

Redes Sociais, Subjetividade e Mal-estar: Uma Análise do Caso Essena O’Neill¹

Nicole SANCHOTENE²

Tatiane LEAL³

Yago BARBOSA⁴

Universidade Federal do Rio de Janeiro, RJ.

Resumo

Em novembro de 2015, a web-celebridade Essena O’Neill apagou todas as suas fotos de sua conta no Instagram e denunciou que todo o conteúdo postado em sua rede social era forjado e patrocinado. A partir da análise de notícias sobre o caso e com base em referenciais teóricos sobre sujeito, celebridade, corpo, autoridade de experiência na internet, felicidade e mal-estar, este artigo investiga as relações entre a cultura da celebridade e a produção de subjetividades na contemporaneidade. Concluímos que o caso de Essena reforça uma moral relacionada ao corpo, à felicidade e à visibilidade na contemporaneidade, bem como representa um sintoma do mal-estar provocado por esses imperativos.

Palavras-chave: redes sociais; celebridades; subjetividade; corpo; mal-estar.

1. Introdução

Até novembro de 2015, Essena O’Neill, de 19 anos, era uma das celebridades *fitness* das redes sociais. Sua atividade consistia em compartilhar sua rotina glamourosa, com roupas de marca, corpo em forma, exercícios físicos e alimentação saudável. Em seu auge de postagens na rede social, Essena ganhava dinheiro por meio de anúncios de marcas e eventos, tudo dentro de um enquadramento relacionado a bem-estar, beleza e espontaneidade, como se todo aquele conteúdo fizesse parte da experiência diária de uma jovem bem-sucedida. Com mais de meio milhão de seguidores no Instagram, a australiana despontou como destaque em jornais do mundo inteiro por seu comportamento online: Essena apagou cerca de duas mil fotos e editou a legenda das que restaram em sua conta na rede social, desta vez explicando o que havia por detrás. Em uma das fotos, a nova legenda era: “Tirei 50 fotos até conseguir uma que eu achei que você gostaria. Depois, eu fiquei

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas Urbanas, XVI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ. Bolsista CNPq. Email: freire.nicole@gmail.com.

³ Doutoranda e Mestre em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ. Bolsista CNPq. E-mail: tatianeclc@gmail.com.

⁴ Mestrando em Comunicação e Cultura pela ECO-UFRJ. Bolsista CAPES. Email: yagobarbosa@ufrj.br.

anos editando essa selfie em vários apps para que eu pudesse sentir alguma aprovação social de vocês. NÃO HÁ NADA REAL NISSO”.⁵

Em vários posts criticando sua atividade na *web*, a falta de veracidade de suas publicações é enfatizada por ela. Ao mesmo tempo, a relevância da aceitação do corpo belo e da identidade na rede social é outro aspecto lembrado pela blogueira. Em uma foto de biquíni, a legenda revelava: “outra foto tirada puramente para promover meu corpo de 16 anos. Essa era toda minha identidade”. A revista *Time* também destacou alguns trechos do desabafo de Essena:

Passei a maior parte da minha adolescência viciada em redes sociais, aprovação social, status social e minha aparência física. [...] Passei horas assistindo a garotas perfeitas online, desejando que eu fosse elas. Então quando eu era ‘uma delas’ eu ainda não estava feliz, contente ou em paz comigo mesma. (MCCLUSKEY, 2015).

A crise que originou a mudança de postura da jovem deve ser encarada como uma crise psicológica de uma menina em fase de amadurecimento ou como um sintoma social? O que há de comum entre as ambições de Essena em se tornar reconhecida na internet e a prática de milhares de pessoas que publicam suas vidas através dessas redes sociais? Qual o papel desse projeto de corpo contemporâneo na constituição do sujeito? As práticas de narração de si por meio de redes sociais e espaços de visibilidade máxima, baseadas na autoridade da experiência, seriam novas formas de subjetivação? A crise pela qual passou Essena poderia ser enquadrada como a manifestação de um tipo específico de mal-estar da contemporaneidade?

Partindo dessas perguntas, buscaremos compreender a lógica por trás desse novo tipo de sujeito característico dos dias atuais, marcado pelo forte e estimulado uso das redes sociais. Se, como Foucault (2015) argumenta, toda sociedade é marcada por discursos de poder e de saber que consolidam novas formas de subjetivações, as novas práticas de narrativa de si por meio das redes sociais, dentro de uma lógica que se inicia no culto às celebridades e na exposição da vida privada, contêm em si mesmas normatizações, imperativos e descrições de subjetividade que revelam aspectos socialmente valorizados como essenciais na construção do sujeito contemporâneo.

