



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS (CFH)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOLOGIA

Marina Borges Gonçalves

"macho-palestrinha": discursos sobre gênero e sexualidade presentes em perfis no Instagram de homens "especialistas em relacionamento" para mulheres

Florianópolis
2023

Marina Borges Gonçalves

"macho-palestrinha": discursos sobre gênero e sexualidade presentes em perfis no Instagram de homens "especialistas em relacionamento" para mulheres

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção de título de Mestre em Psicologia Social e Cultura.

Orientadora: Prof^a Dra. Raquel de Barros Pinto Miguel

Florianópolis

2023

Borges Gonçalves, Marina

"macho-palestrinha" : discursos sobre gênero e sexualidade presentes em perfis no Instagram de homens "especialistas em relacionamento" para mulheres / Marina Borges Gonçalves ; orientadora, Raquel de Barros Pinto Miguel, 2023.

128 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Florianópolis, 2023.

Inclui referências.

1. Psicologia. 2. gênero. 3. redes sociais. 4. masculinidade. I. de Barros Pinto Miguel, Raquel. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. III. Título.

Marina Borges Gonçalves

"macho-palestrinha": discursos sobre gênero e sexualidade presentes em perfis no Instagram de homens "especialistas em relacionamento" para mulheres

O presente trabalho em nível de Mestrado foi avaliado e aprovado, em 08 de novembro de 2023, pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Profa. Dra. Ligia Rocha Cavalcante Feitosa
Instituição Universidade Federal de Santa Catarina

Profa. Dra. Milena Carvalho Bezerra Freire de Oliveira-Cruz
Instituição Universidade Federal de Santa Maria

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Mestre em Psicologia

Coordenação do Programa de Pós-Graduação

Profa. Dra. Raquel de Barros Pinto Miguel

Florianópolis, 2023

A todas as mulheres, que inconformadas com o mundo que lhes foi apresentado, lutaram pela mudança. A elas toda minha gratidão por poder estar exercendo livremente um desejo diferente do matrimônio e da maternidade.

AGRADECIMENTOS

Às minhas avós materna e paterna, que por causa do machismo e misoginia, puderam sonhar pouco além do matrimônio e da maternidade, mas lutaram, cada uma à sua maneira, para que suas descendentes pudessem sonhar além.

À minha mãe, que nunca se conformou com o que exigiam dela e que, através disso, foi meu primeiro e maior exemplo de resistência, força e luta.

Ao meu pai, que sempre esteve ao meu lado sendo um dos meus maiores incentivadores, obrigada por acreditar e cuidar de mim.

Aos dois por terem investido tanto em mim para que eu pudesse me tornar o sujeito desejante que sou hoje.

À minha irmã, Natália, que desde o momento em que nasceu foi luz na minha vida e incentivo pra eu continuar sendo exemplo de resistência, força e luta pra ela junto com nossa mãe.

Ao meu companheiro de vida, Geovane, sempre tão generoso e parceiro em cada sonho meu conquistado.

À minha orientadora, Profa. Dra. Raquel de Barros Pinto Miguel, por ter sido amiga, companheira de viagem e confidente, por ter apostado em mim lá no início dessa jornada e nunca ter duvidado da minha capacidade.

À minha amiga, Gilmara Joanol Arndt, por tão generosamente ter topado se tornar minha parceira de caminhada no mestrado e sempre ter acolhido meus momentos de maior vulnerabilidade.

Às minhas amigas de vida, Thuine e Taís, por terem me ensinado a importância de amar e incentivar outras mulheres.

Às minhas colegas de graduação e profissão, Fernanda, Tamara e Ketlyn, por estarem me acompanhando desde o início da minha jornada na psicologia e sempre fazerem questão de mencionar o quanto acreditavam em mim.

À minha amiga Juliana, por ter iniciado comigo um projeto durante a pesquisa, que me permitiu escapar em muitos momentos do caos que se instaurou em mim.

Ao meu grupo de amigas do curso de Psicanálise do CEPSC, que durante todas as sextas-feiras à noite por dois anos foram respiro e aconchego.

À minha analista, que pegou toda angústia do processo, e me auxiliou a transformar em poesia (e escrita).

A todas as mulheres que me atravessam e me enchem de força através do afeto, amor e admiração.

Ensinamos as meninas a se encolher, a se diminuir, dizendo- lhes: “Você pode ter ambição, mas não muita. Deve almejar o sucesso, mas não muito. Senão você ameaça o homem”

Porque eu sou uma mulher, esperam que eu deseje me casar

Esperam que eu faça as minhas escolhas na vida

Sempre tendo em mente que o casamento é a coisa mais importante

E o casamento pode ser uma fonte de alegria, amor e apoio mútuo

Mas por que ensinamos às garotas a aspirar ao casamento

E não ensinamos a mesma coisa aos meninos?

Educamos as garotas para se considerarem concorrentes

Não por emprego ou por realizações, o que eu penso que pode ser uma coisa boa

Mas pela atenção dos homens

Nós ensinamos as garotas que não podem ser seres sexuais da mesma forma que os garotos
são

Feminista: Uma pessoa que acredita na equidade social, política e econômica entre os sexos.

(Chimamanda Ngozi Adichie, 2015, p. 35)

RESUMO

As redes sociais estão diariamente presentes na vida das pessoas no Brasil e se tornaram ferramentas importantes na construção das subjetividades. Mais especificamente, o Instagram assumiu uma centralidade na vida dos sujeitos, nos últimos dez anos, antes ocupada por outros tipos de mídia (televisão, revistas), com o diferencial de produção de conteúdo vinte e quatro horas durante sete dias na semana. Nessa rede social, encontramos perfis de homens que podem ser reconhecidos como "especialistas em relacionamento" para mulheres, que produzem conteúdo com conselhos para as mesmas de como conquistar um relacionamento duradouro, bem como vendem cursos com esse mesmo intuito para esse público. Tais perfis foram o objeto da presente pesquisa. Para tanto, foram escolhidos três perfis selecionados a partir dos afetos que atravessaram a pesquisadora ao ter um primeiro contato com esse conteúdo. Esses foram acompanhados durante três meses do ano de 2022, onde três vezes por semana entrou-se nesses perfis com o intuito de gravar os *stories* que foram postados, e também selecionar cinco posts de cada perfil por mês para completar a amostra da presente pesquisa. Após organização e classificação, 73 materiais (entre posts e *stories*) compuseram a amostra que foi analisada. Passou-se a analisá-los a partir de uma análise de discurso francesa de inspiração pecheutiana. Verificou-se a presença de algumas insígnias da masculinidade hegemônica na construção da imagem de homem que eles passam, bem como estratégias de marketing utilizadas pela figura dos influenciadores digitais. Além disso, os conselhos dados são atravessados por diversos discursos que reforçam o lugar de submissão da mulher na sociedade, ancorando-se no determinismo biológico para a construção da ideia do que é ser mulher e homem. Também foi percebido uma ideia de sujeito neoliberal no que esses perfis falam e passam de imagem de indivíduo, e com isso uma captura de discursos oriundos de lutas feministas. Por fim, constatou-se que a base para a perpetuação desses discursos está muito firmada sob o solo da misoginia ainda existente em nossa sociedade, porém, neste contexto, é vendida com uma embalagem mais aceitável para o mundo contemporâneo e neoliberal.

Palavras-chave: gênero; redes sociais; masculinidade.

ABSTRACT

Social networks are present every day in people's lives in Brazil and have become important tools in the construction of subjectivities. Instagram, in particular, has taken center stage in people's lives in the last ten years, having previously been occupied by other types of media (television, magazines), with the added advantage of producing content 24 hours a day, seven days a week. On this social network we find profiles of men who can be recognized as "relationship experts" for women, who produce content with advice for them on how to achieve a lasting relationship, as well as selling courses with the same purpose for this audience, these profiles were the subject of this research. To this end, three profiles were chosen based on the affections that crossed the researcher's mind when she first came into contact with this content. These profiles were followed for three months in 2022, where three times a week the researcher entered them to record the stories that were posted, and also to select five posts from each profile per month to complete the sample of this research. After organization and classification, 73 materials (including posts and stories) made up the sample that was analyzed. They were analyzed using a French discourse analysis inspired by Pêcheux. We found the presence of some hegemonic masculinity insignia in the construction of the image of man that they convey, as well as the marketing strategies used by the digital influencers. In addition, the advice given is crossed by various discourses that reinforce women's place of submission in society, such as an idea of biological determinism in the construction of what it means to be a woman and a man. It was also possible to see an idea of a neoliberal subject in what these profiles say and pass on as an image of an individual, thus capturing discourses from feminist struggles. Finally, it was clear that the basis for the perpetuation of these discourses is very much based on the misogyny that still exists in our society, but sold in a more acceptable package for the contemporary, neoliberal world.

Keywords: gender; social networks; masculinity.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1 - Perfil no Instagram de “Diego Muda Vidas..... | 31 |
| Figura 2 - Perfil no Instagram de Ítalo Ventura..... | 32 |
| Figura 3 - Perfil no Instagram de Cardoso Mundo..... | 32 |
| Figura 4 - Sequência de respostas das seguidoras de Cardoso Mundo, <i>post</i> de julho/2022..... | 45 |
| Figura 5 - Resposta da mentorada de Cardoso Mundo, <i>post</i> de julho/2022..... | 46 |
| Figura 6 - Foto postada pelo perfil Ítalo Ventura, em maio/2022..... | 48 |
| Figura 7 - <i>Story</i> postado pelo perfil Ítalo Ventura, em junho/2022..... | 49 |
| Figura 8 - Sequência de <i>stories</i> postados por Diego Muda Vidas em maio e junho/2022..... | 50 |
| Figura 9 - <i>Post</i> publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022..... | 51 |
| Figura 10 - <i>Story</i> publicado no perfil Ítalo Ventura em julho/2022..... | 61 |
| Figura 11 - Sequência de <i>stories</i> publicados no perfil Cardoso Mundo em maio/2022..... | 63 |
| Figura 12 - Sequência de <i>stories</i> do perfil Cardoso Mundo de maio/2022..... | 64 |
| Figura 13 - <i>Story</i> publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022..... | 65 |
| Figura 14 - Sequência de <i>stories</i> publicados no perfil Cardoso Mundo em maio/2022..... | 74 |
| Figura 15 - <i>Story</i> publicado no perfil Ítalo Ventura em junho/2022..... | 78 |
| Figura 16 - <i>Post</i> em carrossel publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022..... | 80 |
| Figura 17 - <i>Post</i> em carrossel publicado no perfil Ítalo Ventura em julho/2022..... | 83 |
| Figura 18 - <i>Story</i> publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022..... | 88 |
| Figura 19 - Vídeo postado no perfil Cardoso Mundo em julho/2022..... | 91 |
| Figura 20 - <i>Story</i> postado no perfil Cardoso Mundo em junho/2022..... | 92 |
| Figura 21 - Sequência de <i>stories</i> postados no perfil Cardoso Mundo em julho/2022..... | 93 |
| Figura 22 - Sequência de <i>stories</i> postados no perfil Cardoso Mundo em julho/2022..... | 95 |
| Figura 23 - Perfil secundário de Diego Muda Vidas, setembro/2023..... | 96 |
| Figura 24 - <i>Story</i> postado no perfil Cardoso Mundo 2..... | 101 |
| Figura 25 - Sequência de <i>stories</i> postados no perfil Cardoso Mundo em julho/2022..... | 103 |
| Figura 26 - <i>Story</i> postado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022..... | 104 |
| Figura 27- <i>Post</i> do perfil Cardoso Mundo publicado em julho/2022..... | 105 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DM - Direct Messages

HAV - Homem de Alto Valor

MAV - Mulher de Alto Valor

RAV - Relacionamento de Alto Valor

TICs - Tecnologias de Informação e Comunicação

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| 1 APRESENTAÇÃO | 12 |
| 2 INTRODUÇÃO | 14 |
| 3 MÉTODO | 18 |
| 3.1 O INSTAGRAM..... | 18 |
| 3.2 A ESCOLHA DOS PERFIS | 21 |
| 3.3 CAMINHOS PERCORRIDOS..... | 22 |
| 4 QUEM SÃO ESSES HOMENS? | 26 |
| 4.1 A INTERNET E OS INFLUENCIADORES | 33 |
| 4.2 "FAZ, HOMEM FAZ ESSA SEPARAÇÃO, ELE CLASSIFICA “ESSA É PRA CASAR, ESSA É SÓ PRA SEXO” - AS ESTRATÉGIAS UTILIZADAS..... | 37 |
| 4.3 "EU SOU 300% HÉTERO" - A IDEALIZAÇÃO DO MASCULINO..... | 43 |
| 5 DETERMINISMO BIOLÓGICO | 53 |
| 5.1 O DETERMINISMO BIOLÓGICO AO LONGO DA HISTÓRIA..... | 53 |
| 5.2 "PARA VOCÊ SEDUZIR, VOCÊ PRECISA ESTAR NA SUA ENERGIA NATIVA, QUE É FEMININA" - ESSENCIALISMO COMO FONTE DE EXPLICAÇÃO | 58 |
| 5.3 "OS ANIMAIS FAZEM UM PUTA RITUAL PRA PODER COMER A FÊMEA" - O MUNDO ANIMAL COMO METÁFORA PARA OS RELACIONAMENTOS | 66 |
| 6 OS PERIGOS DA MULHER DESEJANTE | 71 |
| 6.1 O CONTROLE SOBRE OS CORPOS..... | 71 |
| 6.2 "APRENDA A VER O MUNDO COM OS OLHOS DELE" - O PONTO DE VISTA MASCULINO..... | 77 |
| 6.3 "O HOMEM GOSTA DE ELE SABER QUE ELE DESPERTOU A VONTADE DA MULHER." - A INTERDIÇÃO NO DESEJO DAS MULHERES | 81 |
| 7 "NEOLIBERALISMO COMO GESTÃO DAS RELAÇÕES AMOROSAS" | 86 |
| 7.1 "VOCÊ TEM QUE DAR O MELHOR DE SI" - MODO DE VIDA NEOLIBERAL .. | 87 |
| 7.2 "PORQUE QUANDO VOCÊ ESTÁ COM OUTRA PESSOA, O SEU VALOR SOBE"- RELACIONAMENTO AMOROSO COMO MODELO DE NEGÓCIOS | 97 |
| 7.3 "TENHA SONHOS, NÃO FAÇA DE UM HOMEM O SEU SONHO" - A COOPTAÇÃO DO DISCURSO FEMINISTA | 102 |
| 8 CONCLUSÃO | 108 |
| REFERÊNCIAS | 114 |
| ANEXO A - Pesquisa em números | 125 |
| ANEXO B - Quadro de conteúdos de Diego muda vidas | 126 |
| ANEXO C - Quadro de conteúdos de Ítalo Ventura | 127 |
| ANEXO D - Quadro de conteúdos de Cardoso mundo | 128 |

1 APRESENTAÇÃO

Quais são os caminhos que levam uma pessoa até sua pesquisa? Podem ser muitos, porém a questão do que me movimenta enquanto pessoa, para além da pesquisadora, é central na escolha do meu tema. As temáticas de gênero e sexualidade me acompanham desde um estágio realizado durante a minha graduação em um Centro de Testagem e Aconselhamento (CTA) no município de Balneário Camboriú - Santa Catarina, onde realizei um trabalho de educação em saúde voltado para a temática da sexualidade nas escolas municipais da cidade. Ao encerrar o estágio e minha graduação, o interesse por essas temáticas continuou e me impulsionou na busca de mais conhecimentos sobre uma área pouco abordada durante a minha passagem pela Universidade, levando-me a uma Especialização em Sexualidade Humana.

Concomitante a esses movimentos, sempre me interessei e estudei as Teorias Feministas e a minha luta dentro do movimento sempre foi ativa e importante para a minha singularidade e identidade enquanto profissional e mulher. No ano de 2017, comecei a desenvolver um trabalho de Educação em Saúde em uma Unidade Móvel de Saúde da Mulher do Serviço Social do Comércio de Santa Catarina (Sesc), o qual consiste em um projeto social da referida empresa que conta com uma Unidade Móvel. O projeto tinha o objetivo de realizar exames de mamografia e preventivo para as mulheres de municípios onde o acesso a esses serviços são mais difíceis, além de ações de Educação em Saúde, com a intenção de sensibilizar a população dos municípios por onde o projeto passa sobre diversos assuntos, entre eles o da sexualidade.

Pude desenvolver tal trabalho durante 2 anos e 9 meses, nos quais atendi 16 municípios de Santa Catarina, com populações que variavam de 85.000 até 3.429 habitantes. Pude vivenciar realidades muito diversas e desenvolver trabalhos sobre sexualidade com as mais variadas populações, dentre elas as mulheres (cisgênero), visto que o Projeto as tinha como público alvo. Comecei a me incomodar com a diferença que existia entre o que eu dentro da academia estava estudando sobre a sexualidade e gênero e a visão que essas mulheres tinham, não importando a cultura que elas estavam inseridas nem a idade que elas tinham.

Foi a partir disso que surgiu a curiosidade em saber: onde essas mulheres estavam acessando informações sobre esses temas? O que elas poderiam ter em comum, além do fato de serem mulheres? Como que uma mulher de 35 anos, moradora de um município do litoral do estado, com 85.000 habitantes, tinha conhecimentos e concepções sobre o ser mulher e a vivência da sua sexualidade muito parecidos com uma mulher de 65 anos, moradora de um município no interior do estado com 3.429 habitantes?

Com esses questionamentos fervilhando dentro de mim, surgiu o interesse em pesquisar quais informações são transmitidas a essas mulheres sobre os temas de gênero e sexualidade, além de pensar qual o lugar em comum que elas partilhavam para ter acesso a essas informações. A internet e as mídias sociais são, atualmente, formas muito popularizadas de acesso a conhecimentos antes restritos a outros campos, como a escola, o consultório do médico e a mídia impressa. Já em 2014, no Brasil, as pessoas ficavam conectadas, em média, 4 horas e 59 minutos por dia, um tempo superior ao período de exposição à televisão (Brasil, 2014).

Entre tantas mídias sociais disponíveis, atualmente, uma das mais populares é o Instagram. Nesta rede social, encontrei perfis de homens que pretendem auxiliar mulheres na conquista de outros homens, abordando temas diversos, tendo como foco principalmente as dúvidas que suas seguidoras têm sobre esse tema. Impressionou-me a quantidade de seguidores que esses perfis possuem e o quanto esses homens, em sua grande maioria, endereçam seu “conhecimento” e suas falas às mulheres. Com isso em vista, a pergunta de pesquisa que surgiu foi: quais os discursos de gênero e sexualidade presentes em perfis do Instagram de homens identificados como “especialistas em relacionamento” para mulheres?

2 INTRODUÇÃO

Só mesmo, rejeita
Bem conhecida receita
Quem não sem dores
Aceita que tudo deve mudar
Que um homem não te define
Sua casa não te define
Sua carne não te define
Você é seu próprio lar

(Juliana Strassacapa, 2016)

Meu interesse pelo presente problema de pesquisa iniciou ao me deparar e começar a consumir o conteúdo que os homens identificados como "especialistas em relacionamentos" para mulheres produzem, e muitos deles giravam em torno do tema da sexualidade. Cabe, inicialmente, ressaltar que compartilho da ideia de que sexualidade não é entendida, apenas, como relação sexual, mas que compõe aspectos que dão sentido e significado para a existência do indivíduo, participando deles fatores biológicos, psicológicos, sociais e culturais, os quais são transmitidos e perpetuados através do tempo (Vieira; Arruda; Nóbrega; Veiga, 2016). Além de ser importante enfatizar que a sexualidade atua como um dispositivo, como conceitua Foucault (1988), cuja função consiste em servir como estratégia para disciplinar corpos e fabricar populações que atendem uma determinada demanda histórica. Em um primeiro momento, isso ocorreu através da religião e, posteriormente, por meio de discursos biomédicos. Portanto, a sexualidade é algo impregnado de fatores políticos, relações de poder e regulação social e é uma construção social feita para além de aspectos individuais, mas também como algo político e que merece um olhar histórico e sociológico (Sá, 2016; Weeks, 2000).

Em um primeiro momento histórico, foi a Igreja que serviu como principal instituição para a disciplina dos corpos e fez isso a partir da questão da reprodução. Para isso, elaborou categorias que serviram para naturalizar as relações de gênero, onde as mulheres foram colocadas como subordinadas, destinadas à maternidade e sua identidade entendida como sendo um acontecimento social, político e ideologicamente determinado (Lins Júnior; Lima, 2017). Representações culturalmente específicas da sexualidade das mulheres são modeladas ao longo da vida e são marcadas por uma espécie de tatuagem físico-simbólica (Leite, 2017). A partir disso, é possível perceber que as questões de gênero tiveram uma de suas origens na questão da

sexualidade e do controle dos corpos das mulheres. Então, os dois conceitos estão intimamente relacionados, sendo difícil falar sobre um sem mencionar o outro. O gênero marca a existência de uma dominação masculina e uma subordinação feminina - construídos através da cultura e da história - e marca as relações de poder existentes nas relações de gênero (Scott, 1995).

Heleieth Saffioti (1994) traz um conceito de gênero que tem muito marcado essa questão da cultura. Para a autora, o conceito pode ser utilizado para entender as diferenças existentes entre homens e mulheres, e as mesmas sendo um produto de "uma convivência social mediada pela cultura" (p. 271). É através da cultura que as pessoas aprendem a se comunicar e dão sentido ao que fazem, utilizando para ambas as coisas, símbolos e signos diversos. Não há, portanto, fenômenos meramente naturais, quando estamos falando de indivíduos que vivem em sociedade.

Na sociedade contemporânea, mais do que nunca, somos invadidos diariamente com mensagens e sentidos produzidos a partir das mídias. Além disso, as telas estão presentes em todos os espaços, sendo eles privados ou públicos. Dessa maneira, pode-se afirmar que vivemos a "Idade Mídia", pois a presença das mídias em todos os espaços que as pessoas circulam acaba por determinar transformações inéditas, nas dimensões objetivas e subjetivas (Zuin; Gomes, 2019). Mídia aqui entendida como um sistema cultural complexo, que possui uma dimensão simbólica - que diz respeito à (re)construção, armazenamento, reprodução e circulação de produtos repletos de sentidos - e uma dimensão contextual (temporal e espacial). Esses produtos postos em circulação pela mídia são fenômenos sociais, pertencentes a determinado contexto, com aspectos técnicos e comunicativos e propriedades estruturadas e estruturantes (Medrado, 2013).

Os materiais publicados ou divulgados através de revistas, jornais, livros e internet são chamados de instrumentos midiáticos. Esses instrumentos midiáticos utilizados introduzem transformações significativas nas práticas discursivas que encontramos no cotidiano, ou seja, na maneira que as pessoas entendem e produzem sentido sobre os fenômenos sociais. Dessa maneira, podemos entender a mídia como sendo:

instrumento de mediação que, ao mesmo tempo em que participa do processo de constituição dos sujeitos, retrata um contexto cultural e social, construído e transformado por esses mesmos sujeitos. Os significados veiculados pela mídia são apropriados pelos sujeitos e transformados em mediações na constituição destes. Vista assim, a mídia passa a ser considerada um fator que contribui na construção das subjetividades (Miguel et al., 2017, p. 68).

Corroborando essa ideia, Rosa Maria Bueno Fischer (2002) discorre que a mídia atua como um dispositivo pedagógico, pois estabelece maneiras possíveis de experienciar a si

mesmo. A televisão, a revista, as mídias sociais funcionam como narrativas montadas para sugerir uma maneira de auto expressão. Dessa maneira, os instrumentos midiáticos não servem apenas para moldar e introjetar valores aos sujeitos, mas ajudam na constituição da própria subjetividade dos mesmos.

Porém, o que esses homens fazem hoje no Instagram não é novidade, é uma reedição de algo antigo, presente, principalmente, em exemplares da chamada "imprensa feminina", que é uma grande representante de veículo midiático utilizado para propagar uma imagem de mulher e de feminilidade. Seus conteúdos sempre foram voltados para um tipo de "mulher genérica, sem tempo, sem espaço, sem classe. Era uma mulher pasteurizada e universalizada em nome do consumo." (Buitoni, 2014, p. 38). Esse tipo de mídia também é caracterizado pelo seu apelo sentimental, buscando através de uma conversa próxima com as mulheres, dar a sensação de proximidade e confiança ao que está sendo instituído como esperado delas (Miguel, 2005). Para tal função, foram categorizados os "consultórios sentimentais", os quais eram colunas que respondiam a dúvidas das leitoras sobre relacionamento, sexo e amor, dando conselhos que, muitas vezes, perpetuavam mais uma vez essa imagem generificada da mulher e do que se espera socialmente dela (Radomski, 2011).

É interessante pensar que o título da minha pesquisa não surgiu à toa, o termo "Machopalestrinha" é uma tradução abrigada para o termo "*mansplaining*" (Solnit, 2017). O termo inglês surge da junção das palavras "man" (homem) e "explaining" (explicação), o qual diz respeito ao comportamento que os homens costumam ter de explicar coisas óbvias e, às vezes, que dizem respeito à vida das mulheres, para as mulheres, como se elas não tivessem nenhuma ideia acerca daquilo que está sendo dito, e como se a sua verdade e opinião deveriam ser aceitas e respeitadas por elas. Eles vêm fazendo isso há muito tempo: as roupas mudam, mas o conteúdo permanece o mesmo e o objetivo também.

Levando em conta o caráter político da sexualidade e do gênero, o controle sobre os corpos das mulheres e a história antiga da chamada imprensa feminina, é que acredito ser interessante analisar e pensar quais os discursos perpetuados por esses perfis e como, no século XXI, ainda há espaço para homens cisgênero, heterossexuais, brancos e de classe média falarem para e sobre as mulheres.

Diante de tudo que foi apresentado destaco que o objetivo central desta pesquisa foi verificar os discursos de gênero e sexualidade presentes em perfis no Instagram de homens identificados como "especialistas em relacionamento" para mulheres, e os objetivos específicos foram: analisar e caracterizar os perfis que serão investigados, identificar as concepções de

mulher presentes nos perfis que serão investigados e verificar possíveis semelhanças e/ou diferenças entre os perfis.

A dissertação apresentada a seguir está dividida em quatro capítulos (além do método e das considerações finais) que surgiram de categorias pensadas a partir da análise dos materiais coletados, são eles: Quem são esses homens?; Determinismo biológico; Os perigos da mulher desejante e "Neoliberalismo como gestão dos relacionamentos amorosos".

O primeiro capítulo consiste em uma análise das estratégias utilizadas pelos perfis pesquisados, semelhanças com a figura do influenciador digital, bem como com outros tipos de mídias utilizados destinados às mulheres no século XX, como a imprensa feminina. Também é apontada as semelhanças entre os perfis, principalmente na utilização de insígnias da masculinidade hegemônica.

No segundo capítulo é feito um resgate da história do determinismo biológico para desmembrar um dos discursos que atravessa os conselhos dados às seguidoras e explicações para as diferenças entre homens e mulheres. Duas linhas principais de raciocínio foram identificadas: o essencialismo e as metáforas com o mundo animal.

A seguir, foi desenvolvida a análise de uma categoria que surgiu através das entrelinhas do que estava sendo dito nos conteúdos produzidos, um certo discurso de perigo diante da possibilidade das mulheres desejarem. Foi feito um resgate histórico desse apagamento do desejo das mulheres na história, bem como, foi construída a complexidade por trás dos conselhos que não pareciam tão ofensivos em um primeiro momento. Assim surgiu o terceiro capítulo.

E por fim, analisou-se a construção de uma ideia de sujeito neoliberal atravessada em toda a produção de conteúdo, bem como na imagem de homem bem-sucedido passada por eles. A análise desse fenômeno complexo termina com a exposição de uma cooptação de discursos feministas em prol, exclusivamente, da venda de mais cursos e arrecadação de mais capital por parte dos mesmos.

3 MÉTODO

Para entender os caminhos percorridos para pensar a presente pesquisa, acho necessário começar falando sobre o objeto de interesse que impulsionou a curiosidade sobre o problema aqui proposto: os homens identificados como "especialistas em relacionamentos" e que falam para as mulheres.

A minha história de curiosidade com esses perfis começou no ano de 2020, durante a pandemia de Covid-19, quando alguns perfis de mulheres feministas que sigo começaram a trazer para a reflexão postagens desses homens que tinham um engajamento muito grande. Desde então comecei a consumir tal conteúdo pela perplexidade com que ficava ao me deparar com esses perfis. Quando me vi, já estava completamente tomada por afetos que me impulsionavam a consumir cada vez mais esses conteúdos. Afetos esses que partem do meu lugar de mulher, heterossexual, cisgênero e feminista.

Assim, acredito que seja importante localizar de onde parto, porque só é possível pensar em uma pesquisa ética, levando em conta a minha subjetividade e localizando de onde vêm meus afetos (Haraway, 2009; Harding, 2002). Os conteúdos que comecei a consumir abrangiam uma vasta gama de recursos do Instagram: *stories*, *posts*, *reels*, caixinha de perguntas¹, e sempre tinham como foco "ensinar" as seguidoras do perfil a se relacionarem, seja a partir das dúvidas que elas mandavam, ou a partir de conteúdos que eles achavam importantes.

3.1 O INSTAGRAM

O local onde a pesquisa ocorreu foi o Instagram, rede social lançada em 2010 e originalmente pensada para compartilhamento de fotos e vídeos entre amigos. De acordo com seus criadores, tinha como objetivo "resgatar a nostalgia do instantâneo cunhada ao longo de vários anos pelas clássicas Polaroids" (Piza, 2012, p. 7). Houve uma popularização dessa rede social a partir de 2012 no Brasil, após a compra da mesma pela empresa Facebook, e disponibilização aos celulares com sistema operacional Android (mais utilizado no Brasil). Em 2016, houve um aumento considerável do número de adesões à rede social, que passou de 30 milhões para 400 milhões de usuários (Freitas; Borges; Rios, 2016). Em 2022, esse número passou para 1.4 bilhão (Beling, 2023).

¹ No próximo tópico, essas ferramentas serão apresentadas detalhadamente.

Nesses 10 anos de história, a plataforma já passou por muitos momentos e teve várias versões, com a disponibilização das mais diversas ferramentas para tornar o aplicativo mais atraente para seus usuários. Dentre essas mudanças, a mais significativa e que mudou também a forma como as pessoas se relacionam com essa rede social, aconteceu a partir de 2015, com a entrada do termo "influenciador digital", o qual se refere a pessoas que produzem conteúdos também nessa plataforma, e a utilizam como uma forma de trabalho remunerado, se tornando um modelo de negócios dos mais lucrativos atualmente. A figura do influenciador não surge apenas quando é nomeado, houve a necessidade de nomeação dessa figura porque já circulava nos espaços digitais e de negócios a presença de pessoas que utilizavam com mais frequência a rede social e começaram a transformar isso em seus trabalhos. Em 2010, a autora Carolina Terra, na sua tese de doutorado, já chamava atenção para usuários que utilizavam com mais intensidade as redes sociais, à época ela utilizou o termo "heavy user", e depois passou a utilizar o termo usuário-mídia, caracterizando-o como um formador de opinião (Karhawi, 2017)

Quando o Instagram vira um modelo de negócios, principalmente a partir de 2013 (Ferraz, 2019), desenvolve-se uma preocupação em pensar ferramentas que prendessem a atenção do usuário consumidor e fizesse o usuário produtor de conteúdo aumentar a sua produtividade (no mais clássico estilo de uma fábrica). Porém, é a partir de 2016 que mudanças significativas alcançam a plataforma, como a modificação do ícone do app, e a principal delas, lançamento do Instagram Stories², atualmente a mais utilizada pelos usuários e produtores de conteúdo. Essas ferramentas foram fundamentais para a realização dessa pesquisa, pois elas mudaram a forma como o "influenciador digital" estabelece relações com seus seguidores, contando com mais interação e a sensação de maior proximidade com pessoas que originalmente não faziam parte da sua rede de amigos. As ferramentas também são pensadas para "chamar" atenção de quem consome o conteúdo, gerando assim engajamento para a plataforma e para a pessoa que produz o mesmo.

As ferramentas existentes nessa plataforma digital são: *posts*, *stories*, anúncios/posts patrocinados, *direct messages* (mensagem direta), *lives* e *reels*. As que foram exploradas na presente pesquisa foram: *posts*, *reels*, *stories*, anúncios e *lives*. A seguir, explicarei como funciona cada uma e a popularidade de cada uma entre os seguidores dos perfis pesquisados.

Post é a ferramenta original do Instagram, consiste em publicar uma imagem com uma legenda para os seguidores. É a mais antiga e fácil de utilizar, no entanto, atualmente não tem

² <https://www.techtudo.com.br/noticias/2018/04/instagram-relembre-as-maiores-mudancas-da-rede-social-de-foto.ghtml>.

tanto engajamento. Os posts podem ser de uma única imagem, ou ainda, de um "carrossel" de imagens, que consiste na publicação de diversas fotos que o usuário tem que "arrastar para o lado" para vê-las e as imagens publicadas não são apagadas. Originalmente, o Instagram possuía apenas essa ferramenta de compartilhamento.

A segunda ferramenta mais antiga da plataforma são os *stories*, esses sendo os que mais geram engajamento. Através do mesmo é possível compartilhar fotos, vídeos e imagens cotidianas, pois têm a duração de 24 horas. Após esse período, apenas o dono do perfil consegue ter acesso ao que já foi postado. Um *storie* costuma ter a duração de 15 segundos, por esse motivo criadores de conteúdos postam dezenas desses diariamente em seus perfis, formando uma sequência de *stories*. Como é a ferramenta que gera mais engajamento, dentro dela há a possibilidade de se comunicar com os seguidores através dos mais variados instrumentos.

A mais utilizada e que costuma prender mais a atenção dos mesmos é a "caixinha de perguntas", onde o criador de conteúdo faz um *stories* com ela e o seguidor consegue escrever a sua pergunta, elogio, reclamação, dependendo de qual seja a proposta feita. Há a possibilidade de repostar *stories* de outros perfis em que o seu perfil foi marcado, ou alguma postagem feita em seu próprio perfil, chamando assim a atenção de seus seguidores para a mesma, aumentando o engajamento.

Outras ferramentas importantes para a presente pesquisa são as enquetes e os testes. Na primeira, os criadores de conteúdo podem fazer perguntas e colocar opções para que os usuários escolham, não havendo uma resposta certa. A segunda funciona de maneira muito parecida, no entanto, dentre as opções vai ter uma que será marcada como a certa, e no momento que o usuário clica, aparece qual seria a resposta certa a ser selecionada. No *stories*, os usuários podem colocar links que redirecionam aqueles que clicam para páginas fora do Instagram, e isso inclui conteúdos produzidos em outras plataformas.

Com a maior institucionalização do Instagram como um modelo de negócios, a plataforma começou a criar formas de conseguir ganhar dinheiro com as pessoas que se utilizam da mesma como meio de trabalho remunerado. Uma das ferramentas criadas foram os anúncios/posts patrocinados, que podem ser em forma de *post* ou *stories*. Neles, o criador de conteúdo escolhe um dos dois para que apareça para usuários da plataforma que não o seguem. O direcionamento dos anúncios é feito através do algoritmo gerado pelos conteúdos consumidos pelo usuário, este consiste na identidade digital dessa pessoa, através da qual é possível inferir que tipo de conteúdo o agrada. Por valores que variam conforme a abrangência, tempo de veiculação, formato do conteúdo, o criador consegue fazer "propaganda" do seu produto para pessoas que ainda não o conhecem.

As *direct messages* ou popularmente conhecidas como DMs, são o local onde ocorre a comunicação direta e individual entre usuários. Ela é como se fosse o "chat" da plataforma. Para ela vão as mensagens escritas como resposta aos *stories* postados. Conforme o tamanho do perfil do criador de conteúdo, são separadas em principal (onde ficam as mensagens de pessoas que ele mais interage) e geral (mensagens de usuários que o criador raramente interage individualmente). Através das DMs é possível formar grupos de pessoas e fazer trocas de mensagens entre várias pessoas ao mesmo tempo.

As *lives* são ferramentas que propiciam ao criador de conteúdo ficar por um longo período de tempo "ao vivo" em seu perfil, e assim estabelecer uma relação de maior proximidade, com uma proposta parecida com os programas de auditório que aconteciam ao vivo antigamente na televisão, onde a pessoas podia ligar e participar. Com esse instrumento, é possível a participação do seguidor, mas isso acontece através de comentários enviados durante a realização da mesma. No ano de 2020, durante o início da pandemia de Covid-19, houve uma popularização dessa forma de produzir conteúdo, visto que foi necessário o isolamento social por longo período de tempo, e as pessoas passaram a ficar mais conectadas.

Por fim, temos a ferramenta mais nova da plataforma, o reels. Importante marcar que durante o início da pandemia de Covid-19 no ano de 2020, uma nova plataforma de vídeos curtos - TikTok³ - viralizou mundialmente e começou a despertar o interesse de milhões de usuários, que acabavam utilizando mais essa nova plataforma do que o Instagram. Percebendo a perda de engajamento de seus usuários, o Instagram criou uma ferramenta que imitava a proposta da "rede ao lado", maneira a qual os criadores de conteúdo se referem ao TikTok quando vão mencioná-lo em algum conteúdo do Instagram. Dessa forma nasceu o reels, ferramenta que permite ao usuário criar vídeos curtos e compartilhá-los com seus seguidores.

Essa é a estrutura do Instagram, rede social que tem papel central na (in)formação das pessoas, e que comporta em seu interior os mais diversos tipos de conteúdo. É uma plataforma de fácil acesso e grande relevância social e econômica.

3.2 A ESCOLHA DOS PERFIS

De acordo com Eli Pariser (2012), nos seis primeiros anos, o Instagram operava pela lógica da construção de um *feed* baseado em uma ordem cronológica. Assim, conforme um usuário postava, no mesmo momento esse *post* aparecia no *feed* do outro usuário, e, assim

³ <https://canaltech.com.br/redes-sociais/por-que-o-tiktok-ficou-tao-em-alta-em-plena-quarentena-165462/>.

aconteciam de forma cronológica, com as mais antigas publicações ficando mais para baixo no *feed* e as mais novas mais para cima. Com o aumento do número de usuários na rede social, e um volume cada vez maior de informações compartilhadas, a organização dos *feeds* começou a ficar impossível, foi nesse momento que houve a construção dos chamados algoritmos para auxiliar na manutenção de uma estética *clean* para o aplicativo.

Em 2016, então, o Instagram divulgou que o *feed* não seria mais cronológico e passaria a funcionar com o uso de algoritmos, mais especificamente, de um que utiliza os critérios de: afinidade/proximidade entre o usuário e o conteúdo, peso relativo de cada tipo de conteúdo e ordem cronológica (posts mais novos têm mais peso do que os mais antigos). Com essa nova lógica de funcionamento do Instagram, conforme eu ia consumindo o conteúdo dos perfis desses homens, o meu algoritmo entendeu que esse era um assunto que me interessava, e começou a me entregar mais perfis que fazem esse tipo de conteúdo.

Com isso, foram achados 20 perfis que se encaixavam no objetivo geral desta pesquisa. Porém, para conseguir fazer uma análise aprofundada deles, era necessário reduzir esse número. Pensando nisso, estabeleci alguns critérios. O perfil precisaria: produzir conteúdos direcionados somente para mulheres; ter 20.000 seguidoras/es ou mais; fazer *stories* com respostas às dúvidas enviadas pela "caixa de perguntas"; postar vídeos no *feed* e fazer *lives*. Esses critérios foram pensados a partir do que foi chamando mais a minha atenção. Assim, foi em meio a esse emaranhado de perfis, informações e afetos, que foram escolhidos três perfis que mais me movimentaram e me instigaram a analisar e a pensar criticamente o que está sendo por eles veiculado.

Os três perfis escolhidos foram: Diego Muda Vidas, Ítalo Ventura e Cardoso Mundo. Apesar de terem muitos conteúdos em comum, a forma como eles os abordam e como constroem as narrativas que querem apresentar para suas seguidoras é completamente diferente. Essa diferença aparece tanto na escolha de palavras utilizadas, quanto nos "apelidos" dados a suas seguidoras, no tom de voz, no uso de imperativo ou não, entre outras coisas. São essas sutilezas que pretendo analisar e apreender nos perfis escolhidos, aquilo que está além do escrito e falado por eles, simbolismos que têm uma roupagem desconstruída, mas que carregam em si discursos antigos, ou seja, que compactuam com o padrão hegemônico cisheteronormativo.

3.3 CAMINHOS PERCORRIDOS

Após ficar quase dois anos consumindo esses conteúdos de forma aleatória, a partir do mês de maio de 2022 foram estabelecidos alguns critérios para a coleta de dados da presente

pesquisa. Primeiro, foram estabelecidos os conteúdos que fariam parte dos dados coletados, sendo eles: *stories*, *reels*, *lives*, *posts* e, se fosse muito relevante, alguns conteúdos em outras plataformas (Youtube, por exemplo). Durante três meses (maio, junho e julho de 2022), entrei pelo menos três vezes por semana, em dias e horários aleatórios nos três perfis a fim de gravar os *stories* disponíveis. Também ficou estabelecida a escolha de cinco posts por mês de cada perfil, dentre esses posts poderiam estar imagens postadas com as legendas e *reels*.

Além desses dias e posts escolhidos, como eu os sigo com meu perfil pessoal, sempre que apareciam notificações de que eles estavam fazendo *live* ou que eles divulgavam a realização de alguma *live* cujo tema eu considerava relevante para a presente pesquisa, eu entrava nos perfis e gravava por algum tempo o conteúdo compartilhado. Esse tempo variava de acordo com a relevância do mesmo para a pesquisa.

Feito isso, foi coletado um total de 196 conteúdos, entre: *stories*, *reels*, *posts*, *lives*, vídeos no youtube. Os *stories* foram contabilizados por vídeo gerado a partir da gravação de tela do celular, mas em muitos momentos esses vídeos tinham mais de 10 minutos de duração, o que correspondia a 40 vídeos de 15 segundos.

Penso ser importante apresentar esses números separados por perfis escolhidos. Do perfil Diego Muda Vidas foram coletados ao todo: 17 posts, 41 *stories*, três *lives* e um vídeo do youtube. Do perfil Ítalo Ventura esses números foram: 16 posts, 36 *stories* e quatro *lives*. Já do perfil Cardoso Mundo foram coletados: 30 posts, 45 *stories*, duas *lives* e um vídeo do youtube.

Apesar de ter adotado critérios estabelecidos, a coleta de dados dessa pesquisa foi muito impulsionada pelos afetos que foram me atravessando durante a mesma. Por isso, o número de conteúdos ficou diferente entre um perfil e outro. Aqui, estou considerando o afeto de acordo com o que propõe Suely Rolnik (2016), como sendo aquilo que é produzido em um encontro, e que provoca efeitos corporais, é a afetação do encontro.

Na comparação entre os três, Cardoso Mundo me afetava causando mais indignação e até raiva em alguns momentos, já Diego Muda Vidas, me tocava em um lado mais cômico, me parecia um conteúdo mais *nonsense*, e por isso me provocava risos. Ítalo Ventura era o mais tranquilo ao transmitir os conteúdos para suas seguidoras, usava menos o imperativo em suas falas e tomava cuidado na escolha das palavras, não me provocando afetos tão intensos quanto os outros dois. Isso fica claro ao final da coleta, quando contabilizo o número dos conteúdos gravados, e me dou conta que essa foi uma pesquisa impulsionada, principalmente, pelo afeto da indignação frente a conteúdos que perpetuam uma imagem de mulher que é a base das mais variadas violências sofridas por nós.

A fim de organizar e analisar a vasta quantidade de conteúdos coletados, criei uma planilha⁴. Essa foi separada em três abas, cada uma correspondente a um perfil, elas tinham, em um primeiro momento, as seguintes informações sobre os conteúdos: nome do arquivo (facilitando que eu achasse quando precisasse ter acesso); mês da coleta; tipo de material; quantidade; conteúdo; importância para pesquisa; venda de produto e observação.

No que diz respeito ao conteúdo, revisitei novamente todos os arquivos, e descrevi superficialmente cada um deles para assim conseguir classificá-los pelo grau de "importância" para a pesquisa, levando em conta a temática do material e os objetivos da mesma. A partir disso foi estipulado a medida de "estrelas", uma estrela sendo pouco relevante, duas estrelas, relevante e três estrelas, muito relevante. Dessa maneira, ficou estabelecido que para a amostra final da análise seriam incluídos os dados classificados com 3 estrelas (muito relevantes), diminuindo a quantidade de conteúdos de 196 para 73⁵.

Através desse primeiro contato com todo material coletado, algumas categorias em comum já foram sendo desenhadas, essas foram formadas através de tipos de conteúdo e informação que eram compartilhados por esses perfis, e que se repetiam entre os três. Após a análise dos 73 conteúdos, surgiram categorias que serão trabalhadas nos seguintes capítulos: Quem são esses homens?, Determinismo Biológico, Os perigos da mulher desejante e "Neoliberalismo como gestão das relações amorosas". Dessa maneira, foi acrescentada essa informação à planilha e separou-se, mais uma vez, os conteúdos conforme o capítulo da análise que mais se encaixavam.

Esses conteúdos foram analisados por meio da análise de discurso francesa de inspiração pecheutiana (Michel Pêcheux). Esta dialoga com os objetivos da pesquisa, pois entende que a linguagem está relacionada com os processos sociais e psicológicos, e os discursos dos sujeitos estão sempre implicados historicamente, politicamente e ideologicamente (Rocha-Coutinho, 1998). Para Eni Orlandi (2005), analisar o discurso é "pensar o sentido dimensionado no tempo e no espaço das práticas do homem [sic.], descentrando a noção de sujeito e relativizando a autonomia da linguagem" (p. 16).

Como os discursos a serem analisados estão situados em meio digital, é importante salientar que a linguagem nesse ambiente tende a uma metaforização das relações e práticas sociais. Ou seja, a digitalização desses discursos "é um processo de historicização dos sentidos que desloca o modo de significação, produzindo uma forma material outra, porque inscreve o

⁴ Planilha disponível nos anexos do presente trabalho.

⁵ Números da pesquisa disponíveis nos anexos do presente trabalho.

dizer, o fazer, as práticas dos sujeitos, em outras condições de produção, afetada por outras instituições" (Dias, 2016, p. 11).

4 QUEM SÃO ESSES HOMENS?

"Diego Muda Vidas": é assim que um dos perfis se apresenta nas redes sociais. Nele, encontrei um homem branco, heterossexual, cisgênero, cabelo castanho claro e com barba. Em sua bio - espaço no instagram onde o usuário pode colocar informações a seu respeito e/ou sobre o conteúdo que veicula em seu perfil - está escrito: "Faço o homem que você deseja correr atrás de você", com imagens de aliança ao lado. Logo abaixo tem escrito: "Clique aqui para conhecer o método" e uma seta apontando para um link que me leva a uma página que contém todos os conteúdos que Diego produz e oferece em sua rede social.

Entre esses conteúdos encontramos os dois cursos que ele vende e que parecem ser o carro chefe do seu perfil, são eles: Manual homem na sua mão e Manual da puta da cama. Também é possível encontrar livros digitais de sua autoria para vários propósitos: Os gatilhos mentais de atração masculina, Meu ex de volta e Conquista virtual. Além dos conteúdos produzidos, tem link para acessar os conteúdos dele em outras plataformas digitais, como aplicativos de conversa e de música.

Diego possuía, no dia 29 de novembro de 2022, 276 mil seguidores, seguia 176 pessoas e seu perfil contava com 1.492 publicações (figura 1). Em seus conteúdos produzidos, sempre se refere às mulheres, produzindo conteúdo direcionado para as mesmas, uma vez que elas são seu público-alvo.

Diego se apresenta como um homem com namorada, que aparece em alguns momentos nos *stories* que ele grava. Ele parece utilizar a presença dela como reforçador do quanto ele conhece as mulheres, afirmando, ainda, que ela teve muito dos comportamentos que ele indica para conquistar um homem quando estavam se conhecendo. Repete em muitos momentos que conhece a mente dos homens porque já foi muito "cafajeste" e "pegador", e por isso antes de direcionar seus conteúdo para o público feminino, começou seu caminho ensinando homens (com cursos também) a "pegar" mulheres (linguagem utilizada por ele), mas que sua namorada conseguiu colocar uma aliança em seu dedo, e, ele enfatiza, uma aliança dourada, o símbolo do matrimônio, sendo que são apenas namorados, e que isso não foi tarefa fácil. Ele repete essas palavras com uma certa frequência, e me pergunto em alguns momentos qual o intuito delas naquele espaço que ele criou? Penso que o ajuda na construção de uma imagem, no imaginário de quem o segue e compra seus produtos, do tipo de homem que as mulheres querem e correm atrás, aqueles que "todas" querem prender e ter um relacionamento sério, como se fosse uma gincana entre as mulheres e o prêmio fosse o homem mais difícil. Ele se coloca como representante desses homens e, portanto, porta voz de todos eles.

Junto dessa imagem de um homem comprometido, Diego também transparece a imagem de um homem muito bem sucedido financeiramente, falando de suas viagens, mostrando sua casa, seu cachorro, seu dia-a-dia, conferindo a ele um status social importante. Para reforçar a construção de uma imagem de homem bem sucedido, em alguns momentos posta foto com carros "potentes" e faz os vídeos de dentro do seu carro. Veste-se de maneira "formal" em muitos momentos, com camisa social, paletó, visual que remete à imagem do homem de negócios que existe no imaginário social em sua grande maioria.

A principal forma de produção de conteúdo encontrada no perfil do Diego são as respostas que ele dá para as perguntas que suas seguidoras deixam nas caixinhas de perguntas que costuma abrir diariamente em seu perfil. Nessas respostas, Diego usa uma linguagem coloquial, costuma ser direto e usar o imperativo para dar suas "dicas"⁶ para quem, naquele momento, as está procurando. Desvaloriza conteúdos de outros homens que se propõem a um trabalho parecido com o dele, ao enfatizar que ele fala "a verdade" para elas, sem enrolação e sem "mimimi", e costumeiramente gosta de enfatizar que não é politicamente correto em alguns momentos.

Além dessa linguagem coloquial, Diego utiliza muitas vezes o imperativo do biológico, ou seja, pauta as diferenças entre homens e mulheres exclusivamente no biológico, para dar as explicações que são pedidas a ele, além de adotar uma linguagem do mundo dos negócios e fazer uso de metáforas com o Reino Animal. Em um de seus *stories*, Diego afirma que trará um conhecimento bem interessante para suas seguidoras, em seguida começa a descrever documentários sobre a vida animal que ele assistiu e que mostraram rituais de acasalamento dos mesmos. Usa isso como uma metáfora de como funcionam os rituais de "acasalamento" para os seres humanos também, característica que será discutida no segundo capítulo.

Para se manter em alta nas redes sociais e vender seus cursos, Diego cria a imagem de um homem dentro dos padrões hegemônicos (branco, heterossexual, cisgênero, rico, viril), conhecedor de homens e mulheres, que sabe exatamente qual atitude tomar, qual "gatilho" ativar para conseguir um relacionamento "com aliança no dedo", para que, dessa maneira, consiga ser o porta voz de um grupo de homens (ou dele mesmo) os quais coloca como sendo os desejáveis para esse tipo de relacionamento.

Ítalo Ventura é o nome do segundo perfil escolhido para compor esta pesquisa. Quem se apresenta nesse perfil é, de novo, um homem, branco, heterossexual, cisgênero, casado e com

⁶ As palavras que aparecem entre aspas referem-se a termos utilizados pelos próprios donos dos perfis pesquisados.

filhos. Cabelo castanho escuro, barba por fazer e, na maior parte das suas postagens, até seu tom de voz é mais suave e tranquilo. Em sua bio tem emoji de coração lilás com a seguinte frase: "Viver um relacionamento com paixão, química e conexão NÃO é sorte!", seguido de "Inscreva-se para a nova turma do MAV" e um emoji de uma mão apontando para um link o qual, mais um vez, me leva para a página onde ele vende seu curso.

Ítalo tem uma proposta diferente, ele construiu o que chamou de Método MAV - Mulher de Alto Valor, o qual é o carro chefe do seu perfil (ele se refere às seguidoras como MAVs ou Futuras MAVs); ele monta outros cursos, que durante maio de 2022 a julho de 2022, período em que o perfil foi monitorado, sempre tiveram relação com a conquista de um relacionamento de "alto valor". Na página que sou levada, ao clicar no link da sua bio, encontro no topo dela a seguinte chamada em caixa alta "DESPERTE A MULHER DE ALTO VALOR QUE HÁ EM VOCÊ E CONQUISTE O RELACIONAMENTO DOS SEUS SONHOS EM ATÉ 12 SEMANAS⁷ - Atraindo o cara certo para viver um relacionamento com amor, companheirismo e conexão".

No dia 29 de novembro de 2022, Ítalo possuía 1,1 milhão de seguidores, seguia 250 pessoas e havia feito 6.756 publicações (figura 1). As falas e os conteúdos são sempre voltados para as mulheres, Ítalo se coloca como um mentor para elas, que conhece a "ciência do amor" e que pode ajudá-las a conquistar o que ele chama de Relacionamento de Alto Valor.

Valor é uma palavra repetida diversas vezes por ele, "Aprenda a se dá valor"[sic]; "Seja uma mulher de alto valor"; "Descubra o seu valor"; "Conquiste um relacionamento de alto valor", porém nunca o vi explicar o que seria esse valor ao qual tanto se refere. Entre os perfis analisados, Ítalo é o que faz referência a filósofos e pensadores com frases clichês. Além de, às vezes, citar-se como uma referência no campo dos relacionamentos amorosos, e quando o faz, o faz em tom de brincadeira, como: "Vai com calma que eu tô com pressa"; "Não escuta o que ele fala, escuta o que ele faz".

Em seu perfil tem uma ostentação também, mas é uma ostentação da imagem de uma família. Ele é casado e tem dois filhos (um menino e uma menina), a imagem apresentada na rede social é da famosa "família de comercial de margarina", com papéis muito bem estabelecidos, uma mulher performando o ideal de feminilidade (delicadeza, submissão, cuidado), porém como estamos no século XXI, também é colocada como companheira e ajudante em seus negócios. Em muitos momentos ele se refere ao seu passado de "pegador", de

⁷ Aqui, a frase é colocada o mais próximo da maneira que encontrei em sua página. Por esse motivo, está em caixa alta.

"cafajeste"; para justificar o motivo pelo qual ele entende tanto a cabeça dos homens, afirmando que é possível mudar qualquer homem, visto que até mesmo ele mudou com a mulher certa.

Dentre os perfis pesquisados, Ítalo é o que me dá menos raiva de acompanhar, ele procura ter um discurso mais calmo (inclusive na maneira de falar), atencioso, cuidadoso, dando a impressão, em um primeiro momento, que ele de fato está preocupado com o bem-estar de suas MAVs, que o Relacionamento de Alto Valor é uma consequência de uma vida "bem vivida" (de acordo com as referências dele é claro). Porém, ao consumir seus conteúdos repetidamente, é possível perceber que o pano de fundo de suas dicas é a conquista de um homem, tanto que em muitos momentos ele aponta o quanto as mulheres tem que estar vigilantes a certos comportamentos que vão afastar os homens, pois sempre existe a possibilidade de elas fazerem algo errado, por isso tem que seguir as dicas à risca. É como se "ser elas mesmas" - algo que ele repete com frequência - só fosse possível caso seguissem o que ele coloca como ideal de mulher. Há uma contradição no que ele diz, mas que fica muito mascarada no meio de tantas frases de efeito e empoderadoras.

Ítalo, de fato, é o que eu menos desgosto, mas penso que esse seja um sinal de alerta importante para perceber que o que ele fala que coloca as mulheres nesse lugar de submissão pode estar subentendido em suas dicas, e não tão escancarado. Como se seu jeito manso, calmo, tranquilo e preocupado colocasse as mulheres em uma posição de relaxamento, por ter a sensação de que estão sendo cuidadas por esse homem, e esse relaxamento, essa falta de atenção, nos deixa mais suscetíveis a consumir seus conteúdos de uma maneira que nos parece "natural".

E chegamos ao último perfil, esse que chegou de última hora, não estava nos planos, mas que tomou boa parte do tempo de coleta dos dados. Seu nome é Cardoso Mundo, nele encontramos, mais uma vez, uma homem branco, heterossexual, cisgênero e aparentemente solteiro, dentre os três ele é o único que não aparece com mulheres, não fala sobre seus relacionamentos, tendo sido, inclusive, questionado sobre sua sexualidade por suas seguidoras.

Em sua bio encontramos um emoji de leão ao lado de "Mentor e Terapeuta Cristão" (aqui é a primeira vez que a religião aparece de forma explícita), abaixo a frase: "Transforme-se em uma mulher mais atraente, sábia, livre e feliz", sabedoria é uma característica valorizada nas mulheres nos textos bíblicos, deixando claro que ele segue preceitos cristãos. Logo em seguida encontramos o número de mulheres que ele já "ensinou" visto que as chama de alunas "+ de 17 mil alunas em 43 países". Há um link que, quando clicado, me leva a uma página com vários canais nos quais ele está presente: canal do telegram, youtube, contato comercial e um

suporte para suas alunas. Ao final da página tem uma imagem de um tweet⁸ com a seguinte frase: "Eu não mato um leão por dia. Eu sou o Leão dia! [sic]." Essa metáfora do leão é muito utilizada por Cardoso que, inclusive, se refere às suas seguidoras como leas, utilizando exemplos do mundo animal, mais uma vez, para explicar seus pontos de vista.

O perfil de Cardoso tinha, no dia 29 de novembro de 2022, 1 milhão de seguidores, segue 86 pessoas e possuía 2.455 publicações (figura 1). No momento não tem nenhum produto seu sendo anunciado, mas durante o período em que observei o perfil ele oferecia o curso "O Despertar da Leoa", que tinha relação com os seguintes tópicos: conseguir viver uma vida próspera, abundante, a vida que as leas merecem, com o intuito de ser feliz, e ser feliz nas mensagens que são passadas no perfil, tem sempre relação com ter uma família, ser mãe e ser independente.

Cardoso é o primeiro que coloca abertamente em seu perfil que é cristão, e muitas vezes cita versículos e passagens da Bíblia para conversar sobre os mais diversos assuntos. Cita a energia feminina, masculina, a importância do útero, fala frases como: "A mulher doce com o coração generoso... **uma mulher ligada as sutilezas dessa terra**"⁹ (*Post* no perfil Cardoso Mundo, de maio/2022), que parecem ser saídas de um lugar que ficou guardado lá na Idade Média, mas que eu encontrei no Instagram em 2022.

Cardoso se mostra um homem muito vaidoso e preocupado com a própria aparência, tem o cabelo castanho escuro, barba grande, sempre arrumado com roupas que remetem à imagem que socialmente costuma-se ter do homem de negócios (terno, sapato social, camisa social, gravata), tem uma BMW X4, carro com preços que iniciam em R\$ 475.950,00, a qual ostenta na rede social e o seu diferencial é estar sempre viajando. Desde que comecei a acompanhar seu perfil ele fez algumas viagens, as quais faz questão de mostrar e pontuar que é possível qualquer pessoa viver aquela vida, inclusive as mulheres que o seguem, porém ao mesmo tempo fala da importância do homem ser o provedor para a mulher, soando como uma contradição no que passa para suas seguidoras.

Cardoso é o perfil que mais me causa incômodo, mas ao mesmo tempo o que mais prende a minha atenção, suas dicas me soam muito retrógradas, como por exemplo quando diz: "Tem que existir no homem a vontade de prover". Ele vai direto ao ponto e deixa claro o que acha do feminismo (movimento que é citado algumas vezes) e do seu efeito nas mulheres: elas estão cansadas e sobrecarregadas, sendo ele o porta-voz de uma vida menos cansativa, mais

⁸ Frase de até 140 caracteres que as pessoas publicam em suas páginas na rede social Twitter.

⁹ Vale informar que sempre que aparecer um trecho destacado em negrito nas falas transcritas, trata-se de um destaque dado por mim.

feliz, próspera, e cheia de viagens (as quais ele coloca como sendo muito importantes para o desenvolvimento pessoal de cada um). Claro que para atingir tudo isso mais facilmente é só comprar seu curso, ou virar sua mentorada individual, com acesso a encontros exclusivos por 6 meses no valor de 75 mil reais, e voltar a se conectar com sua energia feminina, seu útero e seus instintos.

No perfil do Cardoso Mundo, é possível perceber que ele se apresenta como um homem "misterioso" e sempre com um ar de sedução. Em um vídeo postado em seu perfil encena uma situação onde ele aparece se arrumando para um encontro e indo buscar alguém para o mesmo, ao final percebemos que a câmera é posicionada de uma maneira a dar a impressão de que quem está assistindo o vídeo é a pessoa que está saindo com ele. Nesse momento percebi que muitas vezes ele quer ensinar as mulheres como conquistá-lo, mas ao mesmo tempo coloca-se como inalcançável, então homens iguais a ele é o que é possível conquistar. Ao contrário do que acontece com Ítalo, sempre que eu estou no perfil do Cardoso fico vigilante e prestando atenção, porque ele fala muitas coisas incômodas e que, de fato, colocam a mulher em uma posição de submissão e passividade. Os elementos que vão surgindo do conteúdo apresentado por ele são inacreditáveis, e parecem saídos de um esquete de comédia sobre os absurdos da misoginia e do machismo.

Figura 1 - Perfil no Instagram de “Diego Muda Vidas



Fonte: arquivo pessoal da autora.¹⁰

¹⁰ Todas as imagens apresentadas foram coletadas por meio do recurso de *print* de tela.

Figura 2 - Perfil no Instagram de Ítalo Ventura



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Figura 3 - Perfil no Instagram de Cardoso Mundo



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Importante elucidar que, durante toda escrita da dissertação, trarei imagens dos perfis e materiais analisados, pois, muito além de ilustrarem o que está sendo dito, as imagens trazem consigo uma textualidade, um discurso próprio, não servem apenas como ilustrações de textos escritos ou falados, elas são importantes para compor o entendimento da mensagem que está sendo passada (Schwarcz, 2014).

Muitas variáveis estão implicadas na construção desses perfis, porém para compreender a permanência dele no cotidiano dessas mulheres, é necessário entender qual o lugar que esses perfis do Instagram ocupam atualmente no dia-a-dia das pessoas e como eles são hoje os novos prescritores de modos de ser.

4.1 A INTERNET E OS INFLUENCIADORES

Entre o final do século XX e o início do século XXI, testemunha-se a expansão do acesso à internet no Brasil, com 82% dos domicílios brasileiros em 2021 com acesso à internet (Brasil, 2022). Tal fato começou a ditar uma mudança na maneira de se informar, relacionar e expressar. Durante a curta história da internet, aconteceram grandes e rápidas mudanças, porém, a mais significativa iniciou-se com a invenção do computador pessoal. Tal invenção permitiu que se ampliasse o olhar para com relação ao objetivo do mesmo, o que antes tinha um status de técnica e setor industrial, passou a ser pensado em termos de telecomunicação, cinema, televisão (Lévy, 1999).

Essa virada nos anos 1980 foi o que permitiu o desenvolvimento de um novo espaço de existência e relacionamento como o que vemos atualmente. Segundo Pierre Lévy (2017), a internet - que ele chama de meio digital - configura-se pela possibilidade de expressão pública, conexão entre as pessoas sem fronteiras e um intenso acesso à informação como nunca antes visto na história.

A internet caracteriza-se como mais uma forma de mídia, esta pode ser entendida como um instrumento de mediação, ao mesmo tempo em que participa da constituição dos sujeitos, é constituída pelo contexto, como dito anteriormente. Como o outro, categoria central no reconhecimento das pessoas como indivíduos, a mídia participa do processo de constituição dos sujeitos, ao mesmo tempo em que é constituída pelas ideias vigentes e mudanças que acontecem socialmente (Miguel; Toneli, 2008).

No início, acreditava-se que o desenvolvimento dessas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) fosse ser uma forma de maior democratização no acesso às informações, e conseqüente diminuição das desigualdades, no entanto o desenvolvimento dessas tecnologias não aconteceu dissociado das relações de poder historicamente construídas e arraigadas. O que antigamente era publicado com base em pesquisas de opinião e percepções acerca do que vendia mais, hoje, graças aos algoritmos, é quase individualizado (Martins, 2020). A internet chega para intensificar e ampliar a participação e papel da mídia no dia-a-dia das pessoas.

Mais especificamente, com o advento das redes sociais, temos a reinvenção na forma de se relacionar e viver, chegando ao que vivemos hoje, onde não é possível pensar na vida do morador de uma cidade média no Brasil sem o acesso às redes sociais diariamente. Em 2021, estimava-se que o brasileiro gastava, em média, 5,4 horas diárias nas redes sociais, configurando o Brasil como país em que mais se passa tempo nelas¹¹. Essas integram e moldam o dia-a-dia das pessoas de uma forma intensa (Martins, 2020).

Essa intensidade no uso das redes sociais atrelada a uma ideia neoliberal de que todos os indivíduos têm a possibilidade e devem almejar ser "empresários de si mesmo", fomentou o surgimento de uma figura contemporânea e que só poderia existir e proliferar-se por causa dessas características do momento em que vivemos: a figura do influenciador digital.

Já foi mencionado anteriormente o que é essa figura, no entanto, no presente tópico irei me aprofundar no conceito e no lugar que essa figura ocupa atualmente na vida das pessoas, principalmente dos brasileiros. Para Issaaf Karhawi (2017), influenciador é uma figura que tem poder de influenciar a decisão de uma pessoa com relação à compra, estilo de vida, gostos, ideais e valores, bem como de colocar discussões em circulação.

A autora (Karhawi, 2017) ainda discorre sobre a história do surgimento dessa figura, que teve início com os blogueiros, os quais se popularizaram no início dos anos 2000 e tinham como característica principal uma personalidade no que escreviam (por que os conteúdos digitais eram majoritariamente escritos). Depois, temos o surgimento dos *vloggers*, que tinham características muito parecidas com os blogueiros, mas seus conteúdos eram em vídeo, na plataforma Youtube¹².

O mercado começou a perceber a importância dessas figuras na cadeia de consumo, e a partir deles surgiu a figura do formador de opinião, um pouco antes do influenciador, que dizia respeito às pessoas que tradicionalmente não tinham esse status social, mas por causa do advento das redes sociais, passaram a integrar um grupo socialmente importante e que criava novos espaços de influência.

Os homens que administram os perfis analisados na presente pesquisa não se reconhecem como influenciadores digitais, tão pouco como formadores de opinião, *vloggers* ou blogueiros. No entanto os encaixam nessa categoria por alguns motivos: eles ajudam na permanência da circulação de velhos discursos, utilizam estratégias dos influenciadores (no próximo tópico isso será abordado com maior aprofundamento) e influenciam na decisão de

¹¹ <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/01/12/brasileiros-sao-os-que-passam-mais-tempo-por-dia-no-celular-diz-levantamento.ghtml>.

¹² <https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-youtube/>.

compra e consumo das suas seguidoras. Suas existências em espaço como a rede social Instagram só são possíveis graças ao surgimento da figura do influenciador digital.

Os influenciadores digitais só se tornaram um modelo de negócio porque configurou-se importância e institucionalizou-se a profissão blogueiro no início dos anos 2000. Ser blogueiro virou uma profissão por si só, com influência na construção de tendências e discursos sociais, inaugurou-se com essa figura a falta de necessidade de formação em alguma área específica para tornar-se especialista naquele assunto (Karhawi, 2017).

Esse fato é muito bem aproveitado pelos homens dos perfis analisados na presente pesquisa, uma vez que nenhum deles apresenta formação em nenhuma área que tradicionalmente se justificaria como referência para falar sobre os assuntos por eles abordados, como eram as áreas psi e médica.

Um exemplo disso é que em um dos posts em formato de vídeo, do perfil Diego Muda Vidas, que apareceu para mim por meio de *post* patrocinado, Diego vende seu curso justificando sua expertise por causa do seu passado "cafajeste". Ele diz:

Foi muito difícil uma mulher colocar uma aliança como essa nesse dedo aqui. Olha essa aliança aqui, ela é de ouro [mostra a aliança que está em seu dedo], eu tô namorando, eu não tô casado. **Eu sempre fui um cara cafajeste** e pra botar uma aliança dessa na mão de um cafajeste, é uma tarefa muito difícil... Agora, eu acabei de criar, o guia prático de como fazer um cafajeste se tornar um bom menino [...] (*Post* em vídeo patrocinado pelo perfil Diego Muda Vidas, julho/2022).

De modo semelhante, também não há menção no perfil de Ítalo Ventura às suas formações. De uma maneira indireta (o que é característico na linguagem de seu perfil), Ítalo dá a entender que consegue ensinar às seguidoras as técnicas de sedução para conquistar o "Relacionamento de Alto Valor", porque ele mesmo conquistou esse relacionamento. Como já mencionado, ele é o único casado e com filhos e ostenta essa família em muitos momentos na produção de seu conteúdo. Um exemplo é em um dos stories postados, no qual ele fala que iria gravar um vídeo sobre o poder da atividade física para o relacionamento:

Porque atividade física é importante para um relacionamento, né? **Uma das primeiras atividades que eu e a [esposa] Flávia a gente fez foram atividades físicas como um casal**, ainda na época de se conhecer. A gente marcou um encontro, a gente ia tomar um açaí, decidimos tomar um sorvete, ficamos conversando em frente a praia, e aí eu convidava ela pra caminhar, convidava ela pra correr, convidava ela pra fazer yoga [...] (*Stories* postado no perfil Ítalo Ventura, junho/2022).

Cardoso Mundo é o único que não aparece com ninguém nos conteúdos que produz, dando a entender que é solteiro. Então, como que ele justifica poder dar os conselhos que dá

para suas seguidoras? Em um *storie*, ele é questionado quanto ao que se embasa para dar seus cursos e responde da seguinte maneira:

Se existe uma coisa que me orgulho (e as minhas leas mentoradas podem confirmar para você) é que **NADA** [caixa alta utilizada por ele na escrita] **do que ensino pode ser aprendido só lendo alguns livros ou fazendo algum curso**. Vocês já pararam para pensar porque eu decido em 80% dos casos passar meu conteúdo ao vivo lá para as minhas alunas? Porque simplesmente não gravo e deixo pra lá? Queridas, **existe algo que é impossível de ser assimilado por páginas de livros e alguns vídeos gravados** (Storie postado pelo perfil Cardoso Mundo, junho/2022).

Karhawi (2016) discorre sobre isso quando caracteriza os blogueiros como uma profissão de influência, "um assunto que o blogueiro se interessa no tempo livre passa a ser um assunto no qual ele é considerado especialista" (p. 43). É exatamente isso que vemos através das falas retiradas dos conteúdos produzidos pelos perfis pesquisados: o que justifica a compra de seus cursos é o fato de que, no passado, eles eram o tipo de homem que elas hoje tentam conquistar; ou o fato de terem um relacionamento de "Alto Valor"; ou, ainda, que as informações passadas por eles são únicas e impossíveis de serem adquiridas por meio de livros ou cursos. Segundo Silva et al. (2022), esses influenciadores tornam-se importantes figuras na cibercultura, pois são produtores de subjetividade através do uso das TICs.

Apesar de termos avanços acerca da maneira de nos conectarmos, informarmos e relacionarmos, os valores tradicionais hegemônicos continuam em voga, e aqueles que são representantes dessa hegemonia continuam tendo espaços privilegiados para se colocarem.

A importância que ficava centrada em poucas pessoas que apareciam com frequência na mídia (atores, atrizes, apresentadores) para a formação de opinião e influência na decisão de consumo, com as redes sociais, e mais especificamente, o surgimento da figura do influenciador digital, pulveriza-se e abrange hoje uma infinidade de personalidades.

Isto é exemplificado por Clay Shirky (2011), quando conta a história sobre os protestos que ocorreram na Coreia do Sul, em 2008, contra a reabertura da importação de carne bovina dos Estados Unidos. O que mais chamou atenção das autoridades coreanas na época, foi que o movimento era formado em grande parte por meninas adolescentes que "eram jovens demais para votar, não eram membros de nenhum grupo político, e a maioria delas não participara antes de qualquer ato público político" (Shirky, 2011, p. 29). Essas meninas haviam visto a notícia da reabertura no site de fãs de uma *boy band*¹³ e haviam se mobilizado para os protestos contra o governo, a partir daquele espaço. Isso nos dá uma ideia da dimensão de influência que essas

¹³ Banda famosa composta por garotos.

figuras têm, poder de mobilização social, circulação de discursos e mudanças nos paradigmas de influência e opinião antes existentes.

Ressalto aqui que, antes da invenção da internet e da figura dos influenciadores digitais, os homens sempre tiveram lugar privilegiado na prescrição de regras para a vida das mulheres. Exemplo disso é que, nos séculos XVIII e XIX, os médicos - cuja profissão era massivamente exercida por homens - ocupavam um lugar privilegiado dentro da comunidade e, com isso, passaram a participar nos círculos de conversa para além da saúde e doença. Nesse contexto, também eram vistos como conhecedores da arte de bem viver, que podiam ditar para as pessoas o que se podia ou não fazer. Naquela época, suas formações e pesquisas justificavam suas presença em lugares de prestígio social, já que se vivia o advento do Iluminismo, que afirmou a centralidade da razão e do conhecimento para o desenvolvimento humano (Martins, 2004).

Além disso, esse lugar também já foi ocupado pela mídia impressa, mais especificamente pela imprensa feminina. Até meados dos anos 1970, o foco da imprensa feminina era moda, beleza, casa, culinária e cuidados com os filhos. Assuntos esses que eram essenciais para a manutenção da família tradicional burguesa, pois se acreditava que era necessário vigiar e controlar as mulheres, já que eram vistas como seres imprevisíveis. O foco das publicações girava em torno de "levar as jovens ao altar, encaminhando-as para a construção de um lar feliz e honesto" (Sant'anna, 2012, p.138), missão que era relegada às mulheres.

Os perfis pesquisados aqui se beneficiam com o surgimento da figura do influenciador digital, apresentando-se como "especialistas" em determinados assuntos, mas mesclando estratégias antigas utilizadas pelas várias formas que já existiram de tentativa de controle dos corpos das mulheres.

4.2 "FAZ, HOMEM FAZ ESSA SEPARAÇÃO, ELE CLASSIFICA “ESSA É PRA CASAR, ESSA É SÓ PRA SEXO” - AS ESTRATÉGIAS UTILIZADAS

A história do controle sobre os corpos perpassa quase toda história da humanidade e ao falarmos sobre os corpos das mulheres, o controle fica mais evidente, destacando-se algumas especificidades. Esse controle aconteceu através dos chamados dispositivos ideológicos, como a Igreja (Religião), o Estado (leis), a Ciência e a Mídia. Apesar de em determinados contextos culturais ou históricos um ficar em mais evidência que outro, esses quatro dispositivos atuam sempre imbricados e em relação uns com os outros.

A Igreja (Religião), principalmente a cristã quando falamos na realidade brasileira, exerceu esse controle utilizando de várias estratégias, uma delas foi a criação de mitos acerca de figuras femininas ao longo da história. Temos duas principais figuras representantes dessa mulher: Eva e Maria. A primeira - associada ao pecado original - instaura a participação da mulher na Bíblia que, ao contar a história da criação do mundo por Deus, relega à mulher o papel de pecadora e responsável pelos males instalados na Terra. Já o homem aparece como uma figura manipulada por essa mulher. Como castigo para o desrespeito às regras impostas por Deus, a mulher teria seu desejo dominado pelo homem e se submeteria a esse. Essa versão da história não é a única, de acordo com historiadores, mas foi a que mais se encaixou à visão patriarcal adotada pela Igreja para conseguir continuar exercendo poder e não perder seus privilégios (Noguera, 2017).

O mito de Eva também instaura uma visão da mulher pecadora, sexualizada, e passível de castigos divinos, fazendo uma separação entre essa e uma outra figura importante que surge na bíblia também, que é a de Maria mãe de Jesus Cristo, a mulher que não precisou ter relações sexuais para engravidar. A partir dessa história, categoriza-se as mulheres entre as pecadoras (filhas de Eva) e as santas (descendentes de Maria, mãe de Jesus). É também através disso que se institui a virgindade e a maternidade como dimensões centrais para a "natureza" feminina, para a realização das mulheres em suas vidas (Carvalho, 2001).

Esses mitos parecem ultrapassados se pensarmos em uma sociedade contemporânea que tem em sua história a conquista de direitos sexuais e reprodutivos pelas mulheres através do advento da pílula anticoncepcional nos anos 1960, por exemplo, ou a entrada da mulher no mercado de trabalho, a partir dos anos 1930 no Brasil (Silva; Carmo; Ramos, 2021). No entanto, os perfis pesquisados aqui utilizam desses e da criação de novos mitos para justificar a necessidade das suas seguidoras terem determinadas atitudes. Ao receber uma pergunta na caixinha aberta às seguidoras, que dizia: "Homens fazem separação na escolha entre uma mulher pra casar e só pra sexo?", Diego Muda Vidas responde:

Faz, homem faz essa separação, ele classifica “essa é pra casar, essa é só pra sexo”. Dependendo do comportamento sexual da mulher, dependendo de como ela age, como ela vive, o que ela permite, ele vai classificando e vai direcionando ela pra esse caminho. Ou seja, como assim direcionando para caminho? Porque tem mulheres que o homem fala "**essa daí? namorar não né? Essa daí não vou namorar, só vou continuar furando**" [faz gesto com a mão que remete à relação sexual], os homens dizem: "Eu vou continuar só pegando ela, mas essa daí namorar não. **Agora aquela outra, aquela lá sim eu quero namorar**" (Stories postado pelo perfil Diego Muda Vidas, maio/2022).

Ao responder a pergunta da seguidora, Diego em seu perfil afirma categoricamente que existe sim uma separação entre "mulher para casar" e "mulher para transar", ele não precisa nem justificar a mesma, por causa dos mitos incorporados socialmente mencionados acima (Eva e Maria). Apesar de, dentre os perfis, ser o que fala mais abertamente sobre sexo com suas seguidoras, perpetua através de suas respostas essas imagens antigas com relação às mulheres e suas sexualidades. Durante toda a pesquisa, essa pergunta apareceu mais de uma vez para Diego em sua caixinha, e ele sempre respondeu, categoricamente, da mesma forma.

Já Ítalo, em seu perfil, constrói a ideia de uma mulher que ele denomina como "seca, morta", que para ele é uma mulher sem amor, que não conseguiu viver um relacionamento nomeado por ele como de "Alto Valor". Caracterizo essa ideia como um mito criado pelo perfil, mas que tem raízes na ideia de que uma mulher sem família, sem um relacionamento não tem serventia para a sociedade, ideia surgida com a Igreja e a Religião, com base nos objetivos de vida da mulher. Em uma de suas *lives*, ele fala sobre o que ele chama de "fraturas emocionais" e o quanto isso faz as mulheres não acreditarem mais no amor:

É claro que esse cara desistiu de você, porque **você está seca**, não tem mais nada a oferecer. Tá com a boca seca, você não bebe mais água. Você não sabe nem quem é você mais. Como você chegou a esse ponto? Tão forte. Tão cheia de vida. Uma mulher que acreditava no amor, que queria ter uma família, agora aceita até ser a outra, "ah ele me liga em cima da hora" vai. Tá tão difícil, como você chegou nesse ponto? Você não pode negociar com isso, você não pode aceitar isso. Você acha que o próximo vai dar bom pra essa mulher? Não, ela tá tão machucada, fraca, debilitada, que ela vai aceitar qualquer canalha, qualquer cafajeste. [...] **Aí você se vê com seus 30 anos, e a sua família, hein?** Cadê? Aí você se vê com 40 anos, "não é mais pra mim" **E quem vai ficar no hospital com você, se você precisar?** Aquele cara da balada? Que você tem que implorar pra ficar com você? Ele não vai ficar. [...] Você merece um homem de verdade, para de aceitar isso! Aí você se vê com 50 anos, hein? **Cê não fica mais nova esperando ele.** 60 anos, aí você vai ver, desiste do amor. **Desiste do amor** (*Live* realizada pelo perfil Ítalo Ventura, maio/2022).

Como já mencionado anteriormente, Ítalo é o que tem um discurso mais palatável, ele se coloca como preocupado com as mulheres, repete muitas vezes que elas merecem bons relacionamentos, não devem se contentar com "migalhas", porém, ao analisar mais profundamente podemos notar que por trás disso tudo, ainda há a ideia de que as mulheres precisam estar em um relacionamento, senão elas "secam e morrem". Chama a minha atenção o fato de que aquilo que ele fala, quando se ouve, é diferente de quando se lê o texto sem ter visto o vídeo, pois o tom suave com que ele fala, muda a percepção.

Cardoso Mundo é o único que coloca em sua bio que é cristão, portanto em seu discurso ideias bíblicas sobre a mulher ficam em evidência, e escancaram a perpetuação de

discursos hegemônicos utilizados para o controle do corpo das mulheres. Ao responder a pergunta de uma seguidora feita na caixinha de perguntas: "O que é uma mulher interessante na visão do homem?", ele diz:

A mulher feliz e leve! Aquela que tem uma vida própria e que sabe se divertir sozinha! Uma mulher com o **coração materno!** Como assim? A mulher doce com o coração generoso... **uma mulher ligada às sutilezas da terra!** Essa é a mulher que o homem quer se casar e viver com ela pra sempre (*Storie* postado no perfil Cardoso Mundo, maio/2022).

Os três respondem de maneiras diversas, usando palavras e abordagens muito diferentes, mas a ideia perpetuada por todas as respostas é de que existe um tipo de mulher para casar, e que se essas mulheres não se tornarem isso, ficarão sozinhas. Importante salientar que as seguidoras que os procuram querem, de fato, aprender isso, e suas dúvidas muitas vezes vão nesse sentido. No entanto, para responder, eles se baseiam em nada concreto, apenas visões patriarcais e hegemônicas do que é ser uma mulher.

Eles também possuem muita semelhança com a imprensa feminina no uso de estratégias para se dirigir às suas leitoras. A mídia impressa no Brasil instaura-se a partir da chegada da Família Real Portuguesa em 1808 (Luca, 2012) e serve como instrumento de disseminação das notícias que eram vistas como importantes nesse período histórico brasileiro, portanto, sempre articulada com os interesses e ideais vigentes da época, tendo também como uma de suas funções a manutenção da ordem hegemônica. No início do século XX, temos a ascensão da classe média no Brasil, ampliando para as mulheres pertencentes a essa classe o acesso à informação (Del Priore, 2013), para isso desenvolveu-se um tipo de mídia destinado especificamente para esse público, a chamada imprensa feminina.

À mulher era destinado o espaço privado, o lar, e para que isso continuasse acontecendo desenvolveu-se um tipo de mídia que tinha como principal objetivo continuar confinando as mulheres ao âmbito privado, ao mesmo tempo em que ajudava na construção de subjetividades femininas que fossem condizentes com o modelo universal de mulher (branca, heterossexual, cisgênera e de camadas médias) e com os comportamentos que eram esperados dessas.

Para ganhar seu espaço no dia-a-dia das mulheres, a imprensa feminina sempre adotou um tom coloquial na linguagem utilizada nas publicações, para com isso conferir um aspecto de proximidade e familiaridade entre as publicações e suas leitoras. Com isso, o lugar que esse tipo de imprensa ocupava nas vidas das mulheres sempre foi o lugar de amiga conselheira, alguém que conseguia compreender as angústias delas, tinha sensibilidade para tratar disso e sempre sabia exatamente o que falar nos momentos mais difíceis. Com tal apelo afetivo e

sentimental, a transmissão das informações é mais efetiva, e por virem normalmente acompanhadas de um ar de imposição, serviam como manuais a serem seguidos à risca. Essa maneira de se colocar no mercado independia do conteúdo que a mesma veiculava, e acompanhou as mudanças sociais que foram acontecendo no decorrer dos anos (Miguel, Toneli, 2008).

Essa característica é também presente na construção dos influenciadores digitais, esses para se tornarem referência em determinado assunto, adotam também um tom coloquial e de proximidade com seus seguidores, substituindo a exigência de uma formação específica para ditar normas e regras sobre determinado assunto. Karhawi (2016) discorre sobre a pessoalidade como uma característica marcante e necessária para os influenciadores, porque atualmente o meio digital está inundado de informações e opiniões sobre os mais variados assuntos, qualquer pessoa pode dar sua opinião publicamente, essa pessoalidade serve como um filtro nessa abundância comunicacional, porque a indicação de um "amigo" torna-se mais confiável.

Essa estratégia da pessoalidade é utilizada por todos os perfis analisados nesta pesquisa, porém de maneiras diferentes. Ítalo Ventura, por exemplo, chama suas seguidoras de MAVs (Mulher de Alto Valor), e cria através desse nome uma comunidade única e exclusiva, que tem uma grande proximidade com ele: "**MAVs relaxem**, relaxar é estar no feminino, relaxar é se abrir a algo inesperado e maravilhoso, e **ai as coisas acontecem** [termina a frase dando um sorriso e piscando com um olho]" (*Storie* postado pelo perfil Ítalo Ventura no mês de julho de 2022).

A criação da figura da MAV e do Homem de Alto Valor (HAV) é o que permite o perfil de Igor Ventura ter suas falas e conselhos legitimados pelas suas seguidoras, ao mesmo tempo que cria nelas uma sensação de pertencimento àquele universo criado por ele. Ítalo constrói a imagem de mulher que merece um relacionamento feliz, e vende como se tornar uma: seguindo suas dicas e participando do seu mundo. Importante nos atentarmos que Ítalo Ventura, faz o uso das palavras homem e mulher no singular, subentendendo uma universalização de ambas as figuras, excluindo a possibilidade de inclusão das mais variadas complexidades que podem existir quando se fala sobre homens e mulheres.

Cardoso Mundo, em uma *live* feita em junho de 2022, explica sobre polaridade feminina e masculina, e afirma que quando fala com as seguidoras utiliza uma polaridade "mais feminina", de acolhimento:

Quando eu to conversando com vocês, e eu quero ser uma pessoa assim que eu quero acolher vocês, porque às vezes você vem com um problema, então **o Cardoso ativa uma polaridade materna**. Por que? Porque a polaridade materna ela tá ali, ela ouve, ela fala de um jeito assim pra que vocês entenda,

um jeitinho mais assim, mais acolhedor, não te desafio, não brigo com você, nada disso, eu te acolho, só te abraço, por que? Porque **às vezes você precisa de mãe** [...] (*Live* feita pelo perfil Cardoso Mundo, junho/2022).

Além de se colocar como alguém da família de suas seguidoras (mãe acolhedora), para assim criar uma conexão com as mesmas, Cardoso Mundo também criou um termo para designar as mulheres que o seguem: As Leoas. Usa a todo momento para se referir a elas, e da mesma maneira que Ítalo faz, cria uma comunidade única, na qual as mulheres que fazem parte são as que conseguirão esse relacionamento saudável e feliz.

O perfil de Diego é o único que não nomeia as seguidoras, não utilizando-se de uma apelo sentimental tão grande quanto os outros perfis. Uma hipótese que pensei para esse fato é a de que Diego, originalmente, produzia conteúdos em uma outra plataforma digital (*Youtube*) para homens. Em sua pesquisa, Silva et al. (2022) analisaram o canal de Diego, então intitulado "Sétimo Amor", fundado em 2013 (antes da nomeação e existência da figura do influenciador digital no Instagram). De acordo com os pesquisadores, o canal tinha como objetivo possibilitar aos homens a chance de “desenvolver suas habilidades sociais, e se tornarem homens atraentes e entender como funciona a mente feminina e o que faz uma mulher se sentir atraída, conectada para criar vínculos e um relacionamento com ela” Silva et al, 2022).

Quando pensamos na produção de conteúdos para homens, talvez esses sigam uma lógica diferente daquele criado para as mulheres, mais direta, com menos proximidade, talvez por isso a linguagem de Diego seja diferente, o que é interessante pensar que pode afetar diretamente seus números no Instagram, que apesar de ser o mais antigo na plataforma, comparado com os outros dois perfis, é o que menos tem seguidoras.

Apesar de adotarem estratégias bem diferentes, todos os três perfis usam dessa personalidade e linguagem coloquial para passar seus conteúdos e conhecimentos. Ressalto que quando falamos de influenciadores digitais atualmente esse é um imperativo (Faria; Marinho, 2017), no entanto ao pensar sobre a história da imprensa feminina, essa já era uma estratégia necessária para aproximar a leitora do conteúdo das revistas. Por isso, abarcar a complexidade na construção dos conteúdos desses perfis foi um desafio, ao mesmo tempo em que usam tecnologias e estratégias contemporâneas, se valem de um jeito "tradicional" para conseguirem se manter como gurus de relacionamento para mulheres. São uma mistura da figura do influenciador digital, tão presente no dia-a-dia das pessoas atualmente, com as páginas de revistas femininas de "Cartas para leitoras", companheira das mulheres desde o início do século XX.

A proximidade e pessoalidade também se dão através da identificação das pessoas com essas figuras, por isso o público do influenciador em sua grande maioria é formado por pessoas que se identificam com eles, ou têm características em comum com o mesmo (Faria; Marinho, 2017). Nos perfis analisados aqui, encontramos homens que são seguidos por mulheres, quais são as identificações que acontecem entre público e influenciador nesse caso? O que confere a esses homens esse lugar de privilégio na vida dessas mulheres? O que elas identificam neles que chama a atenção na medida em que seguem os conselhos dados de alguém que desconhece a sua realidade material enquanto mulher em uma sociedade patriarcal e machista? Talvez encontremos algumas pistas no conceito de masculinidade hegemônica, e o lugar social que homens que performam a mesma têm.

4.3 "EU SOU 300% HÉTERO" - A IDEALIZAÇÃO DO MASCULINO

É histórica a centralidade da figura do homem branco, heterossexual, de classe média urbana e cristão, e é através dessa figura que as normas são estabelecidas, são as vontades e desejos desses homens que servem como referência ao que é socialmente instituído. Além de servirem como referência, por causa dos seus privilégios, esses homens conseguem falar por si, pelos e sobre os outros, e usam de sua estética, ética e ciência como padrão para representar as manifestações dos demais grupos (Louro, 2000). Porém há um padrão de homem que ocupa esse lugar central socialmente, e para entendê-los é importante discorrer sobre o conceito de masculinidade hegemônica.

A masculinidade hegemônica é um conjunto de práticas que possibilitou a dominação dos homens sobre as mulheres no decorrer da história. Representa a forma mais respeitada de ser homem, apesar de não ser adotada pela maioria, ela é a maneira normativa de exercer a masculinidade em uma sociedade patriarcal. Ela existe em circunstâncias e contextos específicos, portanto está sempre aberta a mudanças dependendo do paradigma que se encontra vigente na sociedade, no entanto, é uma forma de subalternizar outras masculinidades e as mulheres (Connel; Messerschmidt, 2013). A masculinidade hegemônica fala de um ideal de masculino, o qual "é traduzido nas categorias de: jovem, heterossexual, cisgênero, branco, forte, rico e viril." (Rodriguez, 2019, p. 277). Sei que a utilização do termo hegemônico sofreu duras críticas, no entanto, para fins deste trabalho, é necessário uma caracterização do que é essa masculinidade "normativa", pois é através dela que os homens analisados aqui se colocam em seus perfis, e utilizam dessa imagem para legitimar seus lugares de prescritores de modos de ser mulher para suas seguidoras.

Os homens dos perfis pesquisados utilizam das insígnias das masculinidades hegemônicas para desqualificar qualquer outra maneira de ser homem, e o fazem de uma forma explícita. Desqualificar qualquer outro homem e marcar a legitimidade da sua maneira de ser como a norma, oportuniza para eles a justificativa (velada) do motivo de suas seguidoras seguirem seus conselhos.

Diego Muda Vidas em seu perfil utiliza da insígnia de uma virilidade, marca dessa masculinidade hegemônica, e em certo momento ao postar um vídeo em seu perfil respondendo a dúvida de uma "inscrita", ele lê: "O cara que tem pinto pequeno tem dificuldades de transar com camisinha?" Mas, para esta pergunta especificamente, ele coloca outro homem para responder que, de forma enfática diz "Sim".

É interessante perceber que todos os outros vídeos são respondidos por ele, mas para essa pergunta em específico, ele faz uso da resposta de outra pessoa, sugerindo que ele não poderia falar por alguém com essa característica. Este *post* é acompanhado da seguinte legenda:

Mas fique relaxada, a média do brasileiro é entre 13 cm a 14 cm enquanto o tamanho considerado pequeno é de 7 cm pra baixo, neste caso transar com camisinha pode gerar dificuldade principalmente se o tamanho dela não for adequado, grande demais corre o risco de escapar dentro da mulher, pequena demais correndo o risco de prender a circulação sanguínea e causar problemas na ereção. Qual foi o menor que você já viu? (*Post* em vídeo publicado no perfil Diego Muda Vidas no mês de julho/2022).

Podemos inferir a partir disso que Diego quer deixar claro que não tem o "pinto pequeno", por isso não tem a expertise para responder a mesma, colocando outro homem que tem essa característica para fazê-lo. Dessa forma ele reafirma uma certa virilidade, o que corrobora seu status de expert em sexualidade (que para ele se circunscreve a maneiras de ter uma relação sexual) e centralidade da sua figura socialmente. Mostrar que tem um pênis, e um pênis que não é pequeno, marca uma certa dominância da sua masculinidade sobre outras e sobre as mulheres.

Já Cardoso Mundo, como já mencionado anteriormente, é o único que não aparece ao lado de uma mulher, o que faz sua sexualidade ser muito questionada pelas suas seguidoras. Depois de muitas perguntas sobre isso, Cardoso resolve respondê-las em forma de *stories* que viraram *post* em seu *feed* depois. Ele afirma:

Nota sobre a minha sexualidade: Sempre chega algumas perguntas aqui do tipo: Cardoso você é gay? Eu nunca havia respondido e decidi responder com outra pergunta. **O que te faz imaginar que eu seja gay?** (*Post* em carrossel de imagens publicado no perfil Cardoso Mundo, julho/2022).

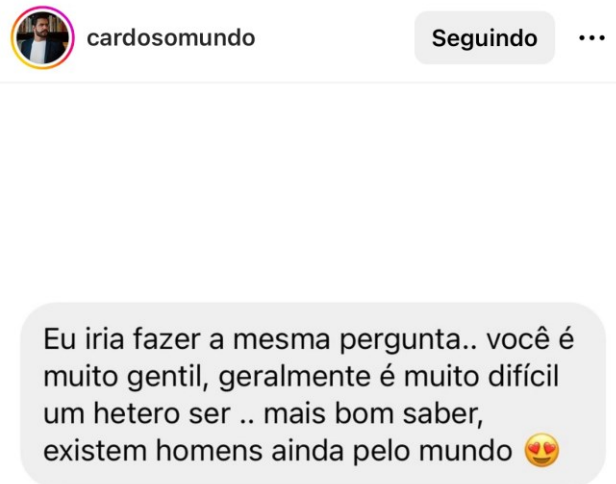
Em seguida, coloca as respostas de suas seguidoras (figura 4) e mentoradas (figura 5).

Figura 4 - Sequência de respostas das seguidoras de Cardoso Mundo, *post* de julho/2022

😂😂😂 mas eu acredito que muitas pensam isso pq tú é todo arrumadinho, mexe nesse seu cabelo o tempo todo, tem o jeito delicado sensível de falar com a gente aqui , geralmente as mulheres não se sentem tão entendidas pelos homens héteros por isso q toda mulher tem um amigo gay 😂 pq eles sim entende muito melhor 😂 e vc entende as mulheres aqui, acolhe muito bem então passa aquela coisa de ser um homem gay e pra mim se fosse também não mudaria em nada! Entende

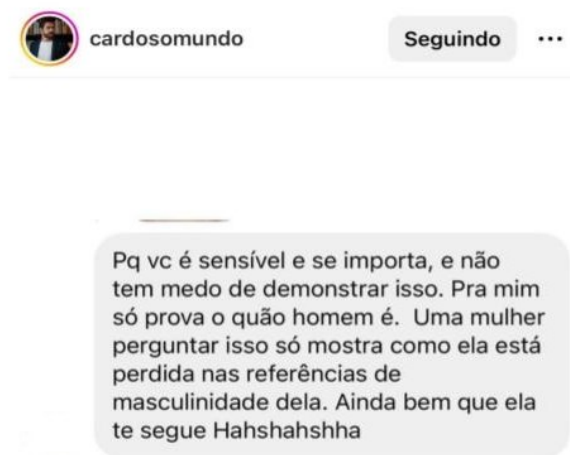


Porque nós mulheres não estamos acostumadas a ver um homem assim como você. Sobre sua aparência física primeiramente, você se cuida, é lindo, e você fala profundamente sobre as coisas, os homens que eu me envolvi nunca consegui ter um diálogo, agora



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Figura 5 - Resposta da mentorada de Cardoso Mundo, *post* de julho/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Então, ele responde à pergunta feita: **Eu sou 300% hétero** e sinceramente não faz diferença nenhuma mencionar isso aqui! Só mostra o quanto vocês realmente **precisam expandir as vossas referências de masculino!**[...] (*Post* publicado no perfil Cardoso Mundo no mês de julho/2022). Vários questionamentos podem ser feitos a partir desse único *post* (demonstrando assim a complexidade da análise desses dados): porque a curiosidade acerca da sexualidade dele?

De acordo com Shay de los Santos Rodriguez (2019), ser heterossexual é uma marca importante dessa masculinidade hegemônica. Diante disso, é possível conjecturar que a identificação com a heterossexualidade é parte fundamental na construção desses perfis, conferindo-lhes legitimidade para prescrever às seguidoras o melhor jeito de ser "a mulher que todo homem deseja". Por isso, ele responde afirmando ser muito mais do que somente hétero, ele é "300% hétero". Essa ideia de masculinidade construída, que pressupõe uma heterossexualidade a todos os homens, massifica, unifica e empobrece a experiência de ser mulher e homem heterossexual.

Alguns atributos são tidos como exclusivos da masculinidade hegemônica, são eles: proteção, dominação, força, segurança e controle (Rodriguez, 2019). Como já mencionado anteriormente, essa masculinidade também sofre modificações conforme o momento histórico que se vive (apesar de manter certas características como fundamentais). Atualmente, tem-se dado uma maior atenção a masculinidades subordinadas, ajudando a quebrar de certa maneira essa imagem de homem socialmente estabelecida. Masculinidades subordinadas são aquelas que não têm nenhum impacto na construção da ideia de uma masculinidade hegemônica (Connell; Messerschmidt, 2013). Com isso, uma certa sensibilidade e afetividade acabam sendo aceitas em alguns homens.

É isso que vemos no perfil de Ítalo Ventura: ele junta elementos constitutivos da masculinidade hegemônica, porém, traz essa afetividade e sensibilidade para seus conteúdos. Ao mesmo tempo que ele utiliza marcadores como o fato de ser provedor, de proteger (utilizando a figura da sua família para isso), também suaviza essa imagem de homem com um jeito mais "doce" de se expressar, o que não significa que suas palavras não sejam duras. O exemplo disso é que a primeira imagem que podemos ver em seu perfil - "fixada", para não sair dessa posição - é uma foto de sua família (figura 6). É também comum que a imagem de fundo da caixinha de perguntas seja uma foto de sua família ou dos seus filhos. Essa insígnia de homem de família, provedor e protetor é utilizada reiteradamente por ele.

Figura 6 - Foto postada pelo perfil Ítalo Ventura em maio/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Em um de seus *stories* postados no mês de junho de 2022, ele repostou uma foto - que já estava publicada em seu *feed* - com sua filha bebê no colo (figura 7). A rede social é para isso também, compartilhar momentos com sua família. Porém, temos aqui o perfil de um homem que se propõe a ensinar mulheres a conquistar um relacionamento de Alto Valor, portanto, a reafirmação desse lugar de "homem de família" - que vem agregada à ideia de homem protetor, provedor - tem sua função de reforçar o ideal de masculinidade hegemônica, como detentora de poder e centralidade social.

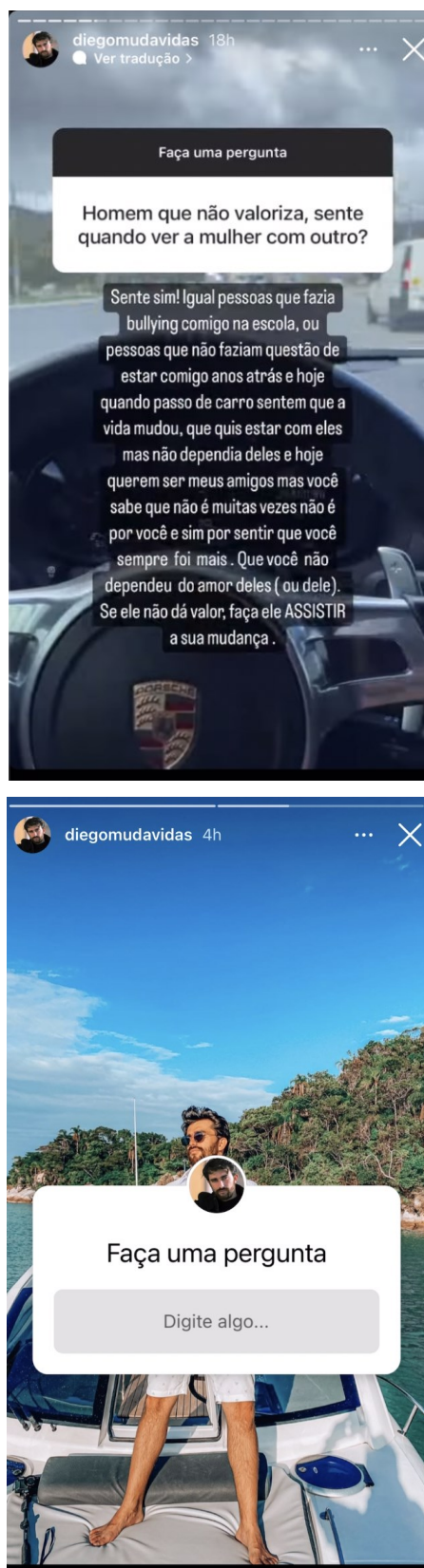
Figura 7 - *Story* postado pelo perfil Ítalo Ventura em junho/2022



**Eu e a Céu. Sensação indescritível
proteger ela nos meus braços**

Fonte: arquivo pessoal da autora.

Outra marca importante dessa masculinidade hegemônica é o fato de que o homem deve ser o provedor da família/relacionamento, outra ideia repetida com frequência nos perfis aqui analisados. Essa concepção de provimento vem sempre atrelada a ter muito dinheiro, o que eles fazem questão de demonstrar nas imagens postadas em seus perfis. Arilha et al (1998, *apud* Nascimento, 2014) discorrem que o modelo convencional de masculinidade está atrelado às características de força, virilidade, provimento, chefe de família, competição entre outras. Todos trazem essas características de maneira velada ou escancarada em seus perfis. Diego Muda Vidas comumente posta vídeos e fotos em carros potentes (figura 8), Cardoso Mundo costuma exaltar sua prosperidade econômica exibindo também carros e viagens que faz (figura 9), já Ítalo Ventura em seu perfil não utiliza dessa marca do dinheiro, porém se coloca como um homem provedor de sua família (visto que comenta que sua esposa trabalha junto com ele).

Figura 8 - Sequência de *stories* postados por Diego Muda Vidas em maio e junho/2022

Fonte: arquivo pessoal da autora.

Figura 9 - *Post* publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Ainda sobre essa questão do homem ter que ser provedor, no vídeo postado no mês de maio pelo perfil Diego Muda Vidas, ele explicita um motivo pelo qual a mulher não deve demonstrar que é “100% independente”:

[...] Nenhum homem se atrai por uma mulher 100% autossuficiente, se você faz isso, **tu tá removendo do homem a utilidade dele em um relacionamento.** Quando ele sente que não é útil, ele perde o tesão da relação, um homem que te protege e fornece a você o necessário, é um homem profundamente atraído por ti. Pra ele se sentir atraído ele tem que sentir que ele fornece o necessário pra você. **Quando o homem vai no restaurante, é importante que ele pague a conta, pra ele se sentir realmente útil, ele sentir que ele é bom provedor,** é a energia masculina fluindo nele, entendeu? (Vídeo postado no perfil Diego Muda Vida no mês de maio/2022).

Então, além de carregarem consigo essas marcas da masculinidade hegemônica, em muitos momentos, os perfis também a reforçam através dos conselhos dados para suas seguidoras. Robert Connel e James Messerschmitt (2013) enfatizam que a existência de uma ideia de masculinidade hegemônica pressupõe a de uma feminilidade subordinada à mesma. Portanto, os homens dos perfis pesquisados precisam mostrar e marcar essas características em

si mesmos, para justificar a sua presença como conselheiros para suas seguidoras e, também, para fomentar a construção da ideia de mulher que eles fazem através do que falam.

5 DETERMINISMO BIOLÓGICO

Academicamente, já se avançou em relação à noção determinista do biológico e, por isso, a maioria das discussões propostas nas ciências sociais são diferentes disso. Porém, ao entrar em contato com os materiais analisados na presente pesquisa, deparei-me com argumentos que utilizam dessa visão para explicar as diferenças entre homens e mulheres. Apesar de ser mesclada com conceitos que foram desenvolvidos posteriormente, há de uma forma bastante marcante essa ideia de que as diferenças entre as vivências de homens e de mulheres podem ser fundamentadas na biologia.

Para fins deste trabalho, existem dois conceitos de determinismo biológico que são importantes de serem apresentados. O primeiro diz respeito a "quando um fenômeno específico é considerado inteiramente como consequência de fatores biológicos" (Nicholson, 2000, p. 23). Já o segundo refere-se a um "pressuposto de que a natureza é algo dado e comum a todas as culturas e isso é sempre usado para dar credibilidade à generalidade da proposição específica" (Nicholson, 2000, p. 29).

Apresento essas duas formas de conceituar o determinismo biológico porque, nos materiais analisados, o argumento da biologia é utilizado de duas maneiras distintas. Por vezes, referem-se à existência de uma "essência" masculina e feminina, que serviria de base para a explicação dos comportamentos de homens e mulheres. Em outros momentos, fazem uso de metáforas com o reino animal, para explicar comportamentos humanos, como se fosse possível um "copia e cola" de comportamentos animais para comportamentos de indivíduos - excluindo em ambos os cenários a questão social que compõe um entendimento complexo sobre a vida humana.

A construção desse pressuposto é algo histórico, permeado por muitas mudanças. Porém, com a ideia de que o biológico é a explicação mais lógica e racional sobre porque homens e mulheres se comportam de maneiras diferentes, coloca-se a natureza como sendo feminina e, portanto, passível de ser dominada, controlada, enquanto a racionalidade e a construção de um pensamento científico, como próprio do masculino. Ou seja, o masculino como possibilidade de controlar o feminino que, por muito tempo, foi visto como algo ruim e, por isso, necessário de ser controlado (Schmidt, 2012).

5.1 O DETERMINISMO BIOLÓGICO AO LONGO DA HISTÓRIA

As diferenças existentes entre homens e mulheres sempre foram percebidas, porém, antes do século XVIII, elas eram explicadas através de argumentos de causalidade natural. Nessa época, predominava a ideia de um modelo de sexo único (Laqueur, 2001), o masculino, onde as diferenças percebidas entre homens e mulheres eram pouco explicadas em termos corporais e biológicos, mas eram entendidas como expressão de princípios mágicos, que faziam uma divisão dos seres em masculino e feminino.

No século XVIII, temos o advento do Iluminismo, corrente surgida na Europa, que disseminou a centralidade da razão e do conhecimento em detrimento do pensamento mágico e religioso, até então com muito poder. Com o iluminismo, inaugurou-se a possibilidade de uma explicação científica para fenômenos que, até então, eram misteriosos. É nesse período que entrou em voga o modelo dos dois sexos (Laqueur, 2001), que dizia respeito a uma explicação do corpo da mulher como sendo o oposto do corpo do homem (Laqueur, 2001; Martins, 2004).

A centralidade da razão acontece por meio do fortalecimento da ciência, que é representada pelos estudos de medicina que começam a ganhar visibilidade e notoriedade, os quais tinham como objetivo demarcar espaços políticos já conhecidos de gênero, atrelando-os a uma forma de conhecimento humano mais elevada. A construção do discurso científico foi feita com base nas diferenças sexuais entre homens e mulheres, com o intuito de demarcar corpos que eram vistos como espaços políticos de controle (Martins, 2004). Nessa época, recorria-se à ciência para reafirmar discursos que já estavam presentes e que sugeriam uma inferioridade da mulher perante o homem.

As descobertas feitas eram utilizadas para fomentar os discursos já existentes acerca das mulheres, e a medicina com seu lugar de privilégio dentro da comunidade científica para o estudos dos corpos começou a incluir os médicos nos círculos de conversa para além da saúde e doença. Também eram vistos como conhecedores da arte de bem viver, que podiam ditar para as pessoas o que se podia ou não fazer. Esses profissionais afirmavam que através de seus estudos conseguiram comprovar a fragilidade e a impressionabilidade das mulheres, justificando dessa maneira uma série de regulações para com esse corpo, sob o fundamento de que, se isso não fosse feito, era mais fácil para essas pessoas a desvirtuação. Então, passaram a se denominar "especialistas da mulher" (Martins, 2004). Não posso deixar de abrir um parênteses para marcar que essa denominação é a utilizada pelos homens que são o foco de análise da presente pesquisa.

Rita Schmidt (2012) refere-se ao impacto do Iluminismo na construção da modernidade de forma intensa:

Tanto no plano das ideias quanto no campo político e social, se baseia em uma epistemologia radicalmente masculinista, com consequências dramáticas para o estatuto das mulheres e para as formas pelas quais seus corpos foram e ainda são, em larga medida, construídos nos discursos patriarcais (Schmidt, 2012, p.4).

Aqui vale mencionar o conceito de biopoder de Foucault, o qual se refere a uma técnica de poder utilizada pelo Estado para criar uma maneira de viver na população, que produzia corpos economicamente ativos e politicamente dóceis (Bertolini, 2018). Partindo dessa ideia, consegue-se entender quais eram os objetivos da ciência do século XIX, mais especificamente, ao realizar seus estudos e fabricar manuais sobre qual seria a melhor maneira para viver. Isso clarifica porquê a medicina durante esse período se empenhou em desenvolver estudos que justificavam a ideia de uma natureza maternal na mulher, colocando aquelas que não se encaixavam nessa ideia em um âmbito de doença, o que tornava perigoso virar as costas pra tal "vocação" feminina (Martins, 2004).

Como a construção do pensamento científico e das explicações para eventos antes inexplicáveis se fortaleceu, principalmente através dos estudos de anatomia, para o entendimento do desenvolvimento biológico, do corpo e suas características, houve uma descontextualização dessas diferenças, e as teorias biológicas nasceram da observação isolada de características humana. Houve um reducionismo do ser humano a um amontoado de características biológicas. Essas características foram usadas para explicar as diferenças observadas entre homens e mulheres e, conseqüentemente, isso era suficiente para o entendimento da organização social humana em formas hierárquicas e de poder (Andrade, 2011).

É importante ressaltar que há uma diferença entre um reducionismo e um determinismo biológico: o primeiro deriva do segundo. Porém o segundo é uma explicação possível para os fenômenos humanos observáveis, não havendo uma exclusão da complexidade inerente aos fenômenos sociais. Porém, o que ocorre em muitos casos, e o que os homens foco da presente pesquisa fazem quando utilizam do determinismo como argumento para seus conselhos, é a redução dos comportamentos humanos a puramente biológicos.

No século XX, há um fortalecimento dessas ideias que, por sua vez, impulsionam o nascimento de ideologias eugenistas (entre elas o nazismo), que tinham como espinha dorsal a tentativa de exterminar do mundo pessoas com características físicas/biológicas que, de acordo com essas teorias, indicavam a probabilidade de maior ocorrência de condutas inadequadas. Após o final da Segunda Guerra Mundial, a utilização de explicações biológicas para fenômenos sociais começou a ser vista com maus olhos. Por isso, houve uma redução de teorias

nesse âmbito. No entanto, a ideia se manteve no pensamento científico contemporâneo, mas sendo utilizada com outras roupagens: a existência de essências masculina e feminina, um determinismo hormonal, determinismo genético, entre outros (Andrade, 2011).

Em um de seus stories, Ítalo Ventura discorre sobre a importância da realização de exercícios físicos em casal, para um fortalecimento da relação, e o faz utilizando um argumento determinista hormonal:

[...] Quando faço atividade física, é difícil você vê alguém ter se arrependido de ter malhado, é difícil ir malhar, né? Putz, como é difícil, mas depois de malhar eu nunca vi alguém que se arrependeu de ter malhado, porque a gente inunda o nosso corpo de hormônios do bem: endorfina, por exemplo. E se eu faço essas atividades físicas, esse é o pulo, com uma pessoa do lado, **essa sensação de bem-estar é associada a essa pessoa que está do meu lado [...]** **Automaticamente você se torna uma fonte de prazer pra outra pessoa, porque essas atividades física geram prazer**, então isso fortalece como um casal, isso gera uma sensação boa, **você se torna uma fonte de prazer**, você se torna mais autoconfiante porque você está fazendo uma atividade física, só tem a ganhar (*Stories* postados no perfil Ítalo Ventura, junho/2022).

Como podemos analisar, para o argumento, utiliza-se de uma estratégia presente em teorias deterministas biológicas, quando reduz o resultado positivo de um encontro amoroso a uma grande produção de hormônios do prazer. Nessa fala, há a exclusão completa de qualquer complexidade característica de encontros entre indivíduos e esse argumento faz parte de um conselho que ele dá para as suas seguidoras. De maneira semelhante, Diego Muda Vidas utiliza do mesmo argumento, ao aconselhar uma seguidora que pergunta o que fazer para ficar bem depois do término de um relacionamento. Ele começa declarando que ficar triste faz parte do processo de "luto" pelo término, mas "vai passar". Logo em seguida, porém, fala:

Vá praticar coisas que **te liberam endorfina, dopamina, porque isso anestesia e te deixa um pouco mais feliz**, sabe? A dopamina junto com a endorfina, outros hormônios de felicidade te deixam mais feliz, agora se você não pratica isso, o teu cérebro não se inunda com esses hormônios e isso faz com que você se sinta mais triste, entendeu? **O que faz tu ficar feliz com aquele cara é a liberação desse hormônio**, então quando você libera esse hormônio quando você tá com a pessoa, ocitocina por exemplo, a dopamina, a serotonina, isso tudo te deixa mais feliz. **Então esse vício na felicidade de estar com essa pessoa, te faz querer sempre estar com ela, entendeu?** (*Stories* postados no perfil Diego Muda Vidas, junho/2022).

Apesar desses argumentos em específico não estarem diretamente relacionados com a construção de ser homem e ser mulher, exemplifica-nos como são empobrecidos os argumentos dados por eles para responder suas seguidoras. Assim, acredito que a utilização de explicações biológicas com a citação de hormônios e mecanismos "endocrinológicos" é uma estratégia utilizada para aumentar a percepção das seguidoras de uma expertise - que eles não têm - no assunto.

Outro argumento bastante utilizado por eles é o da evolução das espécies, que deriva de uma corrente de pensamento surgida entre os anos 1960 e 1970 chamada sociobiologia, que tentou explicar o comportamento social através da teoria da evolução. Para essa corrente, aspectos de uma ordem individual teriam surgido através de um processo de seleção natural idêntico ao processo de evolução do cérebro humano (Andrade, 2011). Cardoso Mundo utiliza explicações fomentadas nessa ideia da sociobiologia para dar respostas às suas seguidoras. Uma seguidora pergunta para ele: "Porque homem olha pra b*nda de outras mulheres?". Ele responde:

É involuntário, existe uma espécie de imã que acaba atraindo.. esse homem não pode ser julgado e sim acolhido (emojis de carinho rindo) [...] Agora falando sério, **existe um impulso no homem pela multiplicação da espécie...** Inconscientemente todo homem quer ter muitos filhos! **Se você voltar um pouco no passado vai confirmar isso.** Um homem tinha várias mulheres e a mais "valiosa" era aquela que dava mais filhos a ele.. louco né? **Bumbum grande e quadris largos transmitem a sensação de fertilidade e reprodução.** Isso atrai! (*Stories* postados no perfil Cardoso Mundo, maio/2022).

Continuando na argumentação baseada nessa corrente de pensamento, Diego Muda Vidas em muitos momentos também a utiliza. Por exemplo, uma seguidora pergunta: "Homem curti[sic] sexo de manhã?". Em resposta, ele diz:

Os níveis de testosterona do homem estão mais elevados pela manhã, porque? Porque **na época das cavernas o homem** tinha testosterona com níveis elevados, porque ele **precisava da energia e vigor pra (sic) caçar pela manhã,** entendeu? Então **ele já levanta com a testosterona lá no alto.** E o que acontece? **Por isso que o homem levanta de pau duro de manhã, então o homem tem mais testosterona, tem mais vontade pela manhã.** Alguns homens são mais preguiçosos, mas a grande maioria tem muita vontade de transar pela manhã. Muita vontade, só precisa, também, saber se a mulher no qual ele amanheceu do lado, sabe fazer um bom sexo pela manhã, porque se for mais ou menos, o cara já vai desanimando, então o bom sexo da manhã pro homem é ótimo, homens gostam de fazer sexo de manhã sim [...] (*Stories* postados no perfil Diego Muda Vidas, junho/2022).

Diego Muda Vidas faz a mistura de dois tipos de determinismo, um hormonal e outro derivado da sociobiologia. Ele traz diversas fontes de informação em suas respostas, na tentativa de dar alguma credibilidade ao que ele está falando. Mas isso é feito de uma maneira rasa, além de misturar "argumentos científicos" epistemologicamente diferentes, desinformando suas seguidoras sobre o assunto, não que ele esteja preocupado com isso.

Essa construção faz parte do chamado "ecossistema de desinformação" (Wardle, 2017). Esse sistema surge a partir das diferentes formas existentes de passar informações falsas ("desordem da informação", "informações falsas", "má informação" e "desinformação"). As duas primeiras dizem respeito a formas de desinformar onde não há intencionalidade de dano a

terceiros, sendo que, muitas vezes, a pessoa acredita na veracidade daquilo que está sendo passado. Já nas duas últimas, há a intenção de causar algum dano.

Diego Muda Vidas utiliza da primeira forma para construir seu argumento. Interessante ressaltar que as duas primeiras formas acabaram se tornando uma maneira de produzir conteúdo nas redes sociais, tão naturalizadas nesses espaços, que passam despercebidas como maneiras de disseminar informações incorretas (Arndt et al., 2021).

Ítalo Ventura também utiliza dessa maneira de construção para expor seus pensamentos. Acompanhando suas postagens, era possível perceber que muitas vezes ele começava um determinado assunto e não terminava seu raciocínio. Isso pode evidenciar que eles não estão construindo um conhecimento sobre os temas que se propõem a falar: eles pegam dados concretos, de diferentes fontes, algumas sem nenhuma correlação com a outra e fazem associações vazias. Porém, a escolha de argumentos que têm suas bases em alguma forma de ciência parece dar alguma legitimidade ao que eles estão falando.

O determinismo biológico já foi utilizado para fomentar práticas segregadoras e de extermínio de populações inteiras, também é a base da construção do racismo científico que teve muita repercussão no início do século XX. Por isso, a utilização de argumentos que tenham como base esse reducionismo é preocupante. Sandra Caponi (2007) discorre sobre isso, argumentando que tal pensamento acaba refletindo em comportamentos preconceituosos, que atuam na estigmatização e segregação de determinados grupos sociais, as mulheres incluídas. Por isso, a seguir, irei desmembrar os argumentos que têm como base esse pensamento e que são utilizados pelos homens foco da presente pesquisa.

5.2 "PARA VOCÊ SEDUZIR, VOCÊ PRECISA ESTAR NA SUA ENERGIA NATIVA, QUE É FEMININA" - ESSENCIALISMO COMO FONTE DE EXPLICAÇÃO

Um dos argumentos deterministas biológicos utilizados é a existência de supostas essências masculina e feminina. Como já mencionado anteriormente, a questão das diferenças existentes entre homens e mulheres começou a ser discutida após a expansão do Iluminismo, sendo que, desses debates, surgiram algumas correntes de pensamentos interpretativos, entre elas os chamados "extremos essencialistas (biólogos psicólogos)" (Yannoulas, 1994, p. 7). Estes acreditavam na existência de uma natureza feminina, aprisionando formas de ser mulher a moldes estruturados (Yannoulas, 1994). Mas o que seria essa essência masculina e feminina? De que características seriam formados?

Em primeiro lugar, a ideia dessa essência é de uma complementaridade: a masculina como forte, provedora, protetora, viril (características muito parecidas com as da masculinidade hegemônica, mencionada anteriormente) e a feminina ligada a uma doçura, leveza, passividade, submissão (Del Priore, 2013). Há uma ideia de que, naturalmente, de maneira inata, mulheres e homens terão essas características específicas. É claro que, com o avanço de discussões feministas, há pouco espaço para a ideia de que seja apenas isso. Por isso, alguns dos homens aqui pesquisados falam sobre a existência dessas duas essências em ambos, porém, na mulher deve ter o predomínio da essência feminina, e no homem da masculina.

Em um *post* de vídeo no seu perfil, Cardoso Mundo responde a uma seguidora que pergunta: "Dividir as despesas de casa meio a meio é errado? Deixo de ser feminina?". Ele diz:

Dividir as despesas de casa meio a meio é ridículo. Isso é ridículo, tá? Porque? O que que o casal tem que fazer? O casal casado. Primeira coisa **tem que existir do homem essa vontade de prover, a provisão**, eu cuido disso aqui, isso tem que existir nele. Segunda coisa é que o dinheiro que o casal ganha é do casal, então vocês ainda estão separados pelo dinheiro (*Post* do perfil Cardoso Mundo, junho/2022).

O vídeo é acompanhado de uma legenda que informa:

A carga maior externa TEM que ficar com o marido, afinal a carga maior interna sempre fica com a mulher! Se ele não assumir o papel de provedor, ele NUNCA vai ter força para ganhar mais! Percebam a diferença do corpo do homem e da mulher. **Os homens são mais duros**, mais tensos e rígidos... **o nosso corpo foi feito para suportar grandes cargas externas**, o de vocês não! O homem é mais forte quando tensionado! Quando o homem assume este fardo é bom para **a mulher que pode relaxar um pouco e ser mais feminina** e bom pro homem, que potencializa no masculino e consegue ganhar ainda mais dinheiro! Quando isso não acontece, temos **mulheres masculinas, duronas e cansadas, assumindo o papel do homem** e ao mesmo tempo, homens bananas, fracos e preguiçosos! Em um casamento o dinheiro é do casal, mas para que o homem se sinta mais forte e a mulher mais segura ele TEM QUE levar mais dinheiro pra dentro de casa! (*Post* do perfil Cardoso Mundo, junho/2022).

Tais argumentos apresentados por ele são muito parecidos com aqueles utilizados para explicar as diferenças entre homens e mulheres, antes do século XVIII. Segundo Laqueur (2001), Aristóteles argumentava a mesma coisa. Para ele, o que poderíamos pensar como construções sociais eram fatos indubitáveis, verdades "naturais" como, por exemplo, os homens serem ativos e as mulheres passivas. Antes do advento do Iluminismo, da ciência, quando os argumentos eram baseados em vontades divinas e isso bastava: é a essa época que as falas de Cardoso Mundo remetem.

Acho importante ressaltar que ele é o único que abertamente fala sobre religião e se diz cristão. Talvez, a utilização dessa insígnia de forma tão marcada seja uma estratégia para

atrair seguidoras que ainda se identificam com esse tipo de argumento. Cardoso tem razão quando fala que a carga do trabalho interno (doméstico) fica para a mulher. Marcelo Medeiros e Luana Pinheiro (2018) fizeram uma pesquisa sobre a diferença de gênero existente entre horas trabalhadas pagas e não pagas (trabalhos domésticos). Os autores encontraram o dado de que 83% do trabalho não pago (trabalho doméstico) fica a cargo das mulheres, mostrando que, apesar da saída das mulheres para o mercado de trabalho, essas ainda são mais responsabilizadas pelos cuidados da casa (Medeiros; Pinheiro, 2018). Ainda, os autores ressaltam que, embora haja uma maior participação dos homens em trabalhos domésticos, esses ainda ficam com as tarefas de menor duração (Medeiros; Pinheiro, 2018).

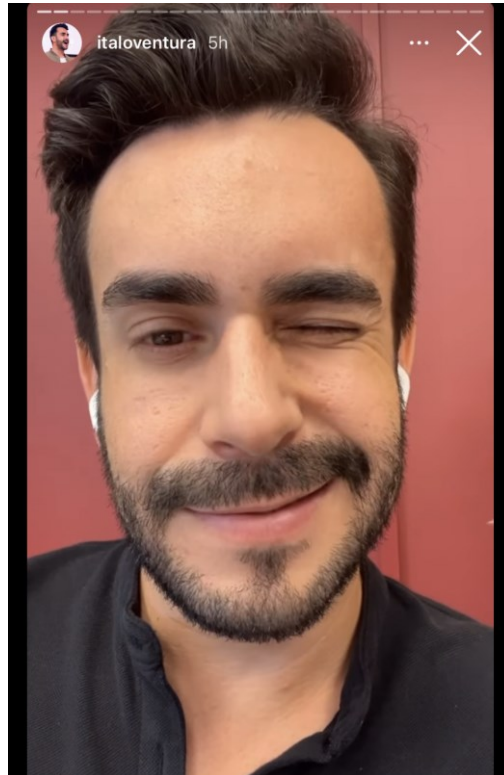
Assim, essa fala de Cardoso Mundo pode gerar até uma certa identificação das mulheres, como se ele entendesse a realidade delas. No entanto, a solução dada por ele mantém as mulheres em um lugar de submissão financeira, pois, já houve um tempo em que o trabalho doméstico (que não possuía esse nome) tinha valor. No entanto, com a criação da propriedade privada, esse trabalho desapareceu e o que passou a ter valor era o do homem que era classificado como produtivo em uma sociedade capitalista. Com isso, nasce a família patriarcal e a mulher passa a ser oprimida. Portanto, nesses moldes patriarcais, dificilmente a mulher conseguirá sair desse lugar de opressão (Beauvoir, 2017).

Ítalo Ventura, por sua vez, utiliza em seu perfil uma ideia que parece derivar desse argumento essencialista. Ítalo fala sobre energia feminina, que, em um primeiro momento, parece uma ideia menos rígida, quando comparada às falas de Cardoso Mundo, mas que também perpetua essa ideia de dualidade complementar. Em um de seus *stories*, ele fala sobre um dos maiores vilões de relacionamento:

Vou falar dois aqui nesses *stories*, tá? O primeiro é o seu baixo merecimento, é acreditar que você não merece viver um relacionamento de alto valor, é acreditar que você não é boa o bastante, você já ouviu falar sobre isso, né? Mas o segundo maior vilão é a expectativa, né? Você conhecer um cara e já ter a expectativa de que ele vai ser o seu grande amor, ou você ter uma expectativa que ele vai te ligar, e que vocês vão ter mais um encontro, mais outro encontro, e ter uma expectativa que vai ser maravilhoso [...] A expectativa ela gera apego, apego a um só caminho. Só que o mundo, ele é potencial puro, ele é infinito. Então isso é uma lei espiritual, não crie expectativa. Existem quatro pilares que sustentam um relacionamento: jogo mental; é o mundo psicológico, as armas psicológicas para criar conexão, é um mundo espiritual e a sexualidade. Mas eu vou falar do mundo espiritual, existe uma lei espiritual que é a lei do desapego, desapego não é desleixo, desapego é 'eu vou lá e vou me abrir as infinitas possibilidades que tem, pode ser que dê certo, pode ser que não dê certo, pode ser que eu vá pra cá ou vá pra lá, eu sei o que eu quero, mas eu estou aberta, eu não criei expectativa' e como diz um dos maiores gurus de sedução: 'Espere tudo e tudo será nada, espere nada e nada será tudo'. **MAVs, relaxem [fala isso enquanto expira profundamente], relaxar é estar no feminino, relaxar é se abrir ao**

inesperado, maravilhoso, e as coisas acontecem [dá uma piscada com um dos olhos para a câmera - figura 10] (*Stories* postados no perfil Ítalo Ventura, julho/2022).

Figura 10 - *Story* publicado no perfil Ítalo Ventura em julho/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Essa ideia de atrelar a feminilidade a uma leveza é algo recorrente quando há uma tentativa de reafirmar formas de ser homem e ser mulher socialmente aceitas. Em pesquisa feita sobre as publicidades de marcas de absorventes, Arndt et al. (2018) discorrem sobre a maneira como as mulheres são representadas nessas propagandas. Nelas, há sempre a tentativa de associar essa mulher a uma delicadeza, leveza: mesmo passando por seu período menstrual, não há espaço para rigidez, incômodo e insatisfação. Assim, a associação de um essência feminina a uma delicadeza e fragilidade acaba por reforçar a ideia de que mulheres são mais frágeis e precisam ser cuidadas. Nos conteúdos aqui pesquisados, essas características são indispensáveis para as mulheres que querem conquistar um "homem de alto valor".

Diego Muda Vidas não costuma falar muito sobre uma “natureza feminina”, mas enfoca seus argumentos sobre os comportamentos dos homens utilizando dessa explicação essencialista. De acordo com Silva et al. (2022), Diego Muda Vidas começou a sua jornada na internet com um canal no youtube que tinha como objetivo ensinar aos homens como funciona

a mente feminina para, assim, conseguir conquistar mulheres com mais facilidade. Por isso, talvez, o enfoque de Diego esteja direcionado para comportamentos dos homens e não para o das mulheres: ele simplesmente pegou um conhecimento que já desenvolvia na internet e ampliou seu nicho de seguidores.

Os argumentos utilizados por eles são todos muito parecidos, dando a sensação de um conteúdo raso, que carrega essa ideia determinista e reducionista sobre a experiência de ser homem em sociedade e acaba por perpetuar preconceitos e estigmas, além de fazer a manutenção dos lugares de poder social e historicamente construídos. Uma seguidora pergunta "Porque mesmo tendo alguém o homem procura outras?", ao que ele responde: Homem tem testosterona, ele é visual, né? **Ele tem o instinto procriador**, ele vai atrás de outro sexo. Ele quer isso, **é a natureza masculina**. Não que ele tenha que fazer isso, mas **é a natureza masculina**, mas tem outra explicação também [...] (*Stories* postado no perfil Diego Muda Vidas, junho/2022).

Quando se fala em uma essência feminina, é importante ressaltar uma das principais características relegadas a ela, a do cuidado maternal, o - não tão fora de uso - "instinto materno". Ainda nos anos 1980, Badinter (1985) tentou desmistificar essa retórica de que as mulheres instintivamente queriam ser mães e sabiam cuidar de seus filhos. Ela desconstruiu os argumentos e, no prefácio de sua segunda edição, diz-se surpreendida com a repercussão do tema, mas também consegue entender, visto que esse é um tema muito caro à sociedade. Há no inconsciente coletivo, principalmente das sociedades atravessadas pelo pensamento cristão, uma ideia de mãe associada à imagem de Maria, uma mãe totalmente devota a seu filho e com um amor incondicional. É inquestionável, principalmente para aqueles que escolhem utilizar-se de um reducionismo biológico, ou até, de explicações divinas, o papel natural materno das mulheres. O perfil de Cardoso Mundo, que se apresenta como "cristão sem religião", fala sobre isso de uma maneira muito apaixonada e coloca como uma de suas missões resgatar essa "essência feminina" em suas seguidoras.

Cardoso Mundo posta um *stories* afirmando estar em choque com o que acabou de ver, e em seguida posta o print de uma reportagem que diz: "A atriz que se arrepende de ser mãe e divide suas razões para que outras possam se identificar". O print tem a foto cortada da atriz em questão, do nariz para baixo. Então, ele comenta o que podemos ler na figura 11. Na sequência (figuras 11 e 12), Cardoso mundo posta prints de comentários da reportagem em questão, comentando por cima do que as mulheres escreveram.

Figura 11 - Sequência de *stories* publicados no perfil Cardoso Mundo em maio/2022



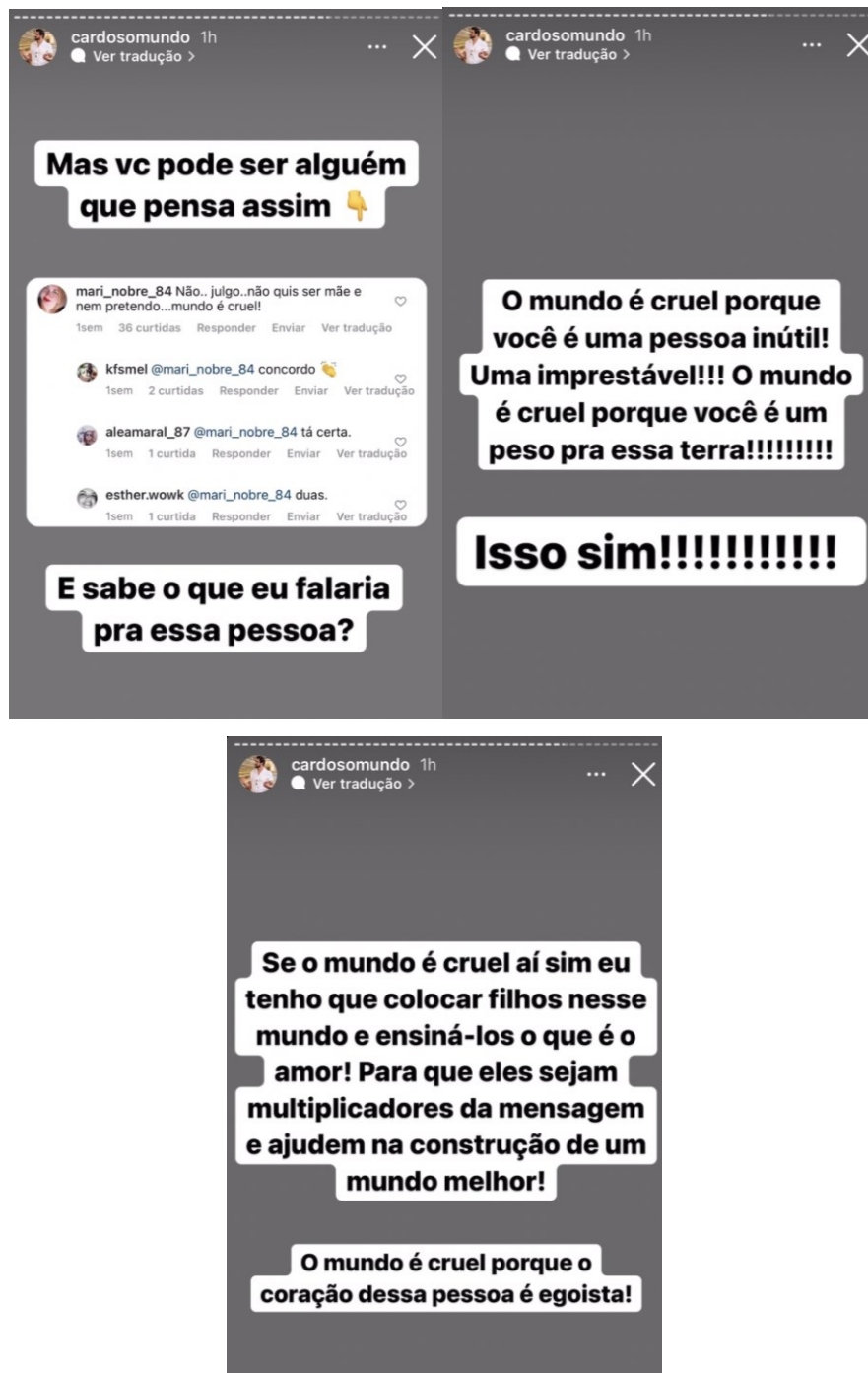
Fonte: acervo pessoal da pesquisadora.

Em *stories* com fundo vermelho, por escrito, ele continua:

Você percebe o movimento agora? **Eles querem arrancar as bênçãos de Deus da sua vida!** Como assim as bênçãos? [no *storie* seguinte, ele continua:] 'Assim Deus criou os seres humanos; ele criou parecido com Deus. Ele os criou homem e mulher e os abençoou dizendo: - Tenham muitos e muitos filhos; espalhem-se por toda a terra e a dominem. E tenham poder sobre os peixes do mar, sobre as aves que voam no ar e sobre os animais que se arrastam pelo chão.' Os abençoou dizendo! A bênção está condicionada a frutificar vidas na terra! Deus abençoa e multiplica! Uma vida abençoada por Deus é uma vida de multiplicação (*Stories* postado no perfil Cardoso Mundo, maio/2022).

Na sequência, posta alguns comentários de mulheres que se identificam com a atriz mencionada na reportagem e que, assim, dizem não ter o desejo de serem mães e acrescenta comentários às respostas das seguidoras (figura 12).

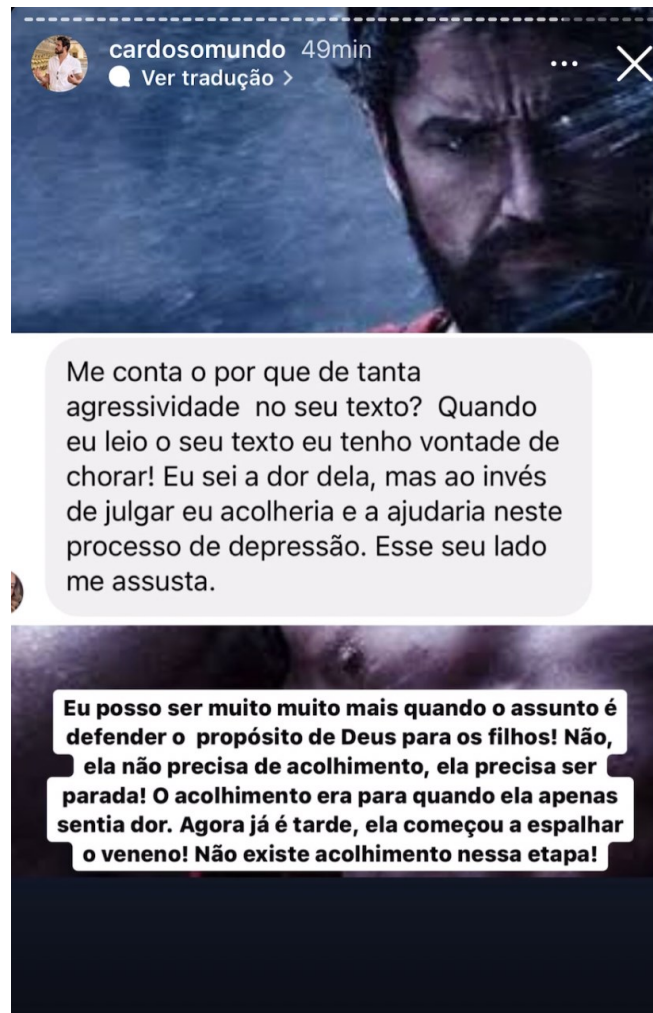
Figura 12 - Sequência de *stories* do perfil Cardoso Mundo de maio/2022



Fonte: acervo pessoal da pesquisadora.

Cardoso Mundo posta em seu *story*, então, a resposta de uma de suas seguidoras, que o questiona sobre a necessidade de tanta agressividade. Ela diz a ele que tem vontade de chorar lendo o seu texto, porque conhece a dor daquela mulher. A sua resposta à seguidora pode ser lida na figura 13.

Figura 13 - *Story* publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022



Fonte: acervo pessoal da pesquisadora.

Ele abre uma caixinha de perguntas, onde pede às mães seguidoras que digam “porquê fariam tudo de novo!” e, então, segue postando as respostas que recebe. Uma delas diz que teria filhos em uma época onde tivesse mais estabilidade em todos os sentidos. Cardoso Mundo coloca um texto em cima dessa resposta escrito "Vocês querem tanto isso" e, embaixo, a resposta de uma seguidora que diz ter 43 anos, sem filhos e doida para ser mãe. Em cima dessa resposta escreve "Que às vezes acontece isso".

Em alguns momentos, escolhi utilizar a imagem do *storie* postado no lugar de transcrevê-la, porque os elementos gráficos utilizados para compor a mensagem passada também trazem algo a ser refletido e causam um impacto diferente, conforme já citado no primeiro capítulo dessa dissertação, "além do mais, artes visuais são 'sistemas de signos', formados por convenções que os quadros, fotografias, objetos escultóricos, monumentos

arquitetônicos carregam como formas de 'textualidade' e de 'discurso'" (Schwarcz, 2014, p. 396). Por exemplo, ainda na figura 12, Cardoso utiliza a foto de um personagem do filme "300"¹⁴, que conta a história de soldados espartanos que lutaram em número muito menor contra o numeroso exército do rei Xerxes. Não é à toa a escolha desse personagem específico, um guerreiro, que sacrifica a própria vida para defender o que acredita. Ele se coloca como esse personagem ao falar até onde iria para defender "o propósito de Deus para os filhos!".

Foi a única vez durante a pesquisa que presenciei um dos pesquisados se alterar tanto ao dar uma opinião. A agressividade das palavras me incomodou profundamente e, por esse motivo, trouxe a sequência completa das agressões às mulheres que expressaram um desejo diferente do de ser mãe. Cardoso Mundo coloca as mulheres que não querem ser mães como a escória do mundo e afirma que, por isso, lutaria agressivamente.

Elisabeth Badinter (1985) comenta que pode ser muito angustiante dar-se conta de que esse amor incondicional, esse instinto materno, é algo construído historicamente e com objetivos políticos. As pessoas costumam se assustar quando se entra nesse assunto, porque mexer com algo tão santificado quanto o desejo de ser mãe é passível de castigos divinos eternos. De fato, esse é um assunto com discussões muitos incipientes ainda e pouco se avança em relação a isso em termos de legislação. Somente o questionamento e a possibilidade de refletir sobre o não desejo das mulheres com relação à maternidade desperta ira social intensa, e é o que vemos acontecer com Cardoso Mundo.

É interessante ressaltar que quando se fala de família, Cardoso Mundo sempre coloca a imagem de leões, ou se fala de mãe, remete essa figura a uma leoa, dando explicações utilizando metáforas do mundo animal em seus argumentos. Como veremos a seguir, os três perfis analisados utilizam esse recurso.

5.3 "OS ANIMAIS FAZEM UM PUTA RITUAL PRA PODER COMER A FÊMEA" - O MUNDO ANIMAL COMO METÁFORA PARA OS RELACIONAMENTOS

Os animais fazem parte da natureza e, como já discorrido, uma das formas de utilizar argumentos com base em um determinismo biológico é relacionar qualquer comportamento humano a algo da natureza. Os animais sempre acompanharam os seres humanos em suas construções e práticas culturais e de poder, seja em sua forma real ou de uma forma simbólica.

¹⁴ <https://www.adorocinema.com/filmes/filme-57529/>.

Há ainda a interpretação do universo animal de maneira parecida com as relações sociais existentes na sociedade (Lima, 2010).

Em um de seus posts, Diego Muda Vidas faz um vídeo explicando para suas seguidoras como segurar um homem. Na imagem, ele aparece segurando dois cachorros por uma coleira em um gramado aberto e diz:

Tá difícil de segurar esses dois ó, isso acontece com seu homem também? Tá difícil de segurar ele [sic]? Eu vou te explicar uma coisa, **o que segura um homem** não é carinho, não é amor, **é firmeza**, é você pegar ele firme aqui e falar: Não vai! [Ele exemplifica, segurando mais firme a coleira dos cachorros, enquanto dá ordens com voz alta e tom forte] **E ele fica quieto**, entendeu? É a firmeza de uma mulher. Enquanto a mulher é muito mole, muito boazinha, e tipo: Não faz isso bebê [chega perto dos cachorros, fala manso, abaixa-se fazendo carinho], **mais ele vai ficar rebelde**. Então, o que segura o homem na linha é a firmeza de uma mulher. Falar: não, se você fizer isso, você que escolhe o teu caminho, mas eu não tô[sic] a fim de participar desse tipo de relação, se for pra ser assim pra mim não dá! É a partir daí **com essa firmeza que o homem começa a te respeitar**, porque ele sabe que a qualquer momento que ele sair da linha, você desiste desse relacionamento (Vídeo postado pelo perfil Diego Muda Vida, junho/2022).

Nesse vídeo, Diego Muda Vidas compara os homens a cachorros em coleiras, a animais "irracionais" de alguma forma, que são movidos muito mais pelo instinto do que por qualquer outra coisa. Para ele, é simples, utiliza esse argumento de forma a generalizar todos os homens e dá conselhos baseados nisso. Esse movimento de utilizar a natureza para explicação de comportamentos humanos pode ter sido tirada de uma ideia do século XVIII, quando os textos bíblicos, para explicar isso, foram perdendo sua força, e a natureza, os instintos tornaram-se fonte de conhecimento único sobre porque homens e mulheres se comportavam de uma certa maneira (Nicholson, 2000).

Cardoso Mundo não utiliza metáforas diretamente com o mundo animal, porém nomeia as suas seguidoras de leas, e em muitos momentos utiliza de alguns exemplos desse animal para argumentar acerca de alguns assuntos. Um exemplo disso é quando ele comenta sobre um acontecimento que teve repercussão na internet, onde uma atriz famosa, branca, mãe de duas crianças negras, defende seus filhos diante de uma situação de racismo:

To recebendo uns vídeos aqui da Giovanna Ewbank onde ela teria partido pra cima de uma mulher no restaurante em Portugal porque essa mulher foi racista com os filhos dela. Eu acredito que o que ela fez é o que toda mãe faria no lugar dela, porque aquela história que a minha mãe sempre disse né **'Mexa comigo, mas jamais, nunca mexa com os meus filhos'**. E um questionamento que apareceu também foi o seguinte: 'Cê [sic] não acha que o Bruno Gagliasso [esposo da atriz], foi um pouco banana naquela situação? Gente claro que não, o cara tava ali do lado da mulher dele apoiando a mulher dele, ligou pra polícia e ela, a mulher, **a leoa, tomou a frente da situação porque se tratava de outra mulher** e com certeza absoluta se tivesse sido

um homem com certeza o Bruno partiria pra cima do cara também, mas não é proporcional o Bruno enquanto homem partir pra cima de uma mulher. A Giovanna tava lá, **ela é forte o suficiente**, ela resolveu o problema e o cara tava ali apoiando. Então fica o recado, cê [sic] **pode fazer o que você quiser com a mulher, agora não mexa com o filho dela** (*Post* em vídeo postado no perfil Cardoso Mundo, julho/2022).

Na legenda desse post, ele escreveu: "Quando a leoa está furiosa, até o leão sai da frente! Você que é mãe, sabe exatamente o que eu estou falando. Agora compartilha e me diz, o que você faria no lugar dela?". Já discorri sobre a visão sobre maternidade que Cardoso Mundo tem, e o quanto advoga em favor da existência de um instinto materno. Ao utilizar essa metáfora de comparar uma mãe com uma leoa, ele reafirma essa visão que tem sobre a maternidade (apesar de se contradizer ao falar que a mulher tem força, sendo que já afirmou diversas vezes que a feminilidade não é forte).

Badinter (1985) fala sobre essa comparação, utilizada na tentativa de mostrar para as mulheres o quanto esses comportamentos maternos são “naturais”, bastando para aprendê-los, imitar as fêmeas de outras espécies. Nas fêmeas de animais era possível encontrar o estado ideal de pura natureza, o qual não tinha como ser desviado pelo egoísmo da mulher.

Tanto Ítalo Ventura quanto Diego Muda Vidas utilizam em seus argumentos exemplos de rituais de acasalamento. Em um de seus *stories*, postados no mês de maio de 2022, Diego fala para suas seguidoras que trará um conhecimento muito interessante para elas. Em seguida, prossegue falando sobre documentários da vida animal que ele assistiu:

Bom dia. Hoje eu trouxe um conhecimento bem interessante para vocês. Ontem, eu tava vendo **dois documentário de animais**, um no Disney+ e outro na Netflix¹⁵, um era sobre animais da África Oriental, Etiópia, e outro era sobre urso polar. E no do urso polar foi mostrado que uma ursa que foi deixada pela mãe, né? Depois de um tempo, depois que ela ensinou a caçar e tudo mais, seguir o seu caminho, encontrou um urso, depois de muito andar no inverno. E aí esse **urso queria xavecar ela** [sic], **digamos assim**, e daí o que aconteceu, ela gostou dele e no meio do caminho ela precisava copular com ele, ela queria um lugar reservado para que nenhum urso interferisse. Então, **ela fez o urso andar quilômetros, subir uma puta de uma montanha, para ir chegar num lugar e copular com ela. Presta atenção!** Então **pra ele comer** [sic] **ela**, ele tinha que andar quilômetros de caminhada, e subir uma puta de uma montanha muito alta, ela escolheu uma montanha muito alta. Ok, aí passamos pra África Oriental, a girafa além de ter que lutar com outro macho para disputar a fêmea, **tem que fazer um puta ritual pra poder comer a fêmea**, e às vezes leva dois dias pra ela dar pra ele, depois do ritual. Então ele sobe nela, **ela pega e se faz de difícil, tá? É muito legal isso**, ela começa a se fazer de difícil, ele sobe pra comer ela, ela sai fora, tipo se faz de difícil durante dois dias, leva até dois dias só pra ele ai comer ela, tá? Isso que leva um tempo depois de ele conhecer ela. Aí depois foi mostrado um pássaro, que se chamava tessalo-vanilla, esse pássaro, ele passa dez horas fazendo um ninho

¹⁵ Disney+ e Netflix são plataformas de streaming de vídeos.

em cima de uma planta bem alta, e daí tem vários pássaros também, fazendo o mesmo ninho. **E eles passam dez horas fazendo um ninho pra impressionar a fêmea e olha só que mais interessante.** Então assim ó ela vai, olha o ninho, mas ela não fica lá, ela inspeciona o ninho pra ver se é um ninho atraente pra ela, se cabe ela, se cabe ele, se dá pra ter filhotes ali. **Então o ninho mais confortável, o mais bem projetado, faz ela escolher o cara, né?** O pássaro. Só que tem vários fazendo ninho também, ali perto. Então ela vai inspeciona um, inspeciona outro. E o que ela sai, ela não gostou, então o que ele faz? O que ela não gostou e levou fora? **Ele pega, vai no ninho dele, destrói o ninho dele todo e começa a fazer outro ninho, vai levar mais dez horas pra fazer um ninho de novo, entendeu? Ele fica 'Porra, que merda, não fiz direito', vai lá e faz de novo pra impressionar de novo outra passarinha.** Então, olha só, o ninho que ela mais se sentiu atraente, ela fica. Então ele leva dez horas, fazendo um puta de um ninho, pra atrair a fêmea. **Aí vamos levar pro nosso lado,** aí eu vejo algumas minhas, clientes minhas, falando: 'Ai o cara não me chama pra sair, posso chamar ele pra sair?' Puta que o pariu, **nós somos os únicos seres eu acho que facilitamos pro macho. Porque cara, olha só, os animais fazem um puta ritual pra poder comer a fêmea,** pra poder ficar com ela ele tem que fazer um puta de um trabalho. O pássaro lá tem que ficar dez horas fazendo um ninho, pra impressionar ela. Muitos animais fazem um puta ritual pra aí sim poder atrair a fêmea, né? E copular com a fêmea. Mas nós não, né? **Você conheceu o cara na balada, bebeu uns gole [sic], já vai pro carro dele dar (bate com a mão na mesa forte).** Mulheres aprendam, se o cara quer te comer, se o cara quer realmente te impressionar, ele tem que passar por um ritual, entendeu? Qual ritual ele vai ter que passar? Dificulta um pouco, faz com que ele te impressione, tá? **Tanto o animal tem que impressionar a fêmea. Então olha só, faça o cara ter que passar por um ritual, só assim ele vai te dar valor.** A gente dá valor àquilo que a gente tem que se esforçar mais, aquilo que a gente se esforça mais, é mais precioso, entendeu? Faz ele passar pelo seu ritual, porque se você facilita para ele, que trabalho ele teve? **Ele quer te comer? Então deixa ele passar por um ritual, não sai com ele no primeiro encontro já dá.** Não, me levou pra sair, vai me levar pra algum lugar, ele tem que fazer algo que te impressione. Se ele fazer[sic] algo que ele fez com todas as mulheres, ele não te impressionou, ele não fez algo diferente pra você, é você que tem o poder de analisar, igual os animais. **É a fêmea que tem o poder de analisar** e falar assim 'Interessante, esse aqui fez mais por mim, esse aqui é o cara que eu vou dar uma chance' entendeu? Se não é muito fácil, o cara não precisa de ritual nenhum, ele não dá valor. **Ele vai se comprometer a mulher [sic] que ele teve que fazer um ritual pra conquistá-la** (Stories postado no perfil Diego Muda Vidas, maio/2022).

Em um de seus *stories* postados no mês de junho, Ítalo Ventura utiliza de um argumento parecido, quando uma seguidora pergunta: "Quando o homem está indeciso entre duas pessoas, o que fazer para ser a escolhida?". Ventura responde: A resposta está no **Animal Planet**¹⁶, começa a assistir **documentários da vida animal, porque a gente é bicho.** Você já viu duas mulheres brigando por um macho? Um macho, é, bison¹⁷ [ri como se estivesse

¹⁶ O Animal Planet é um canal de televisão por assinatura dedicado principalmente a séries e documentários sobre animais selvagens e animais domésticos.

¹⁷ Os bisontes ou bisões são grandes mamíferos ungulados e ruminantes do género Bison, da família Bovidae.

debochando]. Macho búfalo, não, é o macho que briga (*Stories* postado no perfil Ítalo Ventura, junho/2022).

Apesar de falarem abertamente sobre sexo, em muitos momentos, ao utilizarem metáforas do reino animal, ambos parecem reduzir encontros sexuais a encontros referentes à reprodução. Quando Diego descreve os rituais de acasalamento de diferentes animais e afirma que suas seguidoras deveriam fazer o mesmo, ele simplifica a sexualidade humana, como se ela tivesse o objetivo único de reprodução, como assim o é para a maioria dos animais.

Ítalo também faz isso, afirmando que conseguimos compreender os encontros amorosos assistindo documentários da vida animal. Fica subentendido aí que a possibilidade de vivência da sexualidade pelas mulheres fica restrita à reprodução e, para isso, deve seguir os moldes de outros animais na natureza.

Na contemporaneidade, a reprodução ocupa um espaço pequeno na vivência da sexualidade pelas pessoas. A experiência sexual é pessoal e fundamental para a construção dos sujeitos, sendo amplo os repertórios sexuais experimentados (Bozon, 2004). Nas falas destacadas, no entanto, exclui-se a existência do desejo sexual próprio. É como se as mulheres devessem entender a sua sexualidade como algo puramente instintivo e, portanto, existente apenas para a procriação da espécie. Há a impossibilidade de pensar sobre a existência de um desejo nas mulheres que não seja subjacente e submetido ao desejo do homem. A mulher desejanse representa um perigo para a estrutura de relacionamento preconizada pelos perfis aqui pesquisados.

6 OS PERIGOS DA MULHER DESEJANTE

Não vem de hoje uma preocupação social com relação ao desejo das mulheres. Ao examinarmos a história do patriarcado, desde seu início, é possível encontrar indícios da produção de um terror perante a existência da figura de mulheres livres e com autonomia para desejarem o que quisessem. Na Europa, desde que o cristianismo passou a ser a religião oficial, no século IV, o desejo sexual da mulher tornou-se algo perigoso para a manutenção da ordem social, política e econômica instauradas naqueles países (Federici, 2017). Por esse motivo, segundo Silvia Federici (2017), várias foram as estratégias utilizadas na tentativa de "exorcizar" este desejo. Nesse contexto, o corpo das mulheres tornou-se lugar privilegiado para a disputa e perpetuação das relações de poder. Inclusive, depois de conseguirem com sucesso desassociar uma ideia de ser sexual das mulheres, foi implementada a imagem de feminilidade e de mulher, amplamente difundida, relacionado a passividade, obediência e subordinação.

Expropriar as mulheres da sua autonomia sempre foi estratégia utilizada pelo sistema patriarcal para nos submeter aos desejos e objetivos sociais que foram relegados a nós. Dentre estes, Federici (2017) ressalta o trabalho de reprodução de força trabalhadora para o sistema capitalista. Para a autora, é por esse motivo que a autonomia e liberdade de escolha das mulheres sempre representaram um perigo para o sistema político econômico instaurado depois da Idade Média (Federici, 2017).

6.1 O CONTROLE SOBRE OS CORPOS

A história do controle sobre os corpos perpassa quase toda história da humanidade. Ao falarmos sobre os corpos das mulheres, o controle fica mais evidente e ganha algumas especificidades. Mas, antes de tudo, é importante marcar a quais mulheres me refiro quando vou historicizar a questão do controle dos corpos, porque não há espaço mais para fazer menção a uma única mulher universal, como se não existissem diferenças que também deixassem marcas em seus corpos. Apesar da questão do controle perpassar a vivência e construção da subjetividade de mulheres brancas, negras, não-brancas, cisgênero, transgênero, com deficiência, sem deficiência, os espaços de produção de conhecimento acadêmico por muito tempo tiveram um domínio hegemônico que desconsiderava essas diferenças e universalizava a visão de mulher.

Esses corpos não-hegemônicos não foram considerados humanos por muito tempo, e a possibilidade de vivência da sua sexualidade se situava em um campo diferente do que era

colocado o das mulheres brancas, heterossexuais e de camadas médias da sociedade. Patricia Hill Collins (2019) discorre sobre a vivência da sexualidade pela mulher negra e problematiza a invisibilidade do tema, muitas vezes silenciado no interior do próprio grupo. Para a autora, o silêncio diante do tema funcionava como barreira e proteção para essas mulheres frente à hipersualização e fetichização de seus corpos presentes no discurso e no imaginário da branquitude.

Para além disso, outros corpos fora da norma sempre foram historicamente destituídos de uma individualidade, tendo sua sexualidade reduzida apenas a uma esfera biológica. Ao mesmo tempo em que são considerados "assexuais" num dado imaginário social, tais corpos também são alvos de abuso sexual, como é possível constatar na alta prevalência de denúncias apontadas na literatura (Carvalho; Tonelli; Gesser, 2023; Gesser; Nuernberg, 2014). Portanto, as violências discorridas aqui por mim respingam em todos os corpos. É importante ressaltar, no entanto, que encontramos especificidades quando se trata de corpos e identidades não-hegemônicas.

Os homens aqui pesquisados ainda utilizam uma visão de mulher universalizada. Isso pode ser apreendido a partir de suas postagens, tanto no conteúdo escrito e falado, como nas imagens. Em tais conteúdos, nenhuma particularidade é mencionada para se falar sobre "a mulher", tomada como sujeito genérico. No entanto, a depender dos marcadores das mulheres que ilustram a maioria das imagens utilizadas nos posts, sabemos que essa visão universalizada se refere a uma mulher branca, cisgênero, pertencente a uma classe média brasileira e sem nenhuma deficiência.

No entanto, é importante salientar que o fato de mulheres cisgênero, brancas, magras, sem deficiência, protagonizarem as imagens e os discursos presentes em tais perfis não significa que somente mulheres contempladas nesse padrão sejam os alvos de tais conteúdos. Se este for o caso, tal invisibilização pode configurar uma dupla violência para aquelas seguidoras que não estão representadas nessa imagem de mulher e feminilidade construídas. Pois, fica subentendido que nesse contexto são inadequadas para a construção e conquista de um relacionamento duradouro. O modelo a ser seguido torna-se, assim, inalcançável por ter suas bases fixadas no racismo, homofobia e capacitismo.

Como mencionado anteriormente, a religião/igreja teve papel central na instauração de um controle sobre os corpos das mulheres. Para discorrer sobre isso, é necessário ressaltar que, tratando-se de Ocidente e, mais especificamente, do Brasil, fala-se principalmente sobre o Cristianismo, religião que foi imposta aos povos indígenas que aqui moravam, e importada da Europa. E é através dos mitos e das regras impostas por esse Cristianismo, incorporado à cultura

brasileira através da colonização, que o controle sobre os corpos e à sexualidade, principalmente das mulheres, foi instituído. A catequização, que aconteceu no Brasil através dos jesuítas, tinha uma importância política grande. Nesse mesmo período na Europa, estava acontecendo a Reforma Protestante e a Igreja Católica estava perdendo o seu monopólio político e econômico. Assim, colonizar novas terras, levando a educação católica junto era uma forma de garantir a continuidade da influência política e econômica dessa religião nestas novas terras colonizadas (Batista, 2021).

Uma das formas de controle sobre os corpos das mulheres é através da maternidade compulsória e romantização da mesma, na sociedade brasileira isso aconteceu muito embasado por pressupostos bíblicos. Esses iniciam-se com a imagem de Maria, mãe de Jesus, e o seu amor incondicional, a partir dela sacralizou-se e romantizou-se a maternidade, além de instituir o amor gerado a partir dela, como indispensável e essencial na vida das mulheres (Xavier; Freitas, 2022).

Cardoso Mundo, por exemplo, enfatiza em seus conteúdos a centralidade da maternidade para a vivência das mulheres. Em *stories* postados em seu perfil em maio de 2022 (figura 14), ele expõe sua crença às seguidoras de que há uma guerra espiritual acontecendo e diz:

Existe, sim, guerras espirituais acontecendo e **existe, sim, guerras acontecendo** no sentido de **tentar fazer com que as pessoas parem de constituir famílias. Pare de ter filhos, né?** Você tira essa força da mulher, **esse empoderamento feminino**, que de fato é **essa força de ter o filho**, que isso foi perdido ao longo dos anos.[...] E, sim, existe, existe, **um movimento bem forte tentando fazer com que a mulher tenha medo de ter filho**, tentando fazer com que a mulher tenha, “poxa, ter filho é difícil demais, hoje em dia tudo é mais complicado”. Na verdade se hoje em dia tá tudo mais complicado é a hora certa de a gente colocar filhos no mundo, filho bom no mundo pra poder mudar isso. Quando a gente volta lá pra gênese um pouquinho, lá na bíblia, a **primeira bênção de Deus está ligada à multiplicação**, quando ele fala para as aves, Deus abençoou e disse: Vá e se multiplique. E a mesma coisa pro homem e pra mulher, Deus abençoou e disse: **Vão e se multipliquem, tenham muitos filhos.** [...] A maior bênção que a gente pode conceder nessa terra é a vida! (*Stories* postado no perfil Cardoso Mundo, maio/2022).

Cardoso Mundo se coloca como um representante do cristianismo em alguns momentos, mas isso não fica muito claro na construção do seu perfil. A centralidade do mesmo gira em torno do fato de ele ser mentor para as mulheres, e a todo momento reforça o quanto a maternidade é algo importante para a construção de uma feminilidade preconizada por ele.

Figura 14 - Sequência de *stories* publicados no perfil Cardoso Mundo em maio/2022



Fonte: acervo pessoal da pesquisadora.

Importante situar que esse esse discurso/conteúdo foi produzido em 2022, ano em que ocorreram eleições presidenciais no Brasil, em meio à polarização política representada por dois candidatos, um abertamente de direita e apoiado por toda bancada evangélica, e o outro de esquerda e com pautas mais progressistas. Desde então, os discursos de "guerra espiritual" vêm sendo utilizados por essa bancada que historicamente advoga contra os direitos sexuais e reprodutivos das mulheres, como estratégia de implantar uma ideia de "Eles *versus* Nós"¹⁸, e o outro como esse inimigo com poderes grandiosos de acabar com instituições como a família e a maternidade (Rosas, 2022). Portanto, Cardoso Mundo não utiliza esse discurso à toa, ele é muito bem situado em um momento político em que a guerra de forças estava sendo disputada nas urnas. Inclusive em determinado momento durante as eleições Cardoso Mundo foi o único perfil que abertamente apoiou o candidato de direita.

¹⁸ Um dos exemplos pode ser visto em postagem do deputado Nikolas Ferreira, logo após o resultado das eleições Disponível em: <https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/politica/2022/10/nikolas-sobre-derrota-de-bolsonaro-que-o-inimigo-nos-subestime.html>.

Acerca da virgindade, no entanto, nada é dito explicitamente nos três perfis analisados, talvez por eles saberem que as mulheres que os seguem em sua maioria já tiveram relações sexuais. Nesse caso, não faria sentido falar sobre isso com mulheres que já "perderam a virgindade", sob o risco de desengajar seguidoras e clientes. Porém, há sempre, nas dicas dadas, a ideia de que as mulheres devem tomar cuidado ao seguir seus desejos, porque entregar-se sexualmente a um homem deve sempre ser algo "especial". Ítalo, por exemplo, em *live* feita no mês de maio de 2022, promete ensinar os dois maiores erros na hora da sedução. Sobre um deles, diz:

Então vai com calma que eu to com pressa. [...] Não é sobre ter pressa e conquistar qualquer pessoa, é sobre você ter pressa e repelir quem não está olhando pra mesma direção que você. Eu quero que você aprenda a dar um basta naqueles homens que não estão olhando pra mesma direção que você. Então é vaza, você entende? Mas não é ter pressa, porque o primeiro erro da sedução é ter pressa. O pior de todos os erros, escuta, **o pior de todos os erros é a pressa**. É conseguir logo o que você quer, a qualquer custo, **resista a tentação de correr pro clímax da sedução**. eu vou repetir pra aterrizar essa frase pra vocês **a qualquer custo: Resista!** De querer correr logo pro clímax da sedução. [Inspira] **Não precisa ir pra cama, pra que a pressa em beijar? Quanto mais você demora, quando o beijo acontecer vai (faz um som imitando uma explosão) explodir**. Eu demorei umas dez horas de conversa pra dar o primeiro beijo na minha esposa (*Live* realizada pelo perfil Ítalo Ventura, maio/2022).

Ao ouvir o tom de voz e a entonação que Ítalo usa para falar isso para suas seguidoras, a impressão que dá é de uma pregação, ele não é enfático na virgindade, mas o sexo para a mulher continua sendo algo "especial" que ela deve resistir ao seu desejo de fazer, porque, como ele próprio colocou, esse é um erro muito importante na hora de conquistar o que ele chama de Relacionamento de Alto Valor.

Apesar dos avanços obtidos com relação às mulheres e a maneira permitida de viver a sua sexualidade, principalmente depois da entrada desta no mercado de trabalho, ainda é presente no imaginário social, e na construção das sexualidades das mulheres, ideais que são perpassados por uma ideia de confinamento e silenciamento com relação aos seus prazeres. Ao mesmo tempo em que há uma permissividade maior em viver mais prazerosamente sua vida sexual, as mulheres ainda carregam culpa nessa vivência (Oliveira; Rezende; Peres Gonçalves, 2018).

Além de moldar o imaginário social com seus mitos acerca dos papéis que deveriam ser seguidos pelas mulheres, a religião desempenhou forte influência política durante muito tempo, auxiliando o Estado na implantação de leis e normas que eram necessárias para a manutenção de um poder e de uma "ordem". Um exemplo disso é o período da caça às bruxas

que precedeu o advento do mundo moderno, no cenário que se tinha na época era necessária uma docilização dos corpos femininos e uma demonização das mulheres que tinham autonomia sobre os seus corpos, as quais eram encaradas como uma ameaça às normas que estavam sendo necessárias implementar para um controle reprodutivo necessário à época (Nielsson; Delajustine, 2019).

Atualmente, no Brasil, A Frente Parlamentar Evangélica tem reeditado essa caça às bruxas, de uma forma contemporânea, na disputa pelo controle do corpo das mulheres. Um exemplo é a apresentação do Projeto de Lei (PL) 478/2007, conhecido como "Estatuto do Nascituro". Esta proposta surge como ataque ofensivo à tentativa de colocar em pauta na Câmara o debate sobre a descriminalização do aborto até a 12ª semana de gestação e como resposta aos avanços das mulheres na conquista de direitos. Como exemplo, pode ser mencionada a retirada da obrigatoriedade de Boletim de Ocorrência de violência sexual para casos de abortamento em gestações decorrentes de estupro (Santos, 2021). Esse PL vem entrando e saindo de pauta na Câmara desde sua proposição, e ganhou força novamente em 2023, após o voto da ministra do STF Rosa Weber a favor da descriminalização do aborto até a 12ª semana de gestação.¹⁹ Ou seja, a maternidade compulsória continua sendo uma maneira eficaz de controle sobre os corpos e desejos das mulheres.

Cardoso Mundo de alguma maneira, no trecho apresentado anteriormente, tenta demonizar desejos que fujam dessa ideia de destino "natural", falando sobre uma guerra espiritual que vêm acontecendo justamente para afastar as mulheres do que seria sua função divina. Portanto, apesar de discursos como esse parecerem saídos da Idade Média, encontram eco ainda na realização de políticas públicas no Brasil.

Atualmente, ainda somos muito influenciados pelas mudanças e pensamentos que surgiram com a Modernidade, sendo uma das principais a mudança do sistema econômico que estava acontecendo, do feudalismo para o capitalismo. É nesse cenário que Igreja e Estado uniram forças para confinar as mulheres, seus corpos e seus prazeres ao âmbito privado, no intuito de estimular a reprodução e aumentar, conseqüentemente, a população, fato necessário para implementação das ideias que vinham sendo gestadas anteriormente e nasciam com força total nesse momento histórico. Percebe-se que os homens pesquisados por mim exercem, ainda hoje, esse papel. Utilizando do seu lugar central na sociedade patriarcal para perpetuar essa ideia de confinamento dos desejos e corpos das mulheres ao referencial do homem.

19

<https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=514619&ori=1#:~:text=A%20ministra%20Rosa%20Weber%2C%20presidente,primeiras%2012%20semanas%20de%20gesta%C3%A7%C3%A3o.>

Diego Muda Vidas em um *post* do seu perfil responde a pergunta de uma seguidora que diz: "Ele vai de outra cidade pra ir à missa comigo, terceiro encontro devo liberar sexo?". Pela pergunta podemos perceber o lugar que Diego ocupa na vida das suas seguidoras, ele prescreve normas rígidas que devem ser seguidas pelas mesmas, caso contrário elas podem acabar sozinhas. E é interessante se atentar à sua resposta:

Olha, ele tá num bom caminho, saindo de outra cidade só pra ir na missa contigo, é um bom caminho. **Eu recomendo você dá[sic] no quarto encontro.** Porque pô, ele já se dedicou, foi lá na missa com você, ficou contigo falar: "Ai quero que você venha aqui semana que vem pra gente fazer uma coisa bem legal". **No quarto encontro você libera.** Quando o homem vêm de outra cidade pra tua cidade e é longe, **você tem que fazer ele realmente perceber que ele tem que investir mas não vai ter retorno ainda.** Porque pra um homem sair de uma cidade pra outra só pra ter sexo, o homem sai, agora ele sair de uma cidade pra outra pra não ter sexo, ir pra cidade e querer voltar de novo, ai significa que ele tá gostando de ficar contigo. **Quando você nega e ele continua, é que está demonstrando que ele quer ficar contigo.** Esse é o sinal perfeito pra saber se ele tá [sic] gostando de você (*Post* em vídeo postado no perfil Diego Muda Vidas, maio/2022).

É sabido o quanto a construção das relações de poder entre homens e mulheres também foram pautadas na ideia de um confinamento da mulher à esfera doméstica, enquanto ao homem era posto o domínio público (Carneiro, 1994). Esse confinamento das possibilidades de escolha das mulheres a uma esfera fechada e mais limitada que a pública, também reverbera na construção de possibilidades de desejo das mulheres, Diego Muda Vidas ao afirmar categoricamente que sua seguidora deve "liberar" para um homem somente no quarto encontro, confina mais um vez o desejo daquela mulher a possibilidade do que ele acredita ser certo. Quando as mulheres vão para o mercado de trabalho, e de alguma maneira se deparam com a esfera pública, continuam tendo suas possibilidades confinadas a algo, nesse caso ficam confinadas ao ponto de vista masculino.

6.2 "APRENDA A VER O MUNDO COM OS OLHOS DELE" - O PONTO DE VISTA MASCULINO

A centralidade do homem branco heterossexual cisgênero é histórica, porém, especialmente a partir dos anos 1960, pode-se testemunhar o surgimento de grupos que reinvidicam seu lugar social, entre eles o grupo das mulheres. Desde então, temos conseguido refletir e colocar em questão ideias construídas acerca do que é ser mulher, que tiveram como base essa figura central (Louro, 2008). No entanto, pode-se perceber ainda uma referencialidade na construção das normas centradas na figura desses homens.

E o que significa dizer que muitos processos de subjetivação estão centrados em uma figura que representa uma parcela pequena da população? Alguns autores vão afirmar que a nossa construção se dá a partir das nossas relações, ou seja, de uma perspectiva de fora, mas o que pode acarretar termos existências múltiplas pautadas em uma única figura central? Os homens pesquisados aqui se reportam às mulheres e, por esse motivo, colocam-se como preocupados com o bem-estar delas: eles sabem como o mundo funciona e não querem ver suas seguidoras sofrerem nele. Por esse motivo, as dicas dadas para conquistar um relacionamento duradouro sempre têm como referência o que os homens querem. Isso pode ser visto em conteúdo postado pelo perfil Ítalo Ventura, em junho de 2022 (figura 15).

Figura 15 - *Story* publicado no perfil Ítalo Ventura em junho/2022



Fonte: acervo pessoal da autora.

Apesar de ele tentar construir uma lógica de que "enxergar o mundo pelos olhos dele" seria uma forma de conseguir informações úteis para seduzi-lo, e não reduzir a sua vida a isso, o que fica implícito é que o início da construção de um relacionamento deve estar pautada no que esse homem acha do mundo. Como ele o enxerga é o que deve ser levado em consideração.

Não há a ideia de uma construção pautada em uma parceria e troca. A mulher aprende a usar "os óculos" que o homem usa e, assim, ela conseguirá conquistá-lo. Não há espaço para a alteridade, para a troca, há a redução do relacionamento à maneira como esse homem deseja, pensa e vive.

A disputa pelos lugares de poder na cultura se dá de uma maneira simbólica e discursiva. Com o avanço das lutas identitárias, essa teve que se moldar, tornando-se menos perceptível aos olhos e ouvidos daqueles que consomem seus preceitos (Louro, 2008; Hall, 1997), por isso dizer que para seduzir deve-se levar em conta a maneira como o homem enxerga o mundo, é reforçar, quase que de modo imperceptível, a ideia de centralidade dessa figura na vida e construção de subjetividade das mulheres. Ítalo Ventura continua a construção dessa ideia, ao dizer:

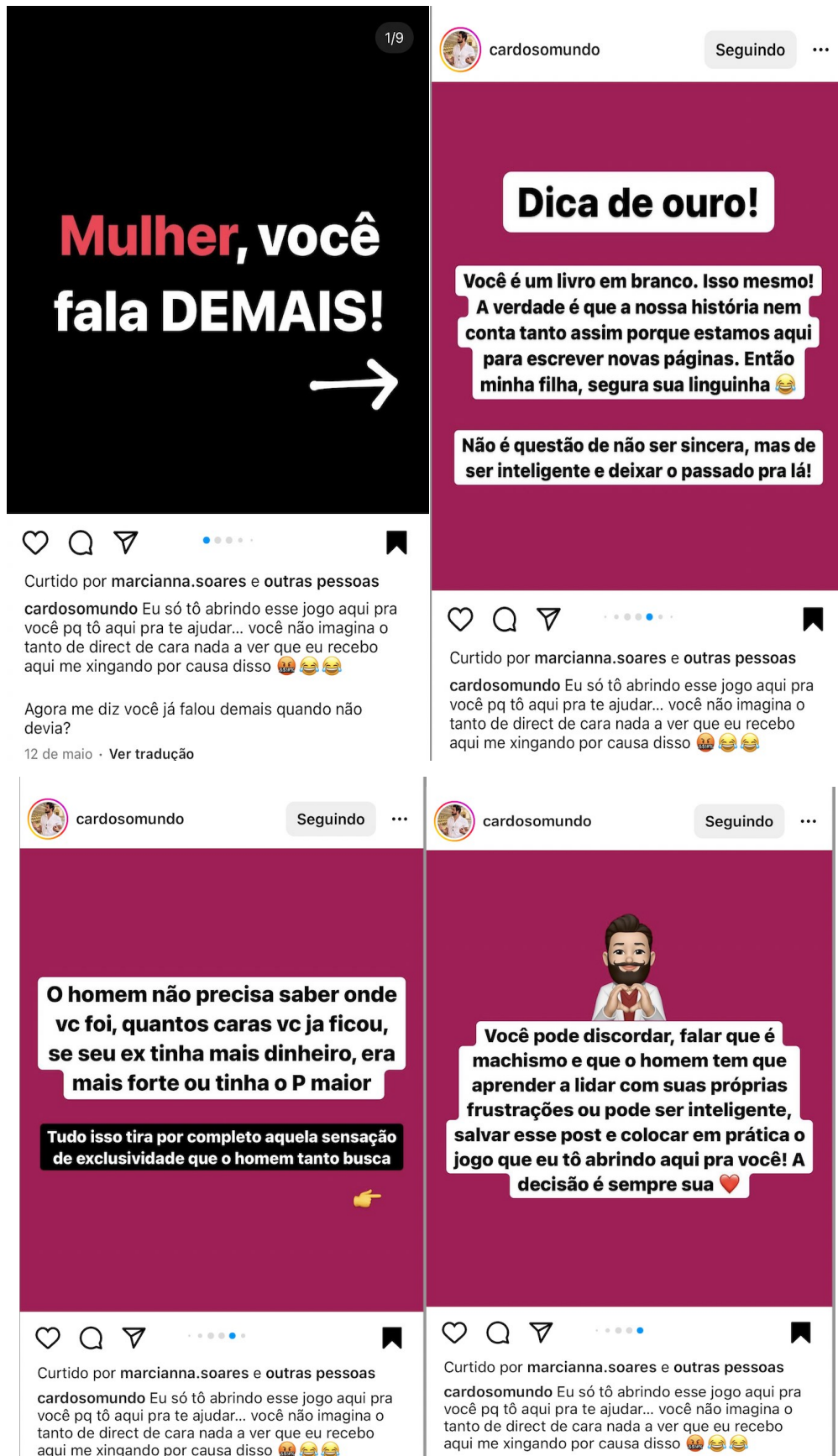
Ele não quer saber se você quer namorar. Ele nem mesmo quer você. O que ele quer é experimentar o **melhor da vida**. Se você souber mostrar que veio para somar, para deixar tudo mais leve e divertido, *o jogo está ganho* [...] Proporciono prazer - se você entrar na vida dele mostrando novidade, leveza, aventura... você se torna irresistível aos olhos dele. **Seja sempre um sopro de alegria no dia dele.** Você considera que traz novidade à vida dele? (*Stories* postado no perfil Ítalo Ventura, junho/2022).

Como assim o homem que eu quero não quer saber de mim? É tão natural para ele essa ideia de que a mulher é apenas um acessório na vida do homem, que ele fala isso como se fosse um bom conselho, como se ele tivesse protegendo as mulheres. Enquanto mulher, pra mim é violento ler essas palavras, por mais que quando ouvidas não reverberaram tanto, mas ao transcrever e lê-las, me soou como a negação de uma existência, como se pra conseguir esse relacionamento que ele coloca como o ideal, o que faz bem, pra eu parar de sofrer tenho que me sujeitar a essa ideia que pouco importa para o homem quem está ao lado dele, seguindo o que ele gosta e se colocando como um "sopro de alegria" no dia dele é suficiente.

Ideias como essa perpetuam um lugar de subordinação da mulher, e termos identidades circunscritas a um lugar de subordinação significa também perpetuar os vários tipos de violência que as mulheres sofrem todos os dias. É necessário ultrapassar essa ideia de submissão relegada às mulheres para a construção de uma identidade que garanta a nós um lugar de sujeito pleno de direitos em nossa sociedade (Carneiro, 1994).

Em *post* feito no mês de maio de 2022 em seu perfil, Cardoso Mundo passa uma ideia parecida com a de Ítalo Ventura, mas de uma maneira mais direta:

Figura 16 - Post em carrossel publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

A ideia passada é parecida porque é como se a mulher não pudesse existir antes daquele homem. Assim, a construção da sua subjetividade ao longo da vida deve ser deixada de lado se ela quer realmente conquistar um relacionamento duradouro, seja através de "ver o mundo com os olhos dele", ou seja fingindo que não há um passado na sua vida. Cardoso alerta as mulheres: "Você fala demais", ou seja, isso não é necessário, não é o que os homens querem. E ele mesmo, ao final, ao falar sobre o machismo, demonstra saber o quanto essa fala é problemática, mas não há uma preocupação com isso.

O Bechdel test é um exemplo de como até na produção cinematográfica é possível identificar essa falta de protagonismo das mulheres. O teste foi inventado em 1985, com o objetivo de "mensurar concepções de gênero integrantes do discurso cinematográfico" (Magaldi; Machado, 2016, p. 252). Para passar, os filmes precisam atender a três critérios: ter ao menos duas personagens femininas nomeadas; as duas personagens precisam conversar entre si e o assunto dessa conversa precisa ser qualquer tópico que não seja um homem. Ou seja, até em produções que em muitos momentos tentam representar a realidade, as mulheres ficam com o lugar de coadjuvantes.

6.3 "O HOMEM GOSTA DE ELE SABER QUE ELE DESPERTOU A VONTADE DA MULHER." - A INTERDIÇÃO NO DESEJO DAS MULHERES

A subordinação da mulher ao homem atravessa todas as áreas de sua vida, impactando também na construção da ideia de relação sexual heterossexual. O desejo da mulher ainda é assunto tabu, diversos estudos feitos acerca do tema apontam para a necessidade de se aprofundar na temática, principalmente nas questões sócio históricas que perpassam a construção desse desejo (Silva et al., 2021; Pereira; Souza, 2019). Portanto, vemos uma sub-representação desse desejo na produção de conhecimento acerca de temáticas correlatas.

Tivemos ao longo da história alguns avanços importantes na reivindicação das mulheres sobre seus corpos e desejos. Dentre as principais a invenção da pílula anticoncepcional nos anos 1960. Concomitante a isso, temos o surgimento da segunda onda do movimento feminista, que passou a questionar principalmente a dominação masculina, que fazia das mulheres seres dependentes e frequentemente isoladas (Nogueira, 2001). A luta das mulheres nesse período também passava por uma reivindicação ao próprio corpo e prazer.

As 'políticas do corpo' assumiram caráter significativo, manifestando-se as reivindicações em favor dos direitos de reprodução, buscando-se a plena assunção de seu corpo e de sua sexualidade (aborto, prazer, contracepção) e contra a violência sexual, não mais admitindo que essa fosse uma questão restrita ao privado, cabendo a sua extensão ao público (Soihet, 2013, p.124).

Apesar das lutas terem resultado em alguns avanços significativos, anos de repressão sexual não foram expulsos tão facilmente da construção de subjetividade das mulheres. As proibições e interdições perpetuadas durante séculos converteram-se em proibições internas, sem a necessidade de um agente externo para fazer isso, produzindo culpa e vergonha (Lins, 2007). Talvez por esse motivo, os conselhos dados pelos homens dos perfis aqui pesquisados ainda encontrem lugares para ecoar.

Os avanços obtidos permitiram às mulheres começar a pensarem em si mesmas como seres sexuais também, o problema é que seu ponto de referência continuou sendo os homens e seus desejos. Em *post* feito no mês de julho de 2022, Ítalo Ventura ensina uma "frase mágica" para suas seguidoras falarem pro homem pelo qual estão interessadas no momento de intimidade sexual dos dois:

Figura 17 - Post em carrossel publicado no perfil Ítalo Ventura em julho/2022

ELES PIRAM COM ESSA FRASE "MÁGICA"

Diga essas três palavrinhas quando estiverem a sós e veja o efeito que causa nele!

...


→

👍 💬 📌

Curtido por [dianalourenco5254](#) e outras pessoas
[italoventura](#) Existe uma frase que deixa o homem tremendo na base!
É uma frase simples de apenas 3 palavras mas que causa uma avalanche de coisas.

Se vocês estão juntos, mas precisa ainda daquele empurrãozinho para virar oficial, use essa frase e veja a mágica acontecer!

Marque uma amiga que precise ler esse post também.


 italoventura Seguindo ...

A frase mágica

Quando estiverem a sós em um momento de intimidade, durante um amasso ou beijo mais quente, diga essa frase para ele:


"Nossa! Eu amo quando fazem isso"


E você sabe porque essa frase deixa ele doído?



@italoventura

👍 💬 📌

 italoventura Seguindo ...



Virilidade e masculinidade

O homem ama quando elogiam a virilidade dele.

E dar prazer a uma mulher é algo que aumenta e afeta de forma positiva a masculinidade do Homem.

@italoventura

→

👍 💬 📌

Fonte: arquivo pessoal da autora.

Nota-se que ele fala de prazer da mulher, mas o que ele aconselha suas seguidoras é usar uma frase específica, independente de estarem sentindo prazer ou não, para ativar um "gatilho" no homem que ama dar prazer a uma mulher. Depois das lutas travadas a partir dos anos 1960 acerca do direito da mulher também sentir prazer, esse assunto começou a ser pauta do senso comum, e esse prazer começou a ser importante para a construção de uma relação sexual "saudável". Porém, a preocupação ainda gira em torno da satisfação desse homem, que se preocupa sim em dar prazer à mulher, mas para ele ficar satisfeito com essa vontade, Ítalo aconselha as mulheres a dizer essa frase independentemente de estarem, de fato, sentindo prazer. De acordo com Alexandre Pereira e Wanderson Souza (2019), cerca de 10 a 26% das mulheres não experimentarão orgasmos durante sua vida inteira. Segundo as autoras, os homens chegam a experienciar o orgasmo em cerca de 90% das relações sexuais ao longo de sua vida, frente às mulheres que o obtêm em apenas 50% das relações sexuais.

O desejo sexual da mulher sempre foi alvo de ataques, mas também despertou medo nas mais diversas sociedades. Um exemplo disso foi a caça às bruxas, em que mulheres com autonomia sobre a própria vida e corpo foram caçadas e mortas durante a Idade Média (século V até século XV), em um dos maiores genocídios de gênero já registrados na história mundial (FEDERICI, 2017). Uma seguidora pergunta à Diego Muda Vidas: "Homem gosta de mulher fogosa?". Em vídeo, ele responde: "Mulher fogosa é bom, só que **existe um nível de mulher fogosa!**[...] **O homem gosta de ele saber que ele despertou a vontade da mulher.** Isso que dá tesão pro homem, entendeu?" (*post* no perfil Diego Muda Vidas, maio de 2022).

Novamente, o que está em pauta é o prazer do homem. A mulher pode ser fogosa porque, afinal, é isso que os homens querem. No entanto, ela só pode ser fogosa, demonstrar desejo sexual caso o motivo seja esse mesmo homem. A ideia é de que a mulher não pode existir além do olhar, desejo e pensamento daquele homem. Hoje, nós até podemos ser seres sexuais, contanto que este desejo esteja restrito ao olhar do homem e que seja despertado pelo mesmo, afinal, sem os homens o que nos resta?

Ao discorrerem sobre a construção da imagem da mulher em comerciais de absorvente, Arndt et al. (2018) falam sobre a única possibilidade dessa mulher existir naquele contexto ser mediante o olhar masculino, fica implícito que a mulher só consegue viver e ser feliz quando há a atenção de um homem a ela. Na visão de relacionamento construída pelos perfis aqui pesquisados há também essa lógica.

As mulheres ficam restritas a uma única possibilidade de ser mulher. Essa relação de subordinação e submissão acaba por confinar a mulher a uma forma única de viver, e sem essa possibilidade acaba não tendo uma capacidade de refletir e pensar sobre a sua vida, vive-se em função do que o outro quer e precisa de você. É como se a mulher não pudesse existir enquanto um ser autônomo, apenas subordinada ao desejo de uma outra pessoa, a morte das possibilidades de ser autêntica aos seus desejos, ao que faz sentido para si, essa possibilidade é tolhida, em nome dessa subordinação que esses perfis colocam como necessária para conseguir um relacionamento.

Poder viver a sua sexualidade de maneira ampla, significa uma ampliação na capacidade de questionar e coragem para fazer outras coisas, começa-se a viver com maior vontade de decisão (Lins, 2007). Essa ampliação da capacidade de refletir sobre seu próprio viver pode simbolizar um perigo para o *status quo* estabelecido onde as relações de poder instituída entre homens e mulheres é peça chave. Alienar nós mulheres a uma única possibilidade de viver é tirar da gente uma capacidade de agência perante nossa própria vida, é arrancar a força para lutar contra esse aprisionamento dos nossos corpos e desejos.

7 "NEOLIBERALISMO COMO GESTÃO DAS RELAÇÕES AMOROSAS"

O título do presente capítulo é uma paráfrase do título do livro organizado por Vladimir Safatle, Nelson Silva Júnior e Christian Dunker (2020), intitulado "Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico". Nele, os autores reuniram vários textos que falam sobre a maneira como o modo econômico neoliberal também criou um modo de subjetivação do ser humano, e ao mesmo tempo que gera o sofrimento psíquico, produz formas para gerenciá-lo.

Tal fato foi percebido no material coletado durante a presente pesquisa. Apesar de muitos discursos atravessarem a construção dos conteúdos, um modo de ser neoliberal também pairava sobre a visão de indivíduo, trabalho e relacionamento. Ou seja, pude perceber vestígios da lógica neoliberal tanto na percepção construída por esses perfis a respeito dos relacionamentos, como nos conselhos transmitidos às mulheres para a gestão de suas relações.

O neoliberalismo originalmente é um modelo econômico que teve suas primeiras teorias feitas no final dos anos 1940, mas foi em meados dos anos 1970 que ele se fortaleceu e passou a fomentar um modo de vida e de subjetivação próprios. Nos anos 1970, tivemos também o fortalecimento de teorias do self. Começou-se a dar mais importância para a individualidade, intimidade, do que para o social e se testemunhou a ascensão de uma modalidade associal de indivíduo, que se encaixou perfeitamente ao modelo econômico que também estava começando a entrar em voga (Silva Junior, 2020).

Até então, o sistema econômico que vigorava no ocidente era o fordista-keynesiano, esse voltado para o bem-estar social, através de um equilíbrio entre as forças do Estado, corporações e sindicatos. Mas, a partir de 1973, primeiramente nos Estados Unidos, iniciou-se um período de incertezas e fluidez e esse modelo começou a não satisfazer os interesses e objetivos do capitalismo, que vinha ganhando cada vez mais força (Lovato, 2019).

É importante ressaltar, no entanto, que a maneira como o neoliberalismo incidiu sobre os países da América Latina foi diferente do ocorrido em outros países. Por serem países em desenvolvimento, não participaram da construção desse modelo econômico, tiveram que se submeter ao mesmo a partir do momento que desejaram entrar na rota do mundo globalizado, principalmente através das relações de empréstimo estabelecidas com agências internacionais (Hilário, 2019).

O sujeito neoliberal é um sujeito empresa, empresário de si mesmo, "ego livre, empreendedor e conquistador incansável de novas oportunidades" (Silva Junior, 2020, p. 282). É pautado em uma individualidade exacerbada e na ideia de que a pessoa é inteiramente responsável pelo seu sucesso e pelo seu fracasso, além do desenvolvimento pessoal ser a peça-

chave para a obtenção do sucesso, que em uma sociedade neoliberal é pautada inteiramente em sucesso financeiro e acúmulo ilimitado de lucro e riquezas, ideias herdadas do seu pai, o capitalismo. O desenvolvimento pessoal também vem conforme a pessoa consegue tomar decisões, as mais racionais possíveis, pautadas somente nessa ideia de obtenção de lucro (seja ele material ou simbólico).

A figura do *coach* congrega perfeitamente com essa ideia de sujeito neoliberal. Esse profissional surge nos anos 1980 e tem como objetivo principal auxiliar as pessoas no alcance máximo de suas potencialidades, com o intuito de um melhor desempenho nas múltiplas áreas da vida pessoal e profissional (Freire; Vilar; Figueiredo, 2021). Não coincidentemente, a ideia de que é necessário um profissional para ajudar as pessoas a alcançar esse potencial máximo só pôde surgir com a ascensão massiva do neoliberalismo.

Os homens pesquisados na presente pesquisa não se denominam *coaches*, mas se colocam como um profissional que pode ajudar no desenvolvimento pessoal da mulher no intuito de conquistar um "relacionamentos de alto valor", como costuma dizer Ítalo Ventura. Portanto, o aparecimento desta figura só se torna possível por causa da existência do sujeito neoliberal, e por esse motivo características desse sujeito sempre acabam implícitas na construção de discurso desses profissionais.

7.1 "VOCÊ TEM QUE DAR O MELHOR DE SI" - MODO DE VIDA NEOLIBERAL

As relações amorosas sempre foram campos férteis para a implementação e perpetuação de ideologias. A ideia de amor romântico, por exemplo, associada à de uma escolha individual, ganhou força, não coincidentemente, em meados do século XVIII, mesma época em que ocorreu o fim de regimes absolutistas, a ascensão da burguesia e a consolidação do capitalismo (Pelúcio, 2022). Portanto, o amor e os afetos podem ser considerados forças políticas e privilegiados campos de disputa para a consolidação e expansão de ideais

Com o neoliberalismo não foi diferente, sua ascensão construiu novas formas de subjetivação e, conseqüentemente, novas formas de se relacionar e de viver. Há, portanto, atualmente, um modo de vida neoliberal constituído por algumas características, a principal delas é uma exaltação do individualismo, que diz respeito a tomar decisões unicamente motivado pelos seus interesses individuais. Na hora de ponderar pontos de vista para isso, o interesse individual sempre é o que mais pesa na balança moral do sujeito neoliberal (Silva Junior, 2020).

Em *stories* do mês de maio de 2022, Ítalo Ventura dá cinco dicas para suas seguidoras de como elas devem fazer o homem ter medo de perdê-las. Em uma delas, ele fala: "**Aprenda a amar a sua companhia**, desenvolva a solidão, solidão é a **dádiva de você**, solidão a falta de você" (*Stories* de Ítalo Ventura, maio/2022). Podemos perceber através dessa dica que "sentir-se suficiente e saber curtir a sua própria companhia" é colocado como um atributo interessante para as mulheres que querem conquistar um "Relacionamento de Alto Valor". Durante alguns momentos da coleta de dados, ao ouvir isso, perguntava-se se havia nesse discurso espaço para alguma noção de autonomia feminina, mas, ao analisar tais falas, pude perceber que essas ideias tinham muito mais relação com a construção do sujeito neoliberal auto suficiente, do que com a construção de uma ideia de mulher com mais autonomia.

A meritocracia também é uma característica no sujeito neoliberal. Como fracasso e sucesso são imputados ao sujeito, a ideia é sempre fazer por merecer o que se deseja e para alcançar, depende única e exclusivamente dos próprios esforços (PELÚCIO, 2022). Em conteúdo postado em seu *stories* no mês de maio de 2022, Cardoso Mundo junta essas duas ideias, ao responder a pergunta de uma seguidora, na figura 18, a seguir.

Figura 18 - *Story* publicado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Podemos perceber a incorporação das ideias neoliberais na pergunta feita, nela fica subentendido que você precisa ter um nível de merecimento para conquistar as coisas na vida, o que antes do capitalismo ficava relegado a uma escolha divina, no neoliberalismo é possível de construir e desenvolver por si só. Na resposta dada por Cardoso Mundo você consegue aumentar isso trabalhando em si mesma, fazendo algo por você, coincidindo com o ideal neoliberal de individualismo e meritocracia.

Em muitos momentos parece contraditório o que eles aconselham a suas seguidoras. Como já analisado em capítulos anteriores, há uma ideia de submissão da mulher ao homem, uma preconização de uma falta de autonomia das mulheres em relacionamentos heterossexuais, porém, como estão inseridos em uma sociedade neoliberal, e de fato representam um profissional porta voz das ideias da mesma, em muitos momentos seus conselhos também vão no sentido de fomentar a construção desse sujeito neoliberal nas mulheres.

Desde o Renascimento, o trabalho passou a ocupar um lugar central na vida das pessoas. Com o avanço do capitalismo, ele tornou-se condição *sine qua non* para a construção de uma identidade autônoma e emancipada. É na modernidade, mesmo período onde o sistema econômico capitalista começa a ganhar forças, que o trabalho, segundo Foucault (2016), vira um "quase-transcendental" na vida das pessoas, ou seja, um elemento central na construção de subjetividade dos indivíduos. No decorrer do tempo essa ideia foi ganhando força, e cada vez mais entendeu-se o trabalho como forma de emancipação e autonomia através da liberdade de escolha de onde desempenhá-lo. Com o neoliberalismo houve alguma mudança na forma como o trabalho é visto, no entanto, ele ainda continua sendo central na vida dos indivíduos, principalmente por causa do consumo desenfreado a que todos nós somos incentivados diariamente. Portanto, para a perpetuação de um sistema econômico derivado do capitalismo, o qual tem como condição necessária para sua sobrevivência a exploração do trabalhador, continuou sendo necessário inculcar na construção de subjetividade a ideia de que o trabalho é inerente e natural ao ser humano (Hilário, 2019).

Como a construção do sujeito neoliberal continua pressupondo a necessidade do trabalho como algo essencial para a dignificação das pessoas, é interessante perceber que mesmo falando sobre relacionamentos amorosos, os homens dos perfis pesquisados aqui falam sobre trabalho. É o que vemos na continuação dos *stories* do perfil Ítalo Ventura, onde o mesmo dá dicas do que as suas seguidoras devem fazer para que os homens tenham medo de perdê-las:

Trabalhe com algo que você gosta, **isso é espiritual né?** Você está contribuindo, você **tá vivendo o seu Dharma**²⁰. Então você é uma pessoa que não tá só sobrevivendo, **você tá vivendo**, isso faz as pessoas sentirem medo de perder você (*Stories* postados no perfil Ítalo Ventura, maio/2022).

Para Ítalo Ventura, o trabalho não é um "quase-transcendental" como conceitua Foucault (2016), ele literalmente eleva o trabalho ao nível transcendental e "dhármico", ser uma pessoa irresistível e ter importância na vida do outro tem relação direta com o que você trabalha. Interessante pensar que até a década de 1930, à mulher branca de camadas médias da sociedade o trabalho fora de casa era negado, porém com o aumento da demanda para o consumo, e os salários cada vez mais defasados, a saída da mulher para o mercado de trabalho virou uma necessidade, e por isso até incentivado pelos perfis aqui pesquisados.

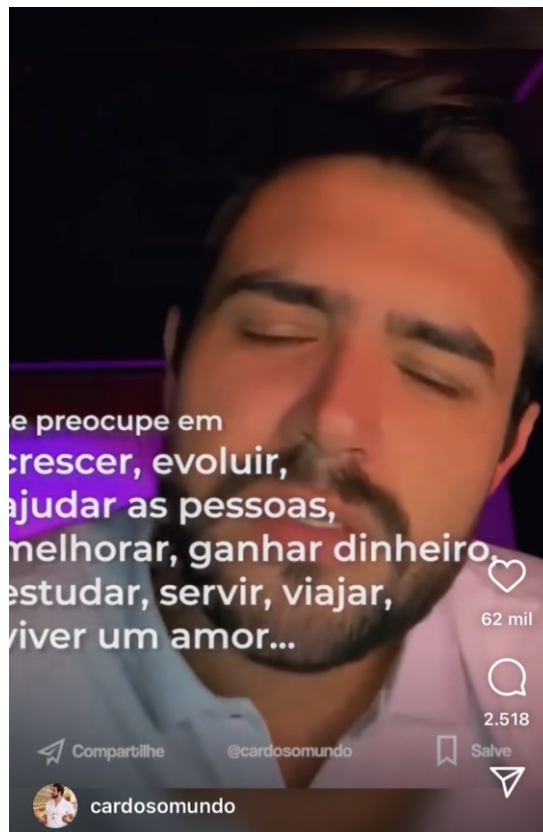
Já o perfil Cardoso Mundo, como já mencionado outras vezes, representante de uma fé cristã, não coloca o trabalho nesse lugar tão central na vida das mulheres. Por mostrar-se entusiasta de ideais conservadores, para ele a função principal da mulher continua sendo "**servir seu marido**" (Fala retirada de vídeo postado no perfil Cardoso Mundo em julho/2022), porém nesse mesmo vídeo (figura 18), comenta:

[...] Preocupa em crescer, preocupa em evoluir, preocupa em ajudar as pessoas, preocupa em melhorar, **preocupa em ganhar dinheiro**, preocupa em estudar, **preocupa em servir a pessoa que está do seu lado**, preocupa em viajar, viver um amor. Porque **quando você se preocupa com traição, você atrai traição pra você**. Faça o seu melhor, porque Deus vai te honrar. **Faça o seu melhor, porque a vida vai te honrar** (Vídeo postado no perfil Cardoso Mundo, julho/2022).

Em um mundo de trabalho cada vez mais precarizado, com salários defasados, aconselhar as mulheres a "ganharem dinheiro" parece ser uma fácil concessão do conservadorismo cristão às mudanças das dinâmicas relacionais do século XXI, em que a mulher também precisa prover (Pelúcio, 2022), mas o trabalho não é colocado aqui como central, apenas o ganhar dinheiro. Há no neoliberalismo uma certa mudança na percepção da centralidade do trabalho na vida das pessoas, ele continua sendo muito importante para a manutenção da ordem econômica vigente, no entanto perde seu caráter central na construção da subjetividade, o importante é ganhar dinheiro, sem necessariamente ter uma conexão com aquilo que se faz, porque no neoliberalismo o que fica mais em pauta vida das pessoas é o consumo (Hilário, 2019).

²⁰ Dharma, ou darma, é uma palavra em sânscrito que significa aquilo que se mantém elevado. Também é entendido como a missão de vida, o que a pessoa veio para fazer no mundo.

Figura 19 - Vídeo postado no perfil Cardoso Mundo em julho/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

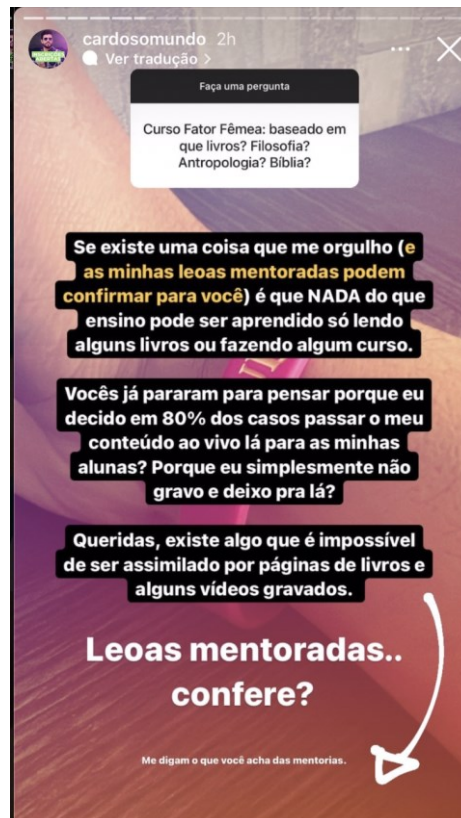
Na fala do *post* de Cardoso Mundo também vemos presente a ideia de que o sujeito é inteiramente responsável por seus fracassos e sucessos. Inclusive, a ideia desse sujeito ser tão central na construção de mundo, pode corroborar a falsa ideia de que até seus pensamentos acabam sendo responsáveis por aquilo que se vive, quando ele fala: "Porque **quando você se preocupa com traição, você atrai traição pra você.**", coloca a culpa da dinâmica de traição de um relacionamento no fato de alguém pensar muito no assunto. Por isso, basta parar de pensar, como se a subjetividade humana girasse em torno de uma racionalidade extrema, caindo novamente em outra característica do sujeito neoliberal, o ego racional (Silva Junior, 2020).

Outra característica do modo de viver neoliberal pode ser entendida através do conceito de "capital humano" que diz respeito ao fato de existir uma imperatividade para que os indivíduos capitalizem suas habilidades e competências. Esse conceito deriva, também, da ideia de sujeito-empresa, ou seja, toda ação do indivíduo deve ser pensada para jogar o jogo do capitalismo (Hilário, 2019). Tal ideia ressignifica a função de uma formação acadêmica na vida social, a centralidade do trabalho gira em torno dos rendimentos que esse possibilita (Silva Junior, 2020).

Portanto, o que importa é o sucesso financeiro, o meio para conseguir isso é insignificante, a presença de uma imagem bem sucedida financeiramente é o que importa. Isso fica claro na construção da imagem dos homens dos perfis pesquisados aqui. Como falado no primeiro capítulo, nenhum deles possui formação em alguma área para se colocarem como especialistas, já teorizei sobre o fato de serem homens, brancos, heterossexuais ser o suficiente para ocuparem esse lugar. Porém, dos anos 1970 até meados dos anos 2000 havia uma necessidade de uma formação específica para se falar sobre relacionamentos, sexualidade, entre outros assuntos. Os médicos, por muito tempo, ocuparam esse lugar (Martins, 2004).

Mas hoje, isso já não é mais necessário, ser bem-sucedido financeiramente, capitalizar as suas habilidades e competências já servem como justificativa. Tal fato fica claro no *storie* postado pelo perfil Cardoso Mundo em junho de 2022, quando ele responde uma seguidora (figura 20).

Figura 20 - *Story* postado no perfil Cardoso Mundo em junho/2022



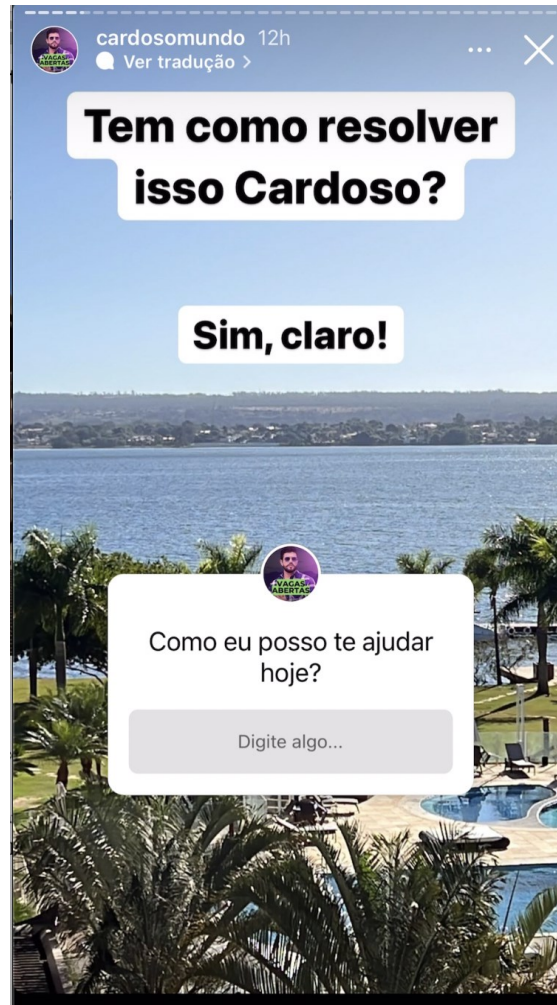
Fonte: arquivo pessoal da autora.

Não é necessário ele falar as referências que usa, porque elas são todas baseadas em sua visão de mundo, e isso basta. Ele conseguiu tornar-se o sujeito-empresa tão preconizado

pelo neoliberalismo, e hoje consegue ter sucesso financeiro e prosperar por causa disso. Interessante refletirmos que talvez esse seja um dos motivos para a mistura de muitas visões de mundo nos conselhos dados. O importante é captar cada vez mais clientes e faturar cada vez mais, acumulando capital, obedecendo, assim, os imperativos do modo de ser neoliberal. Para exemplificar, trarei aqui cinco *stories* postados seguidos um do outro, mas que podem ser interpretados como contraditórios entre si.

Figura 21 - Sequência de *stories* postados no perfil Cardoso Mundo em julho/2022





Fonte: arquivo pessoal da autora.

Nesses *stories* iniciais ele afirma que as mulheres possuem bloqueios em fazer as coisas sozinhas, e que isso é um problema. Inclusive as imagens de fundo dos *stories* são de um lugar onde ele está hospedado, em uma das muitas viagens que realiza sozinho e mostra em seu perfil. Logo depois de sinalizar esse problema, responde que tem como resolver isso e abre uma caixinha de perguntas para que ele “ajude” as seguidoras. Convenientemente, na primeira pergunta selecionada vem: "Como desbloquear então?". Ele segue dando a solução para as mulheres:

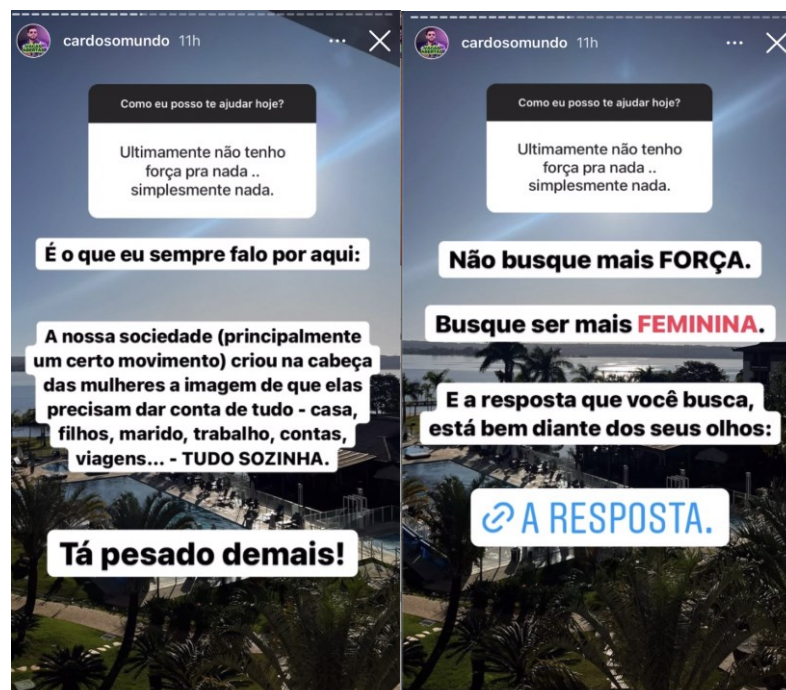
Primeiro entenda o que é um bloqueio, um bloqueio é um evento, algo que aconteceu na sua vida lá atrás, e teve forte impacto emocional. Esse forte impacto emocional, causou um bloqueio em você, é como se você tivesse um dia andando, caiu, bateu a cabeça, perdeu a memória. Agora você está bloqueada porque você sofreu um forte impacto. Como você faria para poder recuperar a memória, como você faria pra poder desbloquear? Passaria por outra experiência com forte impacto emocional, então se você caísse de novo, já viu o filme? Bateu a cabeça de novo, 'Caramba, agora eu lembro de tudo'. e um desbloqueio é a mesma coisa, **a gente passa por uma experiência, que vai gerar em você um forte, forte, forte, impacto emocional, porque a**

gente vai acessar as emoções que estão reprimidas, e a partir desse momento, que você tem forte impacto emocional, você consegue desbloquear. É isso que a gente faz dentro do fator fêmea (*Stories* postados no perfil Cardoso mundo, julho/2022).

Então, ele apresenta o problema, que às vezes nem existia para sua seguidora, e logo em seguida apresenta a solução que, coincidentemente ou não, está dentro do curso vendido por ele. Porém, alguns *stories* depois, na mesma sequência, ele responde outra pergunta, como podemos ver na figura 22.

Parece-me contraditório ele falar em um *storie* que as mulheres não sabem fazer coisas sozinhas porque têm bloqueios - e vender a solução para isso - para, logo em seguida, falar sobre "um certo movimento" que ensina as mulheres a fazerem tudo sozinhas, sobrecarregando-as, problema para o qual ele também dá a solução. Durante a coleta desses materiais, eu não havia me atentado a essa construção, que parece proposital para a venda de um curso. Durante todo momento, pareciam conselhos pessoais - e não uma jogada de marketing -, que para mim não faziam sentido, mas para quem o segue e os compra (literalmente) sim. O que importa é capitalizar, lucrar, acumular capital, se para isso a construção for contraditória, pouco importa, o objetivo é acumular milhões de reais na conta (fato que, após um tempo - em que já havia encerrado a minha coleta - o perfil passou a enfatizar bastante).

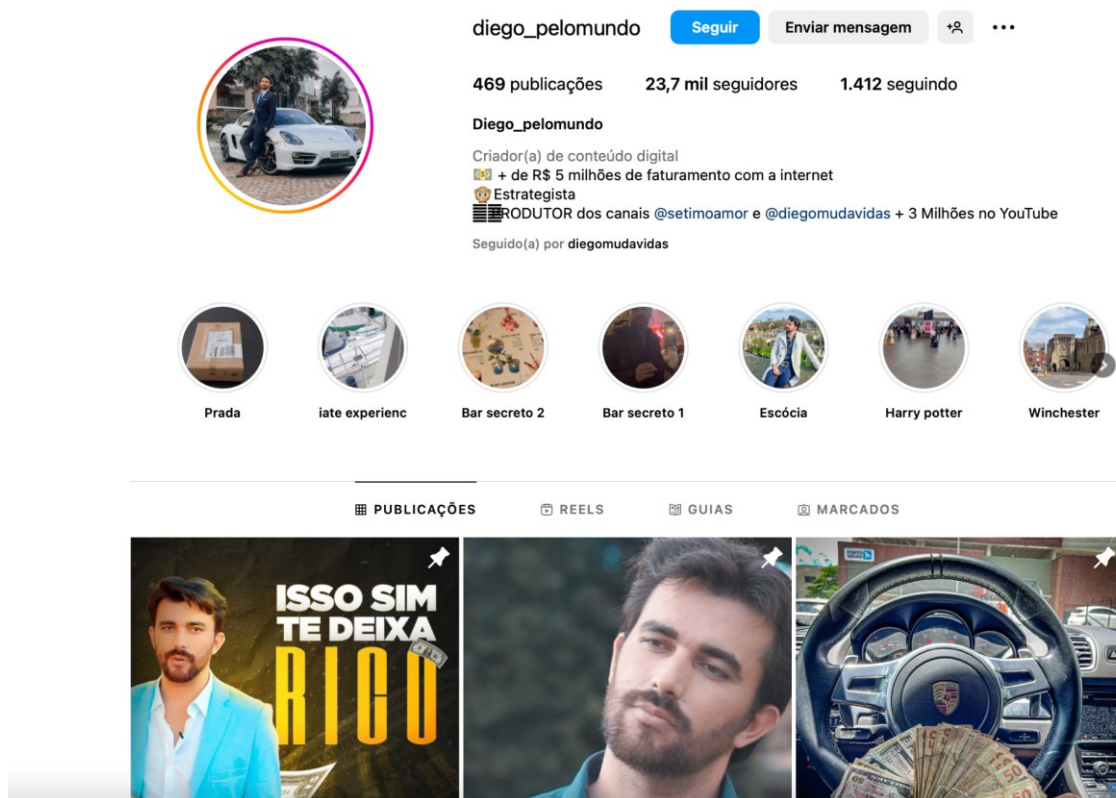
Figura 22 - Sequência de *stories* postados no perfil Cardoso Mundo em julho/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Durante esse ano, ao ver os posts do perfil Diego Muda Vidas, me deparei com um perfil secundário de Diego no qual ele dá dicas de como enriquecer, podemos imaginar que questões ligadas à construção de um sujeito neoliberal ficam mais evidentes no perfil secundário do que no perfil pesquisado por mim.

Figura 23 - Perfil secundário de Diego Muda Vidas, setembro/2023



Fonte: arquivo pessoal da autora.

O acúmulo de capital é central na construção social e subjetivação individual do capitalismo, e por consequência do neoliberalismo. Mas o capital não é apenas o econômico. Para Pierre Bourdieu (2013), existem vários tipos de capital, entre eles o capital simbólico, que diz respeito a atributos que a pessoa tem e que conferem a ela um prestígio e honra sociais, por exemplo: um sobrenome que vêm de uma família importante, ser membro de uma família com prestígio social, ou até mesmo, ocupar um cargo que confere um poder social para aquela pessoa. Conquistar um relacionamento dos sonhos pode ser considerado um capital simbólico, sinônimo de sucesso e prestígio social, principalmente para as mulheres. Portanto, qualquer caminho tomado para consegui-lo é justificado, porque o objetivo final é esse: acumular esse

capital simbólico para ter a sensação de obtenção de sucesso na vida pessoal. Por isso, ao falar sobre os relacionamentos amorosos, esses homens usam uma linguagem muito parecida com a linguagem do mundo dos negócios, como se houvesse um paralelo entre o acúmulo de capital material através do trabalho, e o acúmulo de capital simbólico, no caso das mulheres, através de um relacionamento heterossexual.

7.2 "PORQUE QUANDO VOCÊ ESTÁ COM OUTRA PESSOA, O SEU VALOR SOBE"- RELACIONAMENTO AMOROSO COMO MODELO DE NEGÓCIOS

Como já mencionado anteriormente, o sujeito do neoliberalismo é o sujeito-empresa. Somos diariamente atravessados por uma lógica que nos incentiva a administrarmos nossa vida como se fôssemos uma empresa. Um exemplo disso é o surgimento, na sociedade brasileira, da figura do MEI - Microempreendedor Individual, em 2008, que foi institucionalizado pensando na legalização dos trabalhadores informais (Machado, 2020). Porém, colado com a ideia do sujeito neoliberal, passou a fazer parte da forma de contratação de várias empresas, que acabam por não arcar com direitos trabalhistas e precarizam a situação do trabalhador. Todavia, tal ideia sai do campo apenas das relações de trabalho e atravessa o campo das relações amorosas quando falamos no tipo de relacionamento preconizado e vendido através dos conselhos dados pelos perfis analisados por mim. Nele, as pessoas viram, de fato, "microempreendedoras individuais" dos relacionamentos que passam a construir.

A linguagem utilizada para dar os conselhos, em muitos momentos, se assemelha à linguagem utilizada no mundo dos negócios. Podemos perceber isso em um vídeo postado pelo perfil Diego Muda Vidas, em julho de 2022, transcrito a seguir:

Homem pede em namoro por medo de perder para outro? Será que gosta ou é ego?" Olha, existem dois motivos pro [sic] homem pedir realmente em namoro: **um é medo de perder mesmo**, e outro é quando ele está apaixonado. **Mas grande parte dos homens pede em namoro por medo de perder para outro.** Agora, se ele sabe que você está ficando com outro, provavelmente ele vai pedir você em namoro porque ele sabe que tem chances de você acabar namorando outro deixando ele [sic] de lado. Porque **quando você está com outra pessoa, você mostra que também você tem outras opções, o seu valor sobe.** Tem homens que vão parar de ficar com você sabendo que você tá ficando com outro, porque ele se sente enrolado também... Tem isso também, quando o cara tá apaixonado, a última coisa que ele quer é se sentir enrolado. Porque ele tá [sic] se dedicando, dedicando mais tempo e energia em você. Então toma cuidado com isso. **Mas homem pede em namoro por medo de perder sim pra outro** (Post em vídeo do perfil Diego Muda Vidas, julho/2022).

A maneira como Diego Muda Vidas responde a sua seguidora parece saída de um conselho para alguém que está querendo vender algum produto. A lógica passada é a da Lei da Oferta e da Procura, ou seja, quanto mais uma mulher é procurada pelos homens, mais o seu valor de mercado sobe e, conseqüentemente, mais homens se interessarão e até disputarão o lugar ao lado dela. Aqui cabe uma reflexão de que essa ideia é perpassada também pelo conceito da mulher enquanto um objeto, porém nesse capítulo me restringirei a discorrer sobre a ideia dos relacionamentos amorosos como modelos de negócio.

No neoliberalismo, o trabalhador passa ao status de mercadoria e fica suscetível às flutuações do mercado. Essa vulnerabilidade frente a essas variações, provoca uma insegurança, podendo levar o trabalhador a construir uma relação de dependência com o patrão e, por vezes, a se submeter a exigências cada vez maiores em nome da manutenção desse lugar. Conseqüentemente, transfere-se os riscos desse sistema para o próprio sujeito, responsabilizando-o por seu sucesso ou fracasso (Lovato, 2019). Ainda que isso se refira às relações de trabalho, podemos pensar em um paralelo com a relação heterossexual preconizada pelos perfis aqui pesquisados, pois as relações entre homens e mulheres também são relações de poder. Portanto, ao utilizar uma linguagem dos negócios para se referir a relações afetivo-sexuais, colocam as mulheres em uma posição de vulnerabilidade, onde o que elas fazem pode ditar o sucesso ou fracasso das suas relações amorosas.

Essa noção de valor também aparece em um *storie* postado pelo perfil Ítalo Ventura no mês de maio de 2022, uma seguidora perguntou: "Do nada terminou e me bloqueou no whats. Sinto-me um lixo". Ele responde: "Aí que tá o erro, né? O seu valor então tá atrelado ao que a pessoa faz ou deixa de fazer? Não é você que deveria dar o valor nas suas coisas? **Você acha que alguém vai dar o preço da minha mentoria, ou o preço das minhas aulas? Não, eu que dou o preço**".

Ao responder a pergunta da seguidora, Ítalo utiliza a mesma lógica do seu negócio. Para ele, a mulher deve construir o "Relacionamento de Alto Valor", com base em preceitos que ele utiliza para vender os seus cursos e mentorias - ela que tem que "dar o preço". De acordo com Trent Hamann (2012), é esperado do indivíduo no neoliberalismo assumir os valores baseados no mercado em todas as esferas da sua vida. O *homo economicus*, sujeito neoliberal, é plenamente responsável pela tomada de decisões racionais, baseadas em uma ideia de custo-benefício, suprimindo os demais valores e interesses que possam estar implicados nessa decisão. É exatamente isso que podemos perceber no conselho dado por Ítalo Ventura. Ele transpõe uma lógica de decisão que ele utiliza na estruturação do seu negócio, que muitas vezes

têm mais possibilidade de ser racional, para a lógica dos relacionamentos amorosos, onde podemos encontrar uma maior influência de outras questões, não tão racionais.

Importante pontuar que apesar de na lógica neoliberal cada sujeito ser colocado como único responsável pelos seus sucessos e fracassos, nos relacionamentos amorosos a maior responsabilidade continua recaindo sobre as mulheres. Porém, com o imperativo de liberdade de escolha, as desigualdades entre homens e mulheres na construção do relacionamento passam despercebidas. De acordo com Larissa Pelúcio (2022), mesmo que a gente tenha a lógica neoliberal fortemente ditando os rumos das relações, ainda permanece no jogo amoroso a ideia culturalmente construída de que as mulheres, principalmente aquelas em um relacionamento heterossexual, são as únicas responsáveis pelo sucesso e gestão emocional dos relacionamentos (Miguel, 2012).

Ainda pensando na linguagem utilizada para dar os conselhos, em um vídeo postado em seu perfil no mês de junho de 2022, Diego Muda Vidas responde a uma seguidora que pergunta: "Ser boa de cama e fazer bem feito prende o homem?". Sua resposta vai transcrita a seguir:

Prende, prende mas não fideliza, deixa eu te explicar. Quando a mulher faz bem feito na cama e sabe os pontos certos que dão prazer no homem, pode acabar disparando na mente dele se saber fazer da forma certa, o hormônio ocitocina. Esse hormônio causa a sensação de prazer, felicidade, pessoa relaxada. Esse hormônio é o mesmo hormônio que é disparado quando a pessoa usa droga, por exemplo. Então ela sente: aí aquele prazer momentâneo, né? E acaba ficando viciada naquele tipo de entorpecente. **Você pode causar o mesmo efeito no homem, fazer ele ficar viciado ao ponto de não tirar você da cabeça: "eu quero, eu quero de novo", sabe? Mas existe uma forma de fidelizar esse homem e eu mostro em um dos meus métodos avançados** (*Post* do perfil Diego Muda Vidas, junho de 2022).

Quando ouvi a palavra "fidelizar", logo pensei na fidelização de clientes, mas ele não está falando sobre isso, está dando conselhos para a conquista de um relacionamento duradouro. Vejamos uma definição da fidelização de clientes:

O tema "fidelizar clientes" às vezes é confundido com satisfação, sendo que fidelização é um relacionamento de longo prazo, enquanto que satisfação pode ser realizada em uma única negociação, o que não impede o fato do cliente poder procurar uma empresa concorrente" (Oliveira; Santos, 2014, p. 5).

Parece-me muito similar ao conselho que Diego quer dar para as mulheres, uma vez que ele diz que "fazer bem feito" pode até prender um homem, ele inclusive dá uma resposta que tem relação com satisfação, porém fidelizar esse homem é diferente, e claro que somente no método avançado vendido e ensinado por ele é que é possível aprender a fazer isso.

O relacionamento amoroso, na visão desses perfis, se torna de fato um negócio a ser administrado, e a mulher a principal gestora dessa relação. Nessa lógica, podemos falar também de uma uberização das relações afetivo sexuais, é o que propõe Pelúcio (2022) em seu artigo, ao fazer um paralelo entre o aplicativo Uber e a forma como estão sendo construídas as relações. Por mais que ainda se tenha um apego ao ideal romântico, as transformações bruscas que ocorreram na sociedade contemporânea pedem por uma ampliação do nosso vocabulário. A uberização é um adjetivo surgido com a explosão de trabalhadores liberais ligados a um aplicativo (Uber) de transporte individualizado sob demanda. Essa virou a maior referência de precarização do trabalho, pois com a promessa de maior flexibilidade e liberdade de escolha, muitas pessoas migraram para esse tipo de trabalho, para ao final tornarem-se "proletários digitais sem direitos trabalhistas e trabalhando" (Pelúcio, 2022, p. 206).

Hoje nos relacionamentos, encontramos uma ideia de maior liberdade e flexibilidade, a qual em um primeiro momento talvez parecesse um avanço com relação a uma lógica de submissão das mulheres, por exemplo. Porém, assim como com o decorrer do tempo houve uma precarização do trabalhador, houve também uma precarização dessas relações, principalmente através da vulnerabilidade à qual as mulheres estão sujeitas devido à possibilidade de viver mais livremente seu desejo sexual. Tal liberdade não contribuiu para a autonomia das mulheres e seus desejos, mas veio para servir mais uma vez à vontade dos homens. O que era pra ser sinônimo de mais liberdade sexual, tornou-se uma impossibilidade de falar não. Porque no final não era sobre liberdade, mas sim sobre a exploração do corpo e desejo das mulheres nesse caso.

O mais interessante dessa ideia de relacionamento amoroso como modelo de negócios apareceu para mim quando pude constatar que, durante um período, o perfil Cardoso Mundo deixou de focar em relacionamentos amorosos e começou a dar conselhos sobre empreender, ganhar dinheiro e ter liberdade financeira. Inclusive, desenvolveu um curso com esse objetivo (figura 24).

Figura 24 - *Story* postado no perfil Cardoso Mundo 2²¹



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Eu comecei a questionar: como um homem que se dizia especialista em relacionamentos e que poderia auxiliar as mulheres a conquistar um relacionamento de verdade - pautado nos preceitos cristãos - consegue começar a falar sobre negócios, empreendimento e passos para tornar-se milionária com tanta facilidade? A resposta é simples: a lógica utilizada para ambas as coisas é a mesma, até a linguagem em alguns momentos é parecida, porque tanto ficar milionária quanto conquistar um relacionamento, no neoliberalismo, tem relação com acúmulo de capital, seja ele material ou simbólico. Não importa a área da vida que as pessoas procuram conselhos, é a lógica empresarial que atravessa tudo e dita as regras do jogo.

A literatura tem apontado que a expansão do alcance do capitalismo neoliberal se faz por meio da captura de discursos que estão em voga e ganhando força. Assim, encaixa-se com diferentes visões de mundo, sem se importar se são contrários aos seus ideais (Lovato, 2019). É o caso do discurso feminista, houve uma cooptação pelo neoliberalismo desse discurso de

²¹ Em determinado momento da pesquisa, Cardoso Mundo teve seu perfil desativado pela plataforma Instagram, fez então um perfil "reserva" chamado Cardoso Mundo 2, para a postagem dos mesmos conteúdos do perfil principal, por esse motivo acabei seguindo os dois perfis.

"empoderamento feminino" e um esvaziamento do mesmo com o intuito de vender sua lógica em uma embalagem diferente. Podemos perceber isso nos discursos dos perfis pesquisados aqui, porque para eles também pouco importa o que se está vendendo, o importante é faturar e acumular cada vez mais capital.

7.3 "TENHA SONHOS, NÃO FAÇA DE UM HOMEM O SEU SONHO" - A COOPTAÇÃO DO DISCURSO FEMINISTA

Terminar a análise do material dos perfis discorrendo sobre a cooptação do discurso feminista é no mínimo curioso, porém é exatamente isso que vemos acontecer quando falamos sobre o modo de vida neoliberal. Os homens aqui pesquisados não dão seus conselhos gratuitamente, o fazem pensando na venda de seus cursos. Portanto, há uma lógica de negócio implicada na construção dos mesmos. De acordo com Marina Martins e Samile Vanz (2021), atualmente, há uma abordagem muito utilizada por quem trabalha com vendas, que é a criação de uma persona, isso consiste na criação de um arquétipo pensando no público estratégico para a venda do seu produto. Esse é criado a partir de informações coletadas com os potenciais ou reais compradores.

É importante entendermos esse conceito para perceber que os perfis aqui analisados compreenderam quais mulheres compõem a sua persona, e com base nisso produzem seus conteúdos. Como todos eles se reportam a uma mulher da contemporaneidade, há alguns discursos feministas que já estão incorporados e que não cabe mais falar diferente disso. Um exemplo é o fato de que o perfil Cardoso Mundo - que se identifica como cristão - traz presente em seu discurso elementos de um conservadorismo, porém associados a um neoliberalismo (Santos; Mottin; Silva, 2022), atacando, em muitos momentos, o movimento feminista e seus conselhos (figura 25).

Figura 25 - Sequência de *stories* postados no perfil Cardoso Mundo em julho/2022

Fonte: arquivo pessoal da autora.

Ele coloca o feminismo como responsável por "acabar" com a autoestima das mulheres, e logo em seguida fala que concorda com o motivo que, segundo ele, levou o feminismo a lutar: "libertação das mulheres". Em outro momento, responde a pergunta de uma seguidora que se diz mãe, conforme podemos ver na figura 26.

Figura 26 - *Story* postado no perfil Cardoso Mundo em maio/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

Apesar da pergunta da seguidora vir com o termo "mãe solteira", Cardoso Mundo responde utilizando o termo "mãe solo", que só surgiu "na tentativa de desconstruir a definição pejorativa e relacionada ao estado civil" (Silva; Cassiano; Cordeiro, 2019), ou seja, também fruto de discussões e debates que iniciaram dentro do movimento feminista. Ele literalmente se apropria de um discurso do feminismo ao mesmo tempo que ataca o movimento como responsável pelos males das mulheres. A figura 21 exposta anteriormente também demonstra um outro momento em que ele ataca o movimento, falando que "a nossa sociedade (**principalmente um certo movimento**) criou na cabeça das mulheres a imagem de que elas precisam dar conta de tudo [...] **Tá pesado demais**" (*Storie* postado no perfil Cardoso Mundo em julho de 2022).

Em vários momentos, Cardoso Mundo fala sobre violência contra a mulher e se mostra muito contrário a isso, e advoga a favor dos direitos das mulheres.

Figura 27- Post do perfil Cardoso Mundo publicado em julho/2022



Fonte: arquivo pessoal da autora.

A luta das mulheres em busca de seus direitos entre os anos 1970 e 1980 teve como um dos focos o combate à violência contra as mulheres. Os movimentos sociais, nesse momento histórico, representavam formas de resistência política. Com a abertura democrática no país, intensificou-se a busca pela criação de políticas públicas de proteção da mulher em cenários de violência. Em 2006, um marco divisor no combate à violência contra a mulher aconteceu com a promulgação da Lei Maria da Penha (Mello, 2018). Desde então, muito se avançou no debate e houve uma ampliação do discurso de que violência contra as mulheres é algo inadmissível. Vemos então a captura de vários discursos que surgiram através das lutas feministas por um perfil que se declara cristão e que, ao mesmo tempo, utiliza de outros discursos que vão de encontro a essas mesmas lutas.

O perfil de Diego Muda Vidas também se apropria de um discurso muito recorrente na mídia quando se fala sobre direito das mulheres, o discurso do "empoderamento". Vale

ressaltar que o capitalismo captura determinados discursos com o objetivo de seguir suavizando os mesmos, para que fiquem palatáveis para as grandes massas, sem a necessidade de grandes reflexões e, também, para remover qualquer resquício de um discurso anticapitalista que possa haver neles (Andrade, 2019).

Em vídeo postado em seu perfil no mês de junho de 2022, Diego aparece segurando dois cachorros em coleiras e fala algo já mencionado no capítulo dois do presente trabalho, mas o mais interessante para a análise feita aqui é a legenda colocada no vídeo postado:

O empoderamento feminino é constituído de ações tomadas por mulheres que não se deixam ser inferiorizadas pelo seu gênero e tomam atitudes que vão contra o machismo imposto pela sociedade. Ter opinião, tomar decisões e buscar sempre o que é melhor pra você, é sempre fundamental (Legenda de vídeo postado no perfil Diego Muda Vidas, junho/2022).

Depois de já ter dito que a mulher não pode se mostrar muito independente, pois isso assusta o homem, ou que a mulher tem que entender que o que provoca desejo no homem é ele saber que ela tem desejo por ele, Diego Muda Vidas traz um conceito importante para os mais variados feminismos.

O problema é que esse conceito teve seu sentido esvaziado, não mais fazendo referência à luta pelos direitos das mulheres, fazendo com que muitas marcas, pessoas, instituições o utilizem no intuito de arrecadar dinheiro. Comprovadamente, por ano, bilhões de dólares são arrecadados utilizando o termo "empoderamento" (Moraes, 2018). Ele não sabe qual a origem e história desse termo, mas sabe que a persona que ele montou já incorporou a necessidade do "empoderamento" em sua vida. Por esse motivo, o termo encontra-se meio deslocado entre conteúdos que reforçam o lugar de submissão da mulher nas relações heterossexuais.

Ítalo Ventura também compreendeu a necessidade de utilizar alguns discursos feministas e, ao mesmo tempo que aterroriza as mulheres com a possibilidade de ficarem sozinhas, como apresentei no segundo subtópico do primeiro capítulo, também as aconselha: “Tenha sonhos, **não faça de um homem o seu sonho**, a sua vida **tem que ter um sonho**, qual a sua meta? Onde você quer chegar daqui há um ano? Faz ele ficar com medo de perder você” (*Stories* postado no perfil Ítalo Ventura, maio/2022).

Depois de toda a análise feita, pretendo encerrá-la com essa frase de um dos perfis, para demonstrar a complexidade desse tema, e da construção dos mesmos que parecem em um primeiro momento rasos. Conseguir juntar essa figura com discursos feministas só é possível em uma sociedade neoliberal onde a centralidade está no consumo desenfreado e acumulação de capital (simbólico e material).

Temos a figura de um homem que se apresenta como cristão e em muitos momentos emite opiniões conservadoras, mas que, ao mesmo tempo, ensina as mulheres a ficarem milionárias e diz para elas o quanto é importante que elas não se submetam a relacionamentos violentos. Também encontramos um homem que ensina as mulheres a como se relacionar sexualmente com outros homens, sempre priorizando o que eles gostam e querem, mas que consegue encaixar, meio perdido entre seus conteúdos, o conceito de "empoderamento". Por último, vemos um perfil que, em um primeiro momento, foi o que menos me incomodou, mas depois proferiu um dos discursos mais difíceis de transcrever, falando sobre o quão solitárias mulheres que não têm um relacionamento irão ser no futuro, para logo em seguida ensinar essas mesmas mulheres a não pautarem suas vidas em um homem.

A disputa por um lugar ao sol ganhou níveis competitivos tão extremos que hoje é possível encontrar esse tipo de contradição sendo vendida por homens sem nenhuma formação, a preços exorbitantes, com o objetivo de enriquecê-los, tudo isso em uma embalagem bem bonita de falsa preocupação com o bem-estar das mulheres. A dica que fica é: se encontrar um homem branco, heterossexual, de classe média/alta, proferindo palavras que parecem saídas de manuais do século passado e que poderiam, ao mesmo tempo, estar em livros do feminismo liberal, FUJAM PARA AS COLINAS!

8 CONCLUSÃO

O que acreditei ser somente machismo, quando escolhi os perfis de homens que se diziam especialista em relacionamento para mulheres, para me debruçar e analisar, se mostrou um fenômeno muito complexo e atravessado por diversos discursos vigentes, hegemônicos e potentes em nossa sociedade. Pude me aprofundar em assuntos como a construção da figura do influenciador digital e sua influência na vida das pessoas, até a utilização de discursos do feminismo para vender cursos e a promessa de um "felizes para sempre".

"Os homens explicam tudo pra mim" é o título do livro de Rebecca Solnit (2017) que inspirou o título desta dissertação, porque eles de fato explicam tudo para as mulheres, sua principal missão é ensiná-las a como encontrar e manter um relacionamento nos moldes mais tradicionais possíveis, com direito a frases de efeito como: "Esse ano vai ser o ano do sim", "Faço ele te pedir em namoro em 12 semanas" ou "Mulher, você fala demais". Porém seus conselhos abrangem uma infinidade de assuntos que fomentam a construção de um modo de ser. Mas o que afinal está implicado na construção dessa ideia de relacionamento e na perpetuação do lugar central do homem, branco, heterossexual, cisgênero e de uma classe média alta brasileira na vida de milhões de mulheres que os seguem?

A primeira característica encontrada nos perfis, que também configura uma certa semelhança entre eles, é a presença de elementos constitutivos de uma masculinidade hegemônica, e ao mesmo tempo, da figura do influenciador digital. Esses perfis estão inseridos na rede social Instagram, e essa apesar de trazer elementos de outras formas de mídias que já foram muito utilizadas, também tem em si algumas características inéditas, uma delas é a figura do influenciador digital.

Os influenciadores digitais são pessoas que têm uma autoridade em determinado assunto apenas por serem quem são e compartilharem com seus seguidores seu estilo de vida e rotina. Mas para além disso, influenciam tomadas de decisões entre seus seguidores, além de serem importantes formadores de opiniões. O que antes ficava relegado a uma pequena parcela da população - como políticos, celebridades da televisão, cantores, jornalistas - ampliou-se para qualquer pessoa que consiga entender o jogo que deve ser jogado na rede social e que tenha engajamento.

Os perfis pesquisados por mim não se dizem influenciadores digitais, porque eles têm uma diferença importante quando comparados com essa figura: o fato de não fazerem publicidade para produtos de outras marcas em seu perfil. Eles utilizam a rede social como uma forma de construção de público dos cursos que dão, e publicizam única e exclusivamente o

material produzido por eles. Então, utilizam seus perfis como uma grande "vitrine" para os serviços oferecidos, porém, como não possuem formação alguma que justifique sua expertise no assunto, precisam construir uma imagem atrelada a um estilo de vida que fortaleça a sua imagem de especialista sem especialização alguma. Para a criação dessa, utilizam elementos de uma masculinidade hegemônica. Dessa maneira, a justificativa para o seu lugar de "mentor" fica atrelada ao fato de serem homens "bem-sucedidos" quando pensamos na construção dessa masculinidade.

Cada um deles ficou para mim representado por uma insígnia dessa masculinidade: Diego Muda Vidas, "O viril"; Ítalo Ventura, "O pai de família" e Cardoso Mundo "O milionário", todos eles utilizam das outras marcas em determinados momentos, porém suas imagens têm sustentação nas mencionadas acima. O homem viril, o homem provedor e o homem milionário, juntos formam os cavaleiros do apocalipse patriarcal. Brincadeiras à parte, porque essa foi a minha sensação, eles precisam a todo momento fortalecer esses marcadores da masculinidade hegemônica para que suas seguidoras não esqueçam o que legitima o lugar deles enquanto mentor na vida delas.

O mais interessante disso tudo é que, esteticamente, eles são parecidos: estilo de roupa, corte de cabelo e barba, trazendo consigo marcados em seu visual também dessa masculinidade hegemônica. A construção desta pressupõe a construção de uma feminilidade subordinada, é a partir daí que eu começo a analisar: qual mulher é merecedora desse final feliz?

A primeira grande característica da construção dessa feminilidade subordinada é um apego a discursos que reduzem homens e mulheres a seres biológicos, e com isso perpetuam muitos preconceitos e ideais eugenistas, visto que houve um fortalecimento da tentativa de redução de comportamentos humanos a puramente biológicos no século XX. Suas seguidoras, além de procurar saber o que devem fazer para conquistar seus finais felizes, também tentam entender a mente dos homens.

A partir disso, argumentos utilizando comportamento dos "homens das cavernas", hormônios masculinos e femininos, "energia feminina e masculina" são a via de regra para dar explicações à ansia delas em entenderem o porquê de os homens com quem se relacionam apresentarem determinados comportamentos. A sexualidade para eles não tem nenhum componente cultural ou social envolvido: da mesma forma que os homens das cavernas se relacionavam, os homens de hoje continuam fazendo.

E o que é necessário para isso mudar? As mulheres entenderem que isso é natural e se moldarem a essa imagem. Além de compararem os homens com homens das cavernas, também utilizam metáforas do mundo animal para exemplificar comportamentos humanos, e enquanto

fazem isso utilizam da linguagem para simbolizar aquilo que estão aconselhando, ou seja, sem perceberem, a ideia de homem igual a bicho não faz sentido a partir do momento que se dá significado para os comportamentos através de uma linguagem construída socialmente. Um dos perfis é composto por um homem que se coloca como cristão, então também encontrei argumentos saídos da bíblia para a construção de um ideal de feminilidade.

Nos conselhos dados também está muito presente a ideia da mulher subordinada ao homem, e não diretamente através de uma submissão, porque como vimos no último capítulo, eles utilizam discursos do feminismo para vender seus cursos também. Mas qualquer comportamento que eles consideram desejável para as mulheres na conquista de um relacionamento, está sempre relacionado ao que o homem espera da mulher. Há sempre um aviso de cuidado para as mulheres, com relação ao que ela deseja, porque esse desejo torna-se perigoso na hora da conquista. Além de que toda construção da vida da mulher centra-se na conquista de um relacionamento heterossexual, a imagem da mulher solteira é sempre colocada em um lugar de alguém digno de pena e aguardando seu "Homem de Alto Valor". A mulher permanece em uma posição passiva diante da sua vida, porque caso isso não ocorra, o preço a se pagar é a solidão e amargura eternos, Ítalo Ventura fala: "E você se vê aos 40, quem vai ficar com você no hospital?". A atmosfera que se cria é quase de ameaça de morte pra mulher que fica sem um homem ao lado durante a sua vida.

Chegamos então ao terceiro discurso que atravessa toda construção desses perfis: Os perigos da mulher que deseja. Não há espaço para a construção de uma existência que não esteja atrelada e subordinada ao desejo do outro, nesse caso, o outro é sempre um homem. Como diz Chimamanda Ngozi Adichie: "Espera-se que eu faça as minhas escolhas levando em conta que o casamento é a coisa mais importante do mundo" (2015, p. 35), essa é a ideia que fomenta inclusive a existência desses perfis para ensinarem as mulheres a conquistarem esse lugar. A legitimação de que serão felizes, prosperarão e estarão completas, está sempre atrelada à instituição do casamento. Não há espaço nos conselhos dados para a construção de uma existência enquanto mulher diferente disso. Confinar uma pessoa com todas as suas potencialidades, a uma única possibilidade de existência, é tolher a potência da complexidade implicada na existência humana. Diante disso, é possível dizer que os conselhos dados pelos perfis aqui pesquisados representam, também, conteúdos misóginos.

Apesar da misoginia não ser um fenômeno recente, apenas há pouco tempo começou-se a produzir academicamente sobre a mesma ao tentar conceituá-la. Porém, algumas características podem ser apontadas como sendo parte deste fenômeno que atravessa os mais variados tipos de violência a que as mulheres estão expostas diariamente: "ódio/aversão à

mulher; domínio masculino; discurso essencialista da mulher/discurso generalista; recusa ao feminino; patologia do desprezo contra mulheres; violência/preconceito; fala difamatória de mulheres, e desprezo/inveja da capacidade reprodutiva" (Souza; Petrolí; Magalhães, 2022, p. 247). Confinar nós, mulheres, nossos desejos e prazeres a uma única forma e figura é, para mim, uma forma de matar aos pouquinhos cada uma de nós, e o ódio em sua representação mais fiel é o desejo de exterminar.

Ainda, como a subordinação das mulheres caminha de mãos dadas com a ideia do capitalismo, sendo o neoliberalismo uma de suas formas contemporâneas, analisei a influência dessa forma atual de subjetivação na construção desses perfis e dos conselhos dados. Em tudo que falam está pressuposto a ideia das mulheres como empresárias de si mesmas e, mais ainda, colocam o relacionamento equiparado a um modelo de negócios ao utilizar uma linguagem parecida com esse universo em seus conselhos. Aqui as mulheres não ficam sendo apenas empresárias de si mesmas: com o relacionamento heterossexual monogâmico colocado como algo que confere valor para elas, a gestão desse relacionamento também se torna sua responsabilidade. Portanto, as mulheres viram empresárias de sua vida e gestoras dos relacionamentos que empreendem (utilizei essa palavra propositalmente porque relacionamento vira negócio nas palavras deles).

Essa ideia neoliberal é tão essencial para a construção da imagem e dos conselhos desses homens que dois deles também se arriscam dando conselhos financeiros e ensinam as pessoas a como ficarem milionárias. Diego Muda Vidas tem um perfil secundário onde ostenta todas as coisas que conseguiu adquirir com seu sucesso na internet e vende isso como sendo acessível a todos que fizerem seus cursos. Já Cardoso Mundo além de dar conselhos sobre relacionamento, também vende um curso para ensinar as mulheres a serem milionárias. Pode-se, assim, conjecturar que o que permite que dois homens, que se colocam como mentores de relacionamento para mulheres, sejam também mentores financeiros, é o fato de que o modo de ser neoliberal atravessa todas as áreas da vida das pessoas, e os objetivos são muito parecidos, portanto, a linguagem utilizada e os conselhos dados podem ter um viés semelhante.

Durante a realização da presente pesquisa, pude participar da banca de defesa da dissertação de uma colega de núcleo de pesquisa, sobre grupos masculinistas na Deep Web²², que consistiam em postagem e disseminação de ideias tão misóginas, que alguns conteúdos de fato falavam sobre a necessidade de matar as mulheres (Amato, no prelo). E, assim, comecei a refletir sobre possíveis paralelos entre a minha pesquisa e a dela.

²² <https://www.kaspersky.com.br/resource-center/threats/deep-web>.

Enquanto a presente pesquisa era feita, também viralizaram na internet vídeos de homens que se diziam participantes de grupos de um movimento intitulado "Red Pill"²³. De acordo com Thisoteine et al. (2021), são grupos formados por homens heterossexuais que dizem ter tomado consciência da verdade por trás das consequências sociais do feminismo e das feministas, tem esse nome em alusão à pílula vermelha do filme Matrix²⁴. Eles se juntam em reuniões para fazer reflexões acerca da importância do " 'homem racional' que é o sujeito livre dos idealismos românticos e que vive em função de seu próprio desenvolvimento pessoal, econômico e sexual" (Thisoteine et al., 2021, p. 547).

Os vídeos que viralizaram começaram a provocar comoção nacional devido ao caráter misógino do conteúdo produzido por esses grupos acerca das mulheres, impactando um grande número de pessoas. Foi então que eu fiz um paralelo entre os perfis pesquisados por mim, os vídeos sobre o movimento "Red Pill" que vinham viralizando e os achados da pesquisa de Bruna Amato (no prelo).

Os achados da pesquisa de grupos masculinistas na Deep Web são conteúdos criminosos, tanto que não podem ser postados em locais da internet que as pessoas tenham fácil acesso. Esses conteúdos são postados em fóruns que ficam escondidos, justamente por saberem que os mesmos são passíveis de punições criminais.

Os conteúdos "Red Pill" são feitos por homens e para homens, não há a necessidade de passarem uma imagem de preocupação com o bem-estar das mulheres, eles descobriram a verdade por trás das tentativas de emancipação feminina, e fazem os conteúdos com o objetivo de alertar outros homens sobre os perigos disso.

Os conteúdos produzidos pelos perfis aqui pesquisados são feitos por homens, mas que têm como público alvo as mulheres, então suas falas estão revestidas de uma preocupação com a solidão, o cansaço, a infelicidade das mesmas, para assim poderem alcançar um número grande de público e vender seus produtos.

Mas consigo ver algo em comum em todos os três: a misoginia. Para metaforizar a minha percepção pensei na imagem de uma flor, desde sua raiz, até a beleza das pétalas e o seu aroma agradável, vamos lá. Os grupos masculinistas analisados pela pesquisa de Amato (no prelo) simbolizam a raiz desta flor, para conseguirmos ter acesso temos que cavar um pouco ou arrancá-la da terra, não é muito bonita, mas essencial para a sobrevivência dessa planta. Em

²³ <https://veja.abril.com.br/comportamento/movimento-red-pill-revela-a-face-cruel-e-reacionaria-do-machismo>.

²⁴ Nele, o protagonista Neo pode escolher entre tomar um de dois comprimidos. A pílula azul permitirá que ele esqueça o que aconteceu e permaneça na realidade virtual da Matrix, enquanto a vermelha o libertará dela e o conduzirá ao mundo real.

seguida, temos o caule, nada muito exuberante, visível aos nossos olhos e essencial para levar a seiva da raiz até a flor, essa estrutura na minha metáfora seriam os vídeos que viralizaram de grupos "Red Pill", mais pessoas se interessam por essa parte da planta do que pela raiz e, às vezes, até a levam para suas casas. Chegamos então à flor, a parte esteticamente agradável, com muitas cores, exuberante, com aromas que costumam espalhar-se por onde a levamos. A flor seria os conteúdos produzidos pelos perfis aqui pesquisados. São agradáveis aos mais variados olhos e algumas pessoas até as compram para deixarem em suas casas, passam a impressão de serem inofensivas. Porém, para eu cultivar essa flor na minha casa, devo levar com ela sua raiz. Os conteúdos extremamente misóginos postados pelos grupos masculinistas são a raiz do problema, aos quais poucas pessoas têm acesso e conseguem ver, mas a flor só vive se tiver a seiva para alimentá-la, ou seja, os conteúdos aqui analisados não sobreviveriam caso não se alimentassem da misoginia que atravessa a vida de nós mulheres diariamente.

Com a presente pesquisa, espero auxiliar para a ampliação e incentivo a pesquisas voltadas a esse tipo de conteúdo que vêm sendo criado e se espalhando de maneira exponencial nas redes sociais. Bem como para fomentar as discussões e reflexões acerca dos mais variados mecanismos que são utilizados para continuar submetendo as mulheres às regras do patriarcado. Os tempos mudam, e as estratégias utilizadas vão se adaptando ao que cada tempo pede, ao mesmo tempo que temos avançado nos estudos de gênero, ao me debruçar sobre esses conteúdos, a impressão que fica é a de não termos saído do lugar com relação à imagem socialmente construída para as mulheres.

Durante toda a escrita, o conceito de misoginia ficou pairando sobre minhas ideias, por esse motivo para estudos futuros acredito ser interessante pensar em quais mecanismos têm sido acionados para perpetuação de ideias misóginas em nossa sociedade. Também penso ser importante pesquisar os motivos que levam as mulheres que os seguem a comprar seus cursos e pedir por seus conselhos. Que sigamos vigilantes e atentas a tudo que nos rodeia como forma de resistência à aniquilação das múltiplas vivências das mulheres.

REFERÊNCIAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **Sejam todos feministas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

AMATO, Bruna. **A queda na toca do coelho branco**: o ciberativismo masculinista na formação de grupos de ódio e extrema-direita no Brasil. No prelo. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, No prelo.

ANDRADE, Francisco Leal de. **Determinismo biológico e questões de gênero no contexto do ensino de biologia**: representações e práticas de docentes do Ensino Médio. 2011. Dissertação (Mestrado em Ensino, Filosofia e História das Ciências) - Universidade Estadual de Feira de Santana, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011. Disponível em: https://ppgefhc.ufba.br/sites/ppgefhc.ufba.br/files/francisco_leal_de_andrade_-_mestrado_-_determinismo_biologico_e_questoes_de_genero_no.pdf. Acesso em: 01 out. 2023.

ANDRADE, Pollyana Labre. **Feminismo capturado pelo mercado**: o caso da Unilever (anos 1990-2016). 2019. Dissertação (Mestrado em História) - Instituto de História, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019. Disponível em: <https://www.historia.uff.br/stricto/td/2278.pdf>. Acesso em: 01 out. 2023.

ARNDT, Gilmar Joanol; TRINDADE, Milena Narcisa; ALVES, Juliana de Oliveira; MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. “Quem é de direita toma cloroquina, quem é de esquerda toma... Vacina”. **Psicologia Política**, Florianópolis, v. 21, n. 51, p. 608-626, mai./ago., 2021. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2021000200021. Acesso em: 01 out. 2023.

ARNDT, Gilmar Joanol; MIGUEL, Raquel de Barros Pinto; MICHAELSEN, Mariana Vogt; BARBOSA, Luiza Harger. “Como uma garota”: novas regras na publicidade de absorvente. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 26, n. 2, p. 1-15, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n245585>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/YjDC4m7xFGb3tT5C8tFn5BF/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 01 out. 2023.

BADINTER, Elisabeth. **Um amor conquistado**: o mito do amor materno. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BATISTA, Eraldo Leme. Jesuítas e ensino religioso no Brasil. **Reflexão**, Campinas, v. 46, p. 1 - 11, 2021. DOI: <https://doi.org/10.24220/2447-6803v46e2021a5106>. Disponível em: <https://seer.sis.puc-campinas.edu.br/reflexao/article/view/5106>. Acesso em: 01 out. 2023.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**: fatos e mitos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2017. Volume 1.

BELING, Fernanda. As 10 redes sociais mais usadas em 2023. **Oficina da Net**, 2023. Disponível em: <https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais>
>. Acesso em: 05 de out. de 2023.

BERTOLINI, Jeferson. O conceito de biopoder em Foucault: apontamentos bibliográficos. **Saberes**, Natal, v. 18, n. 3, p. 86 - 100, 2018. DOI: <https://doi.org/10.21680/1984->

[3879.2018v18n3ID15937](https://periodicos.ufrn.br/saberes/article/view/15937). Disponível em:
<https://periodicos.ufrn.br/saberes/article/view/15937>. Acesso em: 01 out. 2023.

BOURDIEU, Pierre. Capital Simbólico e classes sociais. **Novos Estudos - CEBRAP**, São Paulo, n. 96, p. 105-115, jul. 2013. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0101-33002013000200008>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/B4QLbKSYLfxdCtHFWDnVxfM/?lang=pt#>. Acesso em: 22 set. 2023.

BOZON, Michel. **Sociologia da Sexualidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BRASIL. **Brasileiros ficam mais tempo conectados que assistindo TV**. Governo do Brasil, 2014. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/brasileiros- ficam-mais-tempo-conectados-que-assistindo-tv>. Acesso em: 23 jun. de 2021.

BRASIL, Ministério das comunicações. **TIC Domicílios 2021 mostra que 82% dos domicílios no Brasil têm acesso à internet**. [Brasília]: Ministério das Comunicações, 31 de out. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2022/06/tic-domicilios-2021-mostra-que-82-dos-domicilios-no-brasil-tem-acesso-a-internet>. Acesso em: 30 set. 2023.

BUITONI, Dulcília Schroeder. Revistas femininas: ainda somos as mesmas, como nossas mães. **Communicare**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 36 - 44, 1º semestre, 2014. Disponível em: <https://www.eca.usp.br/acervo/producao-academica/002717167.pdf>. Acesso em: 01 ou. 2023.

CAPONI, Sandra. Da Herança à Localização Cerebral: sobre o Determinismo Biológico de Condutas Indesejadas. **Physis: Revista Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v.17, n.2, p.343-352, 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/physis/v17n2/v17n2a08.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2023.

CARNEIRO, Sueli. Identidade Feminina. In: SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani; MOÑOZ-VARGAS, Monica. (org.). **Mulher brasileira é assim**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994, p. 187 - 193.

CARVALHO, Lina Ferrari; TONELI, Maria Juracy Filgueiras; GESSER, Marivete. Sexualidades amordaçadas: a atualidade dos falatórios de Stella do Patrocínio. **Psicologia & Sociedade**, v. 35, p. 1-15, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-0310/2023v35261821>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/Nxfr3sDDjCQLjnwdLGnqFJh/>. Acesso em: 01 out. 2023.

CARVALHO, Maristela Moreira de. Sexualidade, controle e constituição de sujeitos: a voz da oficialidade da Igreja Católica (1960 - 1980). **Esboços**, Florianópolis, v. 9, n. 9, p. 159 - 180, 2001. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/esbocos/article/view/569>. Acesso em: 01 out. 2023.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. São Paulo: Boitempo, 2019.

CONNEL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 241-282,

Abr., 2013. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2013000100014>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/cPBKdXV63LVw75GrVvH39NC>. Acesso em: 01 ou. 2023.

DEL PRIORE, Mary. **Histórias e conversas de mulher**. São Paulo: Planeta, 2013

DIAS, Cristiane. A análise do discurso digital: um campo de questões. **REDISCO**, Vitória da Conquista, v. 10, n. 2, p. 8-20, 2016. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/redisco/article/view/2515>. Acesso em: 01 out. 2023.

FARIA, Ana Claro Gobbes; MARINHO, Felipe Harmata. Influenciadores Digitais: Um Estudo Sobre a Popularidade Alcançada Através do YouTube. In: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2017, Curitiba. **Anais [...]** Curitiba: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1865-1.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2023.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a Bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. 2. ed. São Paulo: Elefante, 2017.

FERRAZ, Mariana de Abreu. **A utilização do Instagram como ferramenta comercial por micro e pequenos empreendedores**. 2019. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Administração) - Universidade Federal de Viçosa, Campus Florestal - CEDAF, Minas Gerais, 2019. Disponível em: <https://adt.caf.ufv.br/wp-content/uploads/2019/08/Mariana-de-Abreu-Ferraz-2019.pdf>. Acesso em: 01 out. 2023.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) tv. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151 - 162, jun., 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1517-97022002000100011>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/88GzhvjNGG9pLt6NQchCf3j/>. Acesso em: 01 out 2023.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. **As palavras e as Coisas: uma arqueologia das ciências humanas**. 10. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

FREIRE, Rosa Maria, Vilar; Ana Isabel; Figueiredo, Maria Henriqueta. A utilização do coaching na promoção do autocuidado. In: Escola Superior de Enfermagem do Porto (org.). **Autocuidado: um foco central da enfermagem**. Porto: ESEP, 2021, p. 111 - 123. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.26/39534>. Acesso em: 16 set. 2023.

FREITAS, Carlos Eduardo Pereira; BORGES, Messias Vasconcelos; RIOS, Riverson. O algoritmo classificatório no feed do Instagram. In: XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2016, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. p. 1-11. Disponível em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/44471/1/2016_eve_cepfreitas.pdf. Acesso em: 01 out. 2023.

GESSER, Marivete; NUERNBERG, Adriano Henrique. Psicologia, Sexualidade e Deficiência: Novas Perspectivas em Direitos Humanos. **Psicologia: Ciência e Profissão**,

Distrito Federal, v. 34, p. 850-863, out./dez., 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-370000552013>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/HxNtrbgt6HVf35kMcRW7qYn/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 01 out. 2023.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, jul./dez. 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>. Acesso em: 01 out. 2023.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, Campinas, v. 5, p. 7–41, 2009. Disponível em <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/1773>. Acesso em: 29 set. 2023.

HARDING, Sandra. Existe um método feminista? *In*: BARTRA, Eli (org.). **Debates em torno a uma metodologia feminista**. 2. ed. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 2002, p. 9-34. Disponível em: https://urbanasmad.files.wordpress.com/2016/08/existe-un-mc3a9todo-feminista_s-harding.pdf. Acesso em: 29 set. 2023.

HAMANN, Trent H. Neoliberalismo, governamentalidade e ética. **Ecopolítica**, São Paulo, n. 3, p. 99-133, 2012. Disponível: <https://revistas.pucsp.br/index.php/ecopolitica/article/view/12910>. Acesso em: 010 out. 20223.

HILÁRIO, Wesley Fernando de Andrade. **O enunciado "educação para a vida e para o trabalho" inscrito nas reformas do ensino médio como tecnologia na governamentalidade neoliberal (1996-2017)**. 2019. Dissertação. (Mestrado em História da Educação, Memória e Sociedade) - Faculdade de Educação, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufgd.edu.br/jspui/handle/prefix/1621>. Acesso em: 01 out 2023.

KARHAWI, Issaaf. Influenciador digital: o Eu como mercadoria. *In*: SAAD, Elizabeth; SILVEIRA, Stefanie C. (org.). **Tendências em Comunicação Digital**. São Paulo: ECA-USP, 2016.

KARHAWI, Issaaf. Influenciadores Digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 46-61, jan. 2017. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4979443/mod_resource/content/1/Artigo-1-Communicare-17-Edic%CC%A7a%CC%83o-Especial%20%282%29.pdf. Acesso em: 01 out. 2023.

LAQUEUR, Thomas. **Inventando o sexo: corpo e gênero dos gregos a Freud**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LEITE, Kelma Lima Cardoso. Implicações da moral religiosa e dos pressupostos científicos na construção das representações do corpo e da sexualidade femininos no Brasil. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 49, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1590/18094449201700490022>. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/cpa/a/Nq8tHqDxzfZWvgCxtYJWTSd/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 01 out. 2023.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

LÉVY, Pierre. A esfera pública do século XXI. *In*: PEREIRA, Eliete; ROZA, Erick (org.). **Net-ativismo: redes digitais e novas práticas de participação**. Campinas: Papyrus, 2017, p. 29-37.

LIMA, Viviane. Homem-animal: a construção de uma metáfora na cultura popular brasileira. **Textos escolhidos de cultura e arte populares**, Rio de Janeiro, v.7, n.1, p. 121-145, mai. 2010.

LINS, Regina Navarro. **A cama na varanda: arejando nossas ideias a respeito de amor e sexo**. Rio de Janeiro: Bestseller, 2007.

LINS JÚNIOR, José Raymundo F., LIMA, Rilna Marcia Barros. Macabéa, uma mulher insossa: repressão sexual e a construção da identidade feminina. **Macabéa – Revista Eletrônica do Netlli**, Crato, v. 6, n. 2, p. 54-70, jul./dez. 2017.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. *In*: LOURO, Guacira Lopes (org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000. p. 7 - 34.

LOURO, Guacira Lopes. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Pro-Posições**, Campinas, v. 19, n. 2 (56), p. 17-23, maio/ago. 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pp/a/fZwcZDzPFNctPLxjzSgYvVC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 29 set. 2023.

LOVATO, Sabina Ribeiro. **Fábrica do corpo neoliberal: ditos e não ditos dos discursos midiáticos sobre beleza e saúde**. 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de consumo) - Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, 2019.

LUCA, Tania Regina de. Mulher em revista. *In*: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (org.). **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 569 - 596.

MACHADO, Gustavo Portella. Microempreendedor individual e desproteção social: tensões entre a racionalidade neoliberal e as estratégias para "viver de cultura" a partir de produtores/as culturais *freelancers* na cidade do Rio de Janeiro. **Ponto-e-Vírgula**, São Paulo, n. 27, p. 99-113, 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/pontoevirgula/article/view/51139>. Acesso em: 22 set. 2023.

MAGALDI, Carolina Alves; MACHADO, Carla Silva. Os testes que tratam da representatividade de gênero no cinema e na literatura: uma proposta didática para pensar o feminino nas narrativas. **Textura**, Canoas, v. 18, n. 36, p. 250-264, 2016. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/view/1588>. Acesso em: 01 out 2023.

MARTINS, Ana Paula Vosne. **Visões do feminino: a medicina da mulher nos séculos XIX e XX**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2004.

MARTINS, Helena. Comunicação e contra-hegemonia: por que é urgente debater (e mudar) as comunicações?. *In*: MARTINS, Helena. **Comunicações em tempos de crise**. São Paulo: Expressão Popular, Fundação Rosa Luxemburgo, 2020, p. 9 - 29.

MARTINS, Marina Rodrigues; VANZ, Samile Andrea de Souza. Construção de Personas: mapeamento de estudos e métodos. *In*: MARTINS, Ana Taís (org.). **Trajetórias de pesquisa em comunicação**: temas, heurísticas, objetos. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021, p. 226-238.

MEDEIROS, Marcelo; PINHEIRO, Luana Simões. Desigualdades de gênero em tempo de trabalho pago e não pago no Brasil, 2013. **Revista Sociedade e Estado**, Brasília, v. 33, n. 1, p. 161-187, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/se/a/yjf6KzFkTcJJC5qrQF87PP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 01 out. 2023.

MEDRADO, Benedito. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. *In*: SPINK, Mary Jane (org.). **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**: aproximações teóricas e metodológicas. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2013, p. 215-241.

MELLO, Adriana Ramos. A Constituição Federal de 1988 e o Combate à Violência Contra as Mulheres. *In*: MELLO, Adriana Ramos (org.). **30 anos de cartas das mulheres aos constituintes**. Rio de Janeiro: EMEJ, 2018, p. 9-22.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. **De "moça prendada" à "menina super-poderosa"**: um estudo sobre as concepções de adolescência, sexualidade e gênero na revista Capricho. 2005. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/102248>. Acesso em: 01 out. 2023.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto; TONELI, Maria Juracy F. De "moça prendada" a "menina superpoderosa": análise da seção de cartas de leitoras da revista Capricho (1954-2004). **História Unisinos**, São Leopoldo, v. 12, n. 2, p. 168 - 179, mai./ago, 2008. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/historia/article/view/5427>. Acesso em: 01 out. 2023.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto; ROSSI, Alice Emanuele Zamboni; SCAPINI, Amanda; KUNTZE, Fabiana Barg; HAINZENREDER, Bruna; KOTZIAS, Flavia Vieira. Mídia e educação: produção acadêmica no Brasil e na França. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 22, n. 1, p. 67-79, jan./mar. 2017. Disponível em: https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/PsicolEstud/article/view/32462/pdf_1. Acesso em: 01 out. 2023.

MIGUEL, Raquel de Barros Pinto. Os cuidados de si e os cuidados do outro: lugares de gênero na publicidade da revista capricho (décadas de 1950-1960). **Projeto História**, São Paulo, v. 45, p. 95-109, jul./dez., 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/revph/article/download/15013/11207/36248>. Acesso em: 01 out. 2023.

MORAES, Livia de Cássia Godoi. **O “empoderamento” como prática política feminista**: Fundamentos Históricos e Ideológicos. Artigo apresentado na IV Conferência Internacional Greves e Conflitos Sociais, 2018. Disponível

em:<https://www.sinteseeventos.com.br/site/iassc/GT6/GT6-07-Livia.pdf>. Acesso em: 24 set. 2023.

NASCIMENTO, Marcos. Masculinidades, juventude e violência contra a mulher: articulando saberes, práticas e política. In: BLAY, Eva Alterman (org.). **Feminismos e masculinidades: novos caminhos para enfrentar a violência contra a mulher**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014, p. 211-224.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. **Revista estudos feministas**, Florianópolis, v. 8, n. 2, p. 9-41, 2000. DOI: <https://doi.org/10.1590/%25x>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/11917>. Acesso em: 01 out. 2023.

NIELSSON, Joice Graciele; DELAJUSTINE, Ana Cláudia. O controle reprodutivo de corpos femininos: da caça às bruxas à produção de vidas nuas na democracia brasileira. **Revista Paradigma**, Ribeirão Preto, v. 28, n. 2, p. 70 - 100, mai./ago., 2019. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/paradigma/article/view/1434>. Acesso em: 01 out. 2023.

NOGUEIRA, Conceição. Feminismo e discurso do gênero na psicologia social. **Psicologia & Sociedade**, Recife, v.13, n.1, p.107-128, 2001. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/4117>. Acesso em 24 set. 2023.

NOGUERA, Renato. **Mulheres e deusas: como as divindades e os mitos femininos formaram a mulher atual**. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2017, p. 115 - 135.

OLIVEIRA, Edicleia; REZENDE, Jaqueline; PERES GONÇALVES, Josiane. História da sexualidade feminina no Brasil: entre tabus, mitos e verdades. **Revista Ártemis**, João Pessoa, v. 26, n.1, p. 303-314, 2018. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1807-8214.2018v26n1.37320>. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/artemis/article/view/37320>. Acesso em 24 set. 2023.

OLIVEIRA, Fagna Florindo; SANTOS, Sonia Maria Rodrigues. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. **FOCO**, v. 7, n. 2, p. 4-17, 2014. Disponível em: <https://ojs.focopublicacoes.com.br/foco/article/view/123>. Acesso em: 24 set. 2023.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 6. ed. Campinas: Pontes, 2005.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PELÚCIO, Larissa. A uberização do amor - aplicativos de encontros em cenário tecnoliberal e pandêmico. **TOMO**, São Cristóvão, n. 41, p. 199 - 232, ju./dez., 2022. DOI: <https://doi.org/10.21669/tomo.vi41.17480>. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/tomo/article/view/17480>. Acesso em 24 set. 2023.

PEREIRA, Alexandre da Silva; SOUZA, Wanderson Fernandes. Prazer sexual feminino: a experiência do orgasmo na literatura. **Revista Brasileira de Sexualidade Humana**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 2, p. 31-37, 2019. DOI: <https://doi.org/10.35919/rbsh.v30i2.84>. Disponível em: https://www.rbsh.org.br/revista_sbrash/article/view/84/255.7. Acesso em: 27 ago. 2023.

PIZA, Mariana Vassalo. **O fenômeno Instagram**: considerações sobre a perspectiva tecnológica. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Sociais com habilitação em Sociologia) - Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em:

https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf. Acesso em: 24 set. 2023.

RADOMSKI, Meiry Ellen Bonfim. Abordagem da imprensa sobre Mulheres que Amam Demais Anônimas. **Cadernos da Escola da Comunicação**, Curitiba, fev. 2017. Trabalho apresentado no VII Ciclo de Debates sobre Jornalismo, 2011, [Curitiba, PR].

ROCHA-COUTINHO, Maria Lúcia. A análise de discurso em psicologia: algumas questões. In: SOUZA, Lidio de.; FREITAS, Maria de Fátima Quintal; RODRIGUES, Margarida Pereira (org.). **Psicologia**: reflexões (im)pertinentes. São Paulo: Casa do Psicólogo, 1998, p. 317 - 343.

RODRIGUEZ, Shay de los Santos. Um breve ensaio sobre a masculinidade hegemônica. **Revista Diversidade e Educação**, v. 7, n. 2, p. 276-291, 2019. DOI:

<https://doi.org/10.14295/de.v7i2.9291>. Disponível em:

<https://periodicos.furg.br/divedu/article/view/9291>. Acesso em 24 set. 2023.

ROLNIK, Suely. **Cartografia Sentimental**. Transformações Contemporâneas do Desejo. 2. ed. Porto Alegre: Editora Sulina; UFRGS Editora, 2016.

ROSAS, Nina. Notas sobre evangélicos, política e gênero a partir das eleições de 2022.

Debates do NER, Porto Alegre, n. 42, ano 22, p. 65-82, 2022. DOI:

<https://doi.org/10.22456/1982-8136.130797>. Disponível em:

<https://seer.ufrgs.br/index.php/debatesdoner/article/view/130797>. Acesso em: 01 out. 2023.

SÁ, Beatriz Yolanda Pontes de Gusmão. Corpo, gênero, sexualidade e a construção social dos indivíduos. **Reia**, Pernambuco, v. 3, n. 2, p. 10-19, 2016. Disponível em:

<https://periodicos.ufpe.br/revistas/reia/article/view/229975/24168>. Acesso em: 01 out. 2023.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. Posfácio: conceituando gênero. In: SAFFIOTI, Heleieth. I. B.; MOÑOZ-VARGAS, Monica. