidade da razão instrumental e a organicidade do corpo passam a ser mediadas pela maquinação dos dados. Isto está consoante com o que Maria Teresa Cruz (2000) identifica como uma estética da desafecção — na qual o sentir é progressivamente traduzido em métricas, *feedbacks* e indicadores de performance. A operação algorítmica dos aplicativos sobre emoções, rotinas e comportamentos tende a deslocar a experiência de cuidado de si de uma escuta sensível do próprio corpo e de seus limites para a interpretação de métricas de desempenho.

Os valores inscritos nesses sistemas podem ser mascarados para deslocar a atenção para práticas individuais de autogestão e otimização do bem-estar, tais dispositivos reforçam a ideia de que o equilíbrio emocional e a produtividade seriam essencialmente resultados da disciplina pessoal e não de relações sociais desiguais. Esse deslocamento dialoga com um processo histórico de naturalização do trabalho de cuidado feminino.

[7] T*rends* são conteúdos, formatos ou práticas que se tornam rapidamente tendências em plataformas digitais e passam a ser amplamente replicados por outros internautas.

Uma das formas de trabalho atribuída à figura feminina, como observa Federici (2019), é o trabalho doméstico, que foi progressivamente construído como uma expressão da própria natureza feminina. Ao ser interpretado como inclinação ou vocação, esse trabalho deixa de aparecer como relação social e econômica, tornando-se menos visível enquanto forma de exploração. Mesmo quando as mulheres passam a ocupar empregos remunerados, o papel social atribuído às mulheres quanto às responsabilidades domésticas não são alterados. Nesse contexto, a inserção no mercado de trabalho frequentemente amplia a carga de trabalho e as dimensões do trabalho feminino permanecem invisibilizadas ou desvalorizadas (Federici, 2019).

Portanto, a estética performática do cuidado e do bem-estar que circula nas plataformas digitais pode ser compreendida como mais um elemento do processo de ofuscação do cansaço decorrente do trabalho feminino. Ao enfatizar práticas individuais de organização, equilíbrio emocional e autocuidado, essas representações deslocam o olhar das estruturas que produzem a sobrecarga feminina e reforçam a ideia de que cabe às próprias mulheres gerir, de maneira performática, as tensões geradas por essas mesmas condições. Além disso, segundo Engel (*apud* Zanello, 2018), ao naturalizar a imagem feminina à ideia de que determinadas características — como fragilidade, beleza, docilidade e submissão — seriam intrínsecas às mulheres, traços divergentes desses atributos passariam a ser percebidas como desvios da ordem supostamente natural.

Ademais, seria possível entender que a estética performática seria um regime visual, o qual atua como uma tecnologia de gênero — como o cinema, revistas, etc (Zanello, 2018). Ao operar por meio de códigos imagéticos, essa performance constroi uma linguagem semiótica que tende a normatizar o que deve ser percebido como feminino, produtivo e desejável. Assim, a repetição dessa estética performática reforça uma identidade de gênero feminina (Butler *apud* Zanello, 2018), na medida em que mobiliza gestos, práticas de autocuidado e modos de apresentação de si que se repetem e se estabilizam visualmente, operando como performances de gênero.

4 Conclusão

Desse modo, seria possível deduzir que os vídeos publicitários de aplicativos de produtividade os aplicativos não tensionam as condições estruturais da sobrecarga que atravessa a vida dessas mulheres — como a conciliação entre trabalho e outras responsabilidades —, mas operam como dispositivos para a formação de referências simbólicas que podem estar inseridas na cultura. Ao se articularem a esse mesmo regime de visibilidade e performance, tendem a mascarar a dimensão social do cansaço decorrente de cobranças estruturais, deslocando o sofrimento para o plano da responsabilidade individual e da autogestão emocional.

Essa inscrição de valores na arquitetura dos aplicativos — e de seus anúncios — reforça o caráter de dispositivo de controle desses sistemas. Ao se apresentarem como interfaces “amigáveis” e soluções personalizadas para o bem-estar, tais plataformas tendem a naturalizar regimes de automonitoramento e autogestão. Ao mesmo tempo, contribuem para a construção — possivelmente ilusória — de identidades estáveis, nas quais a mulher é convidada a se compreender como responsável pela gestão individual de seu bem-estar.