Esse artigo teve como base as notícias de jornais que repercutiram o caso alguns dias após o ato inicial de Essena, os vídeos que foram postados por ela explicando sua decisão, e as notícias de meses seguintes em que os meios de comunicação contaram o que

⁵ Essena O’Neill excluiu, em seguida, todas as fotos, vídeos e outros posts em todas as suas contas no Instagram, YouTube e Tumblr. A legenda que utilizamos como exemplo está disponível em: <http://www.bbc.com/news/world-australia-34707116>. Acesso em 23 mai 2016. Tradução nossa.

teria acontecido com a jovem australiana depois da repercussão do caso. Ao observarmos que os veículos nacionais reproduziam traduções de fontes estrangeiras sobre o caso, priorizamos as matérias de sites australianos e americanos, objetivando maior aproximação com o contexto do acontecimento e com os valores sociais postos em questão por seu ato em sua comunidade de seguidores. Os veículos selecionados foram as revistas e jornais: *Time*, *BBC Australia*, *Huffington Post*, *The Independent* e *The Guardian*. A repercussão dessas matérias no Brasil foi imediata: elas foram reproduzidas e traduzidas por uma série de veículos nacionais, que fomentaram debates sobre a validade da ação da jovem.

A partir do caso de Essena, articularemos as contribuições de diversos autores em relação a sujeito, corpo, verdade e experiência, vida privada *versus* vida pública, felicidade e mal-estar. Buscaremos, além disso, entender que aspectos foram essenciais para sua celebrificação na internet e quais se tornaram opressivos o suficiente a ponto de justificar sua revolta contra uma exigência que não pôde ser cumprida em sua totalidade.

2. A lógica da celebridade

A celebridade é uma figura marcante na sociedade contemporânea, sendo uma forma de subjetividade responsável por mediar relações sociais e a própria construção de sujeitos. Ela é característica de uma organização social em que a vida privada se torna elemento central. Para se pensar numa definição das identidades humanas, na contemporaneidade, feita a partir da valorização da vida privada, é preciso entender como a intimidade e a interioridade estão articuladas com a ideia de um *eu*.

O cultivo da ideia do *eu* baseado numa interioridade é antiga, tendo Santo Agostinho como um dos primeiros teóricos ao definir a meta do homem como uma busca de Deus a partir de um processo de um voltar-se para dentro. Descartes, mais tarde, introduziria na interioridade agostiniana uma mudança: os indivíduos deveriam olhar para dentro de si não mais para encontrarem a Deus, mas para encontrar diretrizes para as próprias ações. Essa noção influenciou o surgimento da identidade moderna centrada na ideia de *self*, em que cada indivíduo possuiria um núcleo interior profundo e em que as fontes morais que orientam sua conduta não emanariam de um agente externo, mas estariam do lado de dentro (TAYLOR, 2013).

A emergência de uma sociedade cada vez mais personalizada forneceu as condições de possibilidade para a moderna cultura da celebridade, em que a personalidade de indivíduos fascinantes passaria a ser consumida como produto. Tom Mole (2007) identifica

Lord Byron como uma das primeiras celebridades tal qual conhecemos. Na esteira da ideia de um eu interior singular, a necessidade da valorização da vida privada de pessoas notáveis surge em decorrência também da necessidade mercadológica de uma indústria editorial em expansão, que precisava distinguir seus produtos, multiplicados pelos avanços tecnológicos e pela demanda de um crescente público letrado.

A obra passa a ser divulgada como expressão da personalidade fascinante do autor, por meio do processo que Mole denominou hermenêutica da intimidade. Assim, o público passa a consumir não apenas os livros, mas a vida privada das figuras célebres que os escreveram, acompanhando-as como narrativas de entretenimento. A celebridade é estratégica para uma nova fase do capitalismo em que a produção artística e – levando em conta blogueiras famosas como Essena – a própria vida diária se torna também mercadorias para massas.

Esse processo é possível mediante a consolidação de uma indústria de entretenimento, que começa com os produtos editoriais e se fortalece a partir do cinema e da televisão, ganhando nova configuração nas mídias atuais, em especial a internet. A centralidade do entretenimento, que se inicia nos Estados Unidos e se espalha ao redor do mundo, demanda um produto que vá além da duração dos filmes. A partir dessas considerações, Neal Gabler (1999) constata que a vida real se torna um tipo de entretenimento, a qual chama de vida-filme. Se a narrativa do romance ou do filme se baseia no recorte temporal de um episódio na vida de um personagem central, a vida-filme sempre pode ser acompanhada a qualquer momento e, como mercadoria, gera um fluxo de lucro constante. Um dos exemplos que podemos visualizar são as revistas e sites de fofoca, capazes de transformar a até mesmo a ida de uma atriz à academia em notícia.

Nesse ponto, é válido evocar o conceito de *dispositivo* cunhado por Foucault (2015). O dispositivo é uma série de discursos, práticas e saberes – não necessariamente homogêneos – que atende a um objetivo estratégico de manutenção de uma forma de poder. A partir do século XVIII, o objeto dos dispositivos passa a ser o corpo e sua capacidade de ação, dentro de um modelo de que o autor chama de *biopoder*. O corpo passa a ser visto como algo produtivo para poder atender às expectativas da máquina capitalista. O dispositivo é uma forma de normatização de corpos a partir da atribuição de subjetividades. Ian Hacking (1999, p. 123) define o papel dessa criação de novas subjetividades afirmando que a criação de categorias de sujeitos implica na criação também de novos sujeitos: “Quem somos não é apenas o que fizemos, fazemos e faremos, mas também o que poderíamos ter

feito e podemos vir a fazer. Inventar pessoas altera o espaço de possibilidades para se ser uma pessoa”. A invenção da celebridade, respaldada pelos aspectos acima abordados, constitui um dispositivo e, portanto, possibilita novos campos de atuação para os indivíduos afetados por essa rede de discursos.

Afirmar que a celebridade se torna um modo de subjetivação significa que ela passa a ser um modelo cada vez mais tido como referência pelas pessoas comuns como forma de estabelecer sua identidade. A mídia emerge como um espaço de validação existencial, em que a visibilidade se torna um projeto de vida e um elemento de distinção. Nesse ambiente em que consumo e identidade se relacionam e a vida privada surge como elemento central, a celebridade se torna paradigmática de um tipo de sujeito. Ela encarna em si a personificação do êxito e reforça, a partir das narrativas midiáticas que destacam seu estilo de vida invejável, sua personalidade fascinante e seu poder de consumo, valores do *ethos* neoliberal que rege a sociedade ocidental contemporânea: a crença no potencial ilimitado do eu, a irrestrita possibilidade de mobilidade ascendente e a busca pela constante reinvenção si (HOLLANDER, 2012). Se a ética protestante propiciou o respaldo moral que permitiu uma adequação dos indivíduos ao sistema capitalista, a ética da celebridade intensifica os valores de um capitalismo pós-industrial baseado no espetáculo.

3. As celebridades da internet e o caso Essena

Pensar numa aplicabilidade do caso de Essena à ideia da celebridade enquanto elemento de poder e modo de constituição do sujeito, entretanto, nos leva além. A lógica da celebridade, que se consolida na metade do século XX, se tornou estruturadora do tecido social das sociedades ocidentais. A criação das novas tecnologias permitiu que o ideal de visibilidade máxima propiciada por ela se tornasse mais acessível com as possibilidades crescentes da internet. As redes sociais e os serviços de publicação pessoal, como os *blogs*, permitem aos sujeitos a exposição de suas vidas, assim como possibilitam que a lógica da celebridade tradicional seja transformada e adaptada para as vidas comuns que encontram nesse novo meio uma nova oportunidade de se destacarem. Surge, então, um novo espaço e um novo campo de possibilidades para a voz leiga.

Esse processo envolve novas concepções de subjetividades, assim como a reavaliação de modelos anteriores pelos quais os sujeitos se estruturam. Paula Sibilia (2007) estudou essas subjetividades a partir da análise de perfis de redes sociais e das escritas de si nos blogs. Para ela, esses novos sujeitos reconfiguram práticas antigas, ressignificam as

formas como se constrói uma narrativa do eu e evidenciam novas características do que muitos autores chamam de pós-modernidade ou modernidade tardia. Se para Agamben (2014) as novas tecnologias criam dessubjetividades, à medida que um sujeito, por exemplo, que passa o dia todo vendo televisão ou navegando na internet não se torna, por isso, um sujeito específico (como o louco ou o delinquente da sociedade disciplinar), Sibilia aponta para uma direção completamente oposta: essas novas tecnologias criam novas formas de lidar com o mundo e reconfiguram a experiência. Ela observa, por exemplo, uma mudança na estruturação do eu em termos de uma saída da interioridade para a exterioridade.

Nas sociedades burguesas, o eu é uma essência, é aquele que deve ser descoberto, preservado. Esse eu tem técnicas de si próprias, são subjetividades cultivadas na meditação e na observância da conduta, é um constante esforço de reavaliação do passado como uma narrativa que dê conta do que se é. Um dos exemplos desse período é a prática dos diários íntimos, feitos para não serem lidos por outros e que demandam recolhimento e disciplina.

A lógica da internet é diferente: o eu não busca mais a interioridade, mas a exterioridade, a visibilidade máxima; sua essência não é mais aquilo que está dentro de seu corpo, mas aquilo que transparece em sua pele e nas imagens que ele produz de si. Sua relação com o passado também é diferente: antes o passado explicava quem se era, e o futuro era a perspectiva de um lugar melhor, enquanto que nas novas narrativas digitais há um constante congelamento do presente: é nele que as coisas se realizam, é ele que é capturado pelas imagens e transposto em forma de texto. É importante ressaltar que as práticas de narrativa de si não apenas refletem ou documentam uma vida, elas criam a própria vida, é através delas que os sujeitos pensam em si como uma unidade e estabelecem uma rede de significados entre suas ações e pensamentos.

As novas práticas de narrativa digital são formas de subjetivação marcadas por um presente congelado, um indivíduo marcado pela exterioridade, pela construção de si através da exposição ao outro. Sibilia define esse processo como a mudança do homo *psychologicus/privatus* para a personalidade alterdirigida. Nessas narrativas virtuais impera outra característica, que é a dissolução entre vida e obra. Quando Essena posta suas fotos e seus textos, não se trata de uma obra feita por ela, mas a transcrição da própria vida se realizando na tela.

Numa sociedade do espetáculo, nos moldes da definição de Guy Debord (1987), em que as relações sociais são mediadas por imagens e a construção da narrativa de si é

baseada numa linguagem audiovisual em detrimento de outras formas de percepção, as redes sociais intensificam os valores reforçados pela consolidação da figura da celebridade no século XX. No capitalismo de sobreprodução, em que o sujeito é cada vez mais individualizado e controlado a partir do fluxo constante de informações e tecnologias (DELEUZE, 2014), as novas celebridades nascidas na internet se transformam em imagens-mercadoria formatadas para serem consumidas pelos indivíduos. Enquanto as celebridades tornadas conhecidas por meios como o cinema e a televisão costumam atingir um público variado; as novas celebridades virtuais conseguem cada vez mais atingir uma audiência homogênea em seu interesse. São celebridades de nichos, muitas vezes sendo desconhecidas por quem não partilha esses assuntos em comum.

Essena conquistou seu público no Instagram por conta do conteúdo que postava – alimentação, exercícios físicos, boa forma, bem-estar – apesar de ser apenas uma adolescente, sem qualquer tipo de formação acadêmica relacionada a essas temáticas. O fato de seus posts publicitários aparecerem disfarçados de “vida real” demonstra a relevância do leigo neste contexto, apontada por Kotler *et al* (2010, p. 34), que afirmam que cada vez “menos consumidores confiam na propaganda gerada por empresas” e que eles “confiam mais em estranhos em sua rede social do que em especialistas”.

Em consonância com o raciocínio de Kotler *et al*, Andrew Keen (2009, p. 86) revela como essa ideia de confiança se transformou com a ascensão das redes sociais, quando compara dados de 2003 e 2006, período marcado pelo que ele chama de “revolução da Web 2.0”, e mostra que a porcentagem de pessoas que declararam confiar em alguém “como você ou seu igual” subiu de 22% para 68%, respectivamente. Pensando por um viés para além da ideia do consumo de mercadorias e sob uma perspectiva da informação, a celebridade da internet, que ganha notoriedade simplesmente pelo que relata na rede sobre sua vida diária, configura, também, uma nova forma de saber e de verdade. Como Harry Collins (2014, p.160) afirma, “na internet, qualquer pessoa pode participar da conversa, por exemplo, sobre segurança das vacinas”. Ser expert num assunto já não depende da ciência ou da formação acadêmica de alguém, mas de sua experiência, de uma rotina, especialmente aquela vivida online. Collins e Evans (2007, p. 3) sintetizam que a aquisição da expertise “é, então, um processo social, uma questão de socialização nas práticas de um grupo”.

O lugar da expertise e, portanto, da verdade se desloca: já não mais ocupa apenas os discursos trazidos pelas instituições, como era na modernidade com uma ideia de ciência

transcendental, do médico como “o grande conselheiro e o grande perito” (FOUCAULT, 2015, p. 310) e se faz presente, também, na palavra do expert baseado na experiência. A vivência de leigos como Essena, que se realiza e se comprova nas redes sociais é o que os garante credibilidade como fonte de verdade. Assim, a inserção publicitária nessa nova modalidade de sujeito se faz no disfarce sob o manto do real: é essencial que o que ela procure vender seja colocado como algo do cotidiano, algo parte de uma experiência real e, acima de tudo feliz.

4. A felicidade como imperativo nas novas subjetivações

O que há de comum entre as práticas interiorizantes dos diários íntimos e o discurso epidérmico das narrativas digitais de Essena no *Instagram*, por exemplo, é que ambos se baseiam, por parte dos emissores, na ideia de revelação de um eu autêntico (ao menos na aparência). No dispositivo da celebridade imperam valores como *saúde, bem-estar, cuidado com o corpo*, e, talvez acima de tudo, *felicidade*. Sua contrapartida é a intolerância ao sofrimento.

Pensar no corpo como foco de cuidado é pensar numa mudança histórica. Sant’anna (2014, p. 842) pontua um pertencimento do corpo à sociedade na modernidade; segundo ela, “os corpos não eram vistos como exclusividades individuais”. Se antes o corpo era dependente da regulação das instituições e da sociedade, ele posteriormente passa a ser “a primeira forma de expressar suas identidades pessoais. Aparência e forma física são preocupações para garotas contemporâneas se expressarem primariamente com o mundo”. (BRUMBERG, 1997, p. xxvii) ou, segundo as palavras de Le Breton (2013, p. 29), “o corpo torna-se emblema do self”. Isto é, o indivíduo passa a ter o poder de moldar sua própria imagem, transformando seu corpo à expressão de sua personalidade. A liberdade dessa escolha pode ser questionada diante das expectativas sociais que demandam que o corpo seja esculpido em conformidade com os padrões ideais de beleza. Nesse contexto, as redes sociais se tornam um espaço para a exposição desse projeto individual de construção da imagem.

Para que isso aconteça, Sant’Anna (2014, p. 2894) ressalta que esse denso significado dado ao corpo “estimulou o desejo de transformar todas as suas partes em imagens fotogênicas, das vaginas às arcadas dentárias”. Um exemplo dessa manipulabilidade – não só do corpo, como também do bem-estar a ele ligado – é a cirurgia plástica como prática comum na atualidade. Ao mudar o corpo e, principalmente, a

representação que ele carrega consigo, transforma-se de alguma forma a própria identidade e a forma de estar e se perceber no mundo; “a vontade está na preocupação de modificar o olhar sobre si e o olhar dos outros a fim de sentir-se existir plenamente” (LE BRETON, 2013, p. 30). Paula Sibilia conclui este raciocínio:

Ao que parece, esses sujeitos contemporâneos acreditam, sobretudo, no valor da imagem que eles projetam nos espelhos e nos olhares alheios, uma imagem que [...] considera-se capaz de relevar o que se é. Se os contornos respeitarem as duras regras da moral da boa forma, então o privilégio de ostentá-la será sinônimo de felicidade nos mais diversos âmbitos da vida: sucesso profissional, prazer sexual, amor, beleza, bem-estar. (SIBILIA In FREIRE FILHO, 2010, p. 205)

Em suma, o corpo de fato já não pertence, moralmente falando, à comunidade. No entanto, cria-se uma nova moral – a da boa forma – por estar constantemente sob o olhar alheio. E, ainda que não esteja sob este olhar, passa-se a se observar com os olhos do outro – aquele a que Vaz (2006, p. 49) se referia quando discorreu sobre a vigilância da disciplina moderna.

Em um vídeo postado poucos dias após o apagamento de suas fotos⁶, Essena corrobora as considerações acima ao dizer que, desde muito cedo, costumava ver fotos e vídeos de celebridades da internet e comparar o tamanho de sua cintura e de outras partes do corpo. Ela relata que seu desejo de construir uma imagem de si através do olhar de um outro começou aos doze anos, quando se sentia “miserável” e “sem valor”, apresentando, segundo sua avaliação posterior, sintomas de ansiedade e depressão. Em certo momento, ela relata: “eu disse a mim mesma que seria avaliada pelas visualizações no Youtube (...) e quando eu tivesse muitas visualizações, eu me sentiria valorizada, eu me sentiria feliz”. Sua inserção nas mídias digitais foi, além de criar uma identidade a partir de sua imagem corporal, uma forma terapêutica de lidar com o sofrimento.

Como demonstra Rieff (2006), a emergência do homem privado é também a queda do homem virtuoso, isto é, aquele que era visto como exemplar por abrir mão de seus prazeres. Ele é substituído pelo homem comum, o que resulta em uma comunidade terapêutica em que sofrer não exerce mais a função purificadora de outrora. Se todas as sociedades têm métodos para evitar o sofrimento, as sociedades anteriores aliviavam a dor, mas utilizavam a culpa como justificativa para ela. A queda da moralidade religiosa propicia uma mudança nas formas de vivenciar o sofrimento: sem a noção de culpa/pecado

⁶ Posteriormente, Essena voltou a apagar suas contas em redes sociais. No entanto, a grande repercussão do caso tornou possível que o vídeo fosse replicado por usuários em vários sites. No momento de escrita desse artigo, o vídeo pôde ser acessado, no dia 10/02/2016 em: <https://www.youtube.com/watch?v=Xe1Qyks8QEM>

para fazer o sofrimento ser aceitável, ele se torna algo que não se pode tolerar e deve ser evitado a todo custo. Em torno disso, nascem as comunidades terapêuticas contemporâneas baseadas no teatro (produção de sensações boas) e o hospital (onde os males do corpo são eliminados). Ele sintetiza essa mudança afirmando que “o homem religioso nascia para ser salvo, enquanto o homem psicológico nasce para ser satisfeito” (RIEFF, 2006, P.19). As comunidades terapêuticas são baseadas num sentimento manipulável de bem-estar que, por ser sempre expansível, nunca é completamente atingido.

Uma perspectiva freudiana diria que tais esforços de uma cultura obcecada em acabar com o sofrimento só poderiam resultar em frustração, mal-estar ou neurose, uma vez que “a intenção de que o homem seja feliz não está nos planos da criação” e que a felicidade só pode ser vivenciada como fenômeno “episódico” (FREUD, 2010, p. 30). Ele prossegue dizendo que, enquanto a infelicidade pode ser vivenciada por um longo período de tempo, uma felicidade que dura muito no máximo se torna uma sensação tediosa. Nos trabalhos do pai da psicanálise está contida a dimensão da felicidade como satisfação dos desejos pulsionais. Outros pensadores, como Solomon (2014), definem-na mais como uma avaliação retrospectiva, um olhar sobre o passado que leva à conclusão de que tudo ocorreu bem. Apesar desse debate teórico, as noções de senso comum sobre felicidade e bem-estar eliminam esse caráter avaliativo em favorecimento da noção de satisfação, até porque numa era em que o presente é congelado, a ideia de uma avaliação do passado é tarefa socialmente desaconselhável.

Se a felicidade é proveniente de uma satisfação, uma só não é suficiente: é preciso um fluxo de satisfação contínuo, é preciso gozar a todo momento para poder se sentir feliz para além de um instante. Na lógica da personalidade alterdirigida, ser feliz significa buscar a satisfação sempre, renegar todas as possibilidades de sofrimento, e também criar constantemente narrativas, imagens, textos, *posts*, *snaphats* mostrando que se é feliz. Os esforços de Essena e outras blogueiras para demonstrar uma vida apoiada nesses ideais logo se traduzem em grandes quantidades de seguidores, que buscam pessoas comuns que encarnem com perfeição esses valores de bem-estar tão estimados na pós-modernidade. Como afirma João Freire Filho (2010, p.17): “Na era da felicidade compulsiva e compulsória, convém aparentar-se bem-adaptado ao ambiente, irradiando confiança e entusiasmo, alardeando uma personalidade desembaraçada, extrovertida e dinâmica”.

Essa felicidade estampada nos perfis de Essena articula bem-estar com práticas como atividades físicas e cuidado com a alimentação. Seu sucesso está intimamente ligado

à sua capacidade de encarnar esses valores. Ela é bonita, saudável, autêntica, feliz e espontânea. Por seu sucesso baseado nesses ideais contemporâneos, muitas marcas se associaram a ela, sempre buscando ao máximo disfarçar que muitas das fotos eram pagas e montadas. O corpo de Essena é colocado com todos os atributos de desejabilidade.

Como afirma Paulo Vaz (2004), se os dispositivos da época de Foucault criavam sujeitos a partir da norma, nascendo assim o normal e o anormal, as sociedades contemporâneas apontam para uma superação da norma em favorecimento do conceito de *risco*. Numa sociedade marcada pela autorreflexividade e pela valorização do presente como lugar máximo de realização, o futuro aparece permeado de incertezas, inclusive a própria incerteza sobre a possibilidade de vida. Ele se torna então um lugar de perigos a serem evitados, em que o afastamento dos fatores de risco se torna uma das armas da busca pela felicidade. É importante gozar hoje e sem culpa, mas para se eliminar a culpa é preciso que estabelecer um cuidado crônico com o corpo de forma a eliminar a possibilidade de limitar futuramente as possibilidades de obter prazer.

Vaz (2010) demonstra como esse discurso incorre na constante reflexividade para a diminuição dos fatores de risco corporais, através da restrição de dietas e o estabelecimento de um estado de quase-doença. Antigamente entendia-se a doença como o momento de restrição de prazeres até se atingir um estado em que eles poderiam ser restabelecidos, na normalidade. A introdução dos fatores de risco na saúde, segundo Vaz, cria uma lógica em que é preciso refrear hoje os prazeres para que no futuro o sujeito não venha a sofrer, o que implica num estado de normalidade impossível de ser atingido. Ele afirma: “Como não existe risco zero, o indivíduo nunca estará nem saudável e nem curado, o que provoca um cuidado crônico com a saúde, sem limites espaciais e temporais” (p.153).

Uma das manifestações desse império do risco no âmbito corporal é a dissolução da fronteira entre medicamento e alimento. A valorização do que se come aumenta à medida que o alimento medicaliza e melhora a performance corporal. Além de feliz e autêntica, Essena se esforçava para demonstrar que se alimenta de forma saudável. E os aspectos de sacrifício, como a restrição alimentar e a prática de deixar de comer para emagrecer para aparecer bem nas fotos, que não são ações que em si são prazerosas, são apagados da possibilidade de exibição. Enquanto o corpo e suas práticas felizes são exibidos, os sofrimentos para que isso seja possível não. Na lógica do espetáculo, o que não é transformado em imagem não existe, o que leva a seus seguidores a não terem noção das dificuldades que ela passa para poder exhibir-se daquela forma. Essena só os demonstra em

seu gesto de revolta contra esses imperativos, quando entra em crise depressiva e resolve mostrar o suposto lado real por trás das suas imagens.

5. Mal-estar

Mesmo se sentindo infeliz, Essena reafirmava compulsivamente um estado emocional alegre. No entanto, como em todo comportamento compulsivo, essa busca terminava em frustração, até o momento em que seu transbordamento emocional a fez recusar a vida que levava, trocando-a em nome de uma mais autêntica. Como Freud nota em sua tese de que a civilização necessariamente resulta em mal-estar, a busca por esses ideais resulta, naturalmente, em algum tipo de frustração, não raro o adoecimento. Essena revelou posteriormente ter depressão, estado clínico tão característico de nossos tempos quanto a histeria no século XIX.

A histeria consistia numa tentativa desesperada de gozo em uma sociedade que o proibia (LAPLANCHE & PONTALIS, 1996). Nesse momento, podemos dizer que o sofrimento do sujeito consistia em nunca poder gozar. Esse diagnóstico não se aplica mais aos nossos tempos: o sofrimento do sujeito, nos dias atuais, se deve por nunca conseguir gozar o tanto quanto deveria. O gozo deixa de ser proibido e passa a ser compulsório. Como Freud (2010, p. 119) nota, qualquer imposição da cultura apresenta um potencial de adoecimento: “também nos homens normais o controle sobre o Id não pode ir além de certos limites. Exigindo mais, produzimos rebelião, neurose ou o tornamos infeliz”. Os três aspectos parecem estar presentes no caso de Essena.

Bauman (2000) observa que o mal-estar ao qual Freud alude se referia à sua época específica, marcada pelo excesso de aparatos de segurança; por sua vez, a pós-modernidade teria um mal-estar característico do excesso de liberdade: ao indivíduo cabe a plena responsabilidade de se reinventar, de construir sua carreira, seu estilo e sua identidade dentro de uma lógica de renovação constante. Esse processo incessante seria uma das causas do mal-estar contemporâneo. Diante disso, a felicidade, como aponta Freire Filho, emerge como um “projeto de engenharia pessoal”, uma responsabilidade certamente opressiva. Joel Birman (2010, p. 37) resume bem esse aspecto:

Cada indivíduo passou agir e a se representar, com efeito, como uma pequena empresa neoliberal, na busca pela sobrevivência e sem poder mais contar com a proteção de ninguém. Enfim, estaria aqui efetivamente o solo que fundaria o discurso sobre a felicidade na atualidade.

Diante dessas perspectivas, o ato de rebelião, depressão e infelicidade de Essena pode ser considerado um sintoma de desdobramentos problemáticos da cultura

contemporânea, sendo ela uma encarnação das consequências de quem tem como missão de vida levar as exigências desse novo dispositivo da celebridade até o fim.

6. Considerações finais

A trajetória de Essena O’Neill nas redes sociais se revela como um exemplo de que a cultura da celebridade possui, de alguma forma, poder na constituição dos sujeitos contemporâneos e a vida diária passou a configurar uma mercadoria de alto valor nas redes. O estudo de caso desenvolvido neste artigo explicitou a lógica em que a autoridade da experiência adquire lugar de verdade para sua audiência, reforçando uma nova moral relacionada ao corpo, à saúde e ao bem-estar na contemporaneidade. Além disso, a mudança de postura da jovem celebridade pode ser vista como sintoma de um mal-estar contemporâneo provocado pela impossibilidade do sujeito em conquistar a felicidade em sua completude.

A rebelião de Essena segue a estrutura argumentativa de voltar à separação vida pública *versus* vida privada, supondo uma felicidade *real*. É compreensível que essa afirmação seja a maneira encontrada por ela para se opor à pressão das redes por imagens de felicidade e bem-estar, mas alguns aspectos podem ser problematizados. Ao afirmar que a vida deve ser vivida na realidade, ela não discute o próprio imperativo da felicidade. Pelo contrário, parece incentivá-lo, contanto que seja na vida “real”, baseada numa ideia de autenticidade. Talvez se livrar da pressão das redes represente um alívio para quem passou a vida em busca de seguidores e *likes*, mas é dever da crítica cultural voltar-se para o discurso que articula os ideais de felicidade na vida social. Nesse caso, uma saída é o apontamento que Zizek (2010) faz ao analisar a passagem já mencionada do gozo proibido ao gozo compulsório. Para ele, o dever não se trata de afirmar ao sofredor “goze!” ou “não goze!”, mas levá-lo a aceitar o fato de que não estar feliz a todo momento é constitutivo da experiência humana, não devendo, por isso, ser fonte de angústia e mecanismos de culpa que levem a esse mal-estar.

Referências

AGAMBEN, Giorgio. **O que é um dispositivo & O amigo**. Chapecó: Argos, 2014.

BAUMAN, Zygmunt. **Mal estar na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BIRMAN, Joel. Muitas felicidades?! O imperativo de ser feliz na contemporaneidade. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010. p. 28-45.

BRUMBERG, J. **The body project**: an intimate history of American Girls. Nova York: Random House, 1997.

COLLINS, Harry. **Are we all scientific experts now?**. Cambridge: Polity Press, 2014. Edição para Kindle.

_____; EVANS, Robert. **Rethinking expertise**. Chicago: The University of Chicago Press, 2007.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2013.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1987.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2015. Organização: Roberto Machado.

FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização e outros textos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

GABLER, Neal. **Vida, o filme**: Como o entretenimento conquistou a realidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

HACKING, Ian. Making up people. In: BIAGIOLI, Mario. **The Science Studies Reader**. Stanford: Routledge, 1999. p. 161-171.

HOLLANDER, Paul. A Cultura da Celebridade Americana, a Modernidade e a Decadência. In: TORRES, Eduardo Cintra; ZÚQUETE, José Pedro (Org.). **A Vida Como Um Filme**: Fama e Celebridade no Século XXI. Lisboa: Leya Portugal, 2012. p. 61-79.

KOTLER, P. *et al.* **Marketing 3.0**: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LAPLANCHE, J; PONTALIS, J. B. **Vocabulário da Psicanálise**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: antropologia e sociedade. Campinas: Papirus, 2013.

MCCLUSKEY, Megan. Teen Instagram Star Speaks Out About The Ugly Truth Behind Social Media Fame. **TIME**. Disponível em: <http://time.com/4096988/teen-instagram-star-essena-oneill-quitting-social-media/>. Acesso em 08 maio 2016.

MOLE, Tom. **Byron's Romantic Celebrity**: Industrial Culture and the Hermeneutic of Intimacy. Nova Iorque: Palgrave Macmillan, 2007.

SIBÍLIA, Paula. **O Show do eu**: subjetividade nos gêneros confessionais da Internet. 240 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, UFRJ, Rio de Janeiro, 2007.

_____. Em busca da felicidade lipoaspirada: agruras da imperfeição carnal sob a moral da boa forma. In: FREIRE FILHO, João (org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: FGV, 2010.

SOLOMON, Robert C.. **Fiéis Às Nossas Emoções**: O Que Elas Realmente Nos Dizem. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

RIEFF, Philip. **The Triumph of Therapeutic**. Nova Iorque: Isi Books, 2006.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014. Edição para Kindle.

TAYLOR, Charles. **Fontes do Self**: A construção da identidade moderna. São Paulo: Edições Loyola, 2013.

VAZ, Paulo. A vida feliz das vítimas. In: FREIRE FILHO, João (Org.). **Ser feliz hoje**: reflexões sobre o imperativo da felicidade. Rio de Janeiro: Editora Fgv, 2010. p. 147-160

_____. Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo**. ESPM, São Paulo, v. 3, n. 6, p. 37-61, 2006.

ZIZEK, S. **Como Ler Lacan**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.