Assim, tais dispositivos podem ser compreendidos como tecnologias de gênero que atuam no engendramento de sujeitos, reiterando referências normativas associadas ao binarismo homem/mulher. Ao mobilizar uma estética performática do bem-estar — marcada por imagens de organização, equilíbrio emocional e eficiência — esses conteúdos contribuem para a naturalização de expectativas normativas sobre o que significa ser uma mulher saudável, produtiva e emocionalmente estável.

Assim, esses anúncios — como os aplicativos — participam da modulação da subjetividade ao reforçar a responsabilização individual diante de tensões que possuem raízes sociais e estruturais. Nesse sentido, a estética do bem-estar neoliberal pode ser compreendida como uma tecnologia de gênero que desloca para o indivíduo a gestão das contradições produzidas por um sistema que continua a se apoiar, de forma desigual, no trabalho invisível e emocional das mulheres.

Ao prover as condições de incentivo e operação de uma estética performática que promete a saúde mental e o bem-estar necessário para a produtividade, o design, ao se materializar como tecnologia de gênero, se torna co-responsável pela instalação de um regime de visibilidade que é manipulador e opressor da condição feminina. Reconhecer essa participação implica situar o design no interior de um dispositivo que articula plataformas digitais, economias algorítmicas, consumo e produção de subjetividade. Nesse contexto, a crítica aqui proposta dirige-se às gramáticas visuais, às lógicas de interface e aos fluxos de interação que contribuem para naturalizar a equivalência entre cuidado, eficiência e performance, frequentemente mobilizando representações normativas de feminilidade.

Agradecimento

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro concedido por meio de bolsa de mestrado, que possibilitou o desenvolvimento desta pesquisa.

Referências

BENTES, Anna. Quase um Tique. São Paulo: Editora UFMG, 2021.

_____. O modelo do gancho e a formação de hábitos: tecnobehaviorismo, capitalismo de vigilância e economia da atenção. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, v. 15, 2022. Disponível em: http://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.11342. Acesso em: 24 jul. 2024.

ANTUNES, Ricardo. Uberização, trabalho digital e indústria 4.0. São Paulo: Boitempo, 2020.

CAMPOS, Jorge Lucio de; CHAGAS, Filipe. Os conceitos de Gilbert Simondon como fundamentos para o design. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2008. ISSN 1646-3137. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/texts/campos-jorge-chagas-filipe-conceitos-de-gilbert-simondon.pdf>. Acesso em: 7 mar. 2026.

CERIBELLI, Marcela. Aurora: o despertar da mulher exausta. São Paulo: Planeta, 2023.

CRUZ, Maria Teresa. A estética da desafecção, 2000.

DELEUZE, Gilles. O que é um dispositivo. In: O mistério de Ariana. Coleção Passagens. Pontinha: Vega, 2015. 3ª Ed. pp.83-96.

FEDERICI, Silvia. O ponto zero da revolução: trabalho doméstico, reprodução e luta feminista. São Paulo: Elefante, 2019.

FLOATVIBES. Newsletter Floatvibes. 2025. Disponível em: https://floatvibes.substack.com/p/vibes-estoicismo-aesthetic. Acesso em: 02 de dez. 2025.

GUATTARI, Félix. Caosmose: um novo paradigma estético. São Paulo: Editora 34, 1992.

HAN, Byung-Chul. Sociedade do cansaço. Petrópolis: Vozes, 2015.

_____. Sociedade paliativa: a dor hoje. Petrópolis: Vozes Nobilis, 2021.

KASTRUP, Virgínia. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. Psicologia & Sociedade, v. 19, n. 1, 2001.

ROCHA, Paula; MONTARDO, Sandra. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. Revista FAMECOS, Porto Alegre, n. 27, p. 35–45, 2005.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; SOUZA, Joyce; CASSINO, João Francisco (org.). *Colonialismo de dados: como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal*. São Paulo: Autonomia Literária, 2021.

TÜRCKE, Christoph. Sociedade excitada: filosofia da sensação. São Paulo: Editora Unicamp, 2010.

ZANELLO, Valeska. Saúde mental, gênero e dispositivos. Curitiba: Appris, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. A era do capitalismo de vigilância. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Maria Eduarda Pavão, Esdi/UERJ, Brasil <maryduda.pavao@gmail.com>

Barbara Necyk, Dr, Esdi/UERJ, Brasil <bnecyk@esdi.uerj.br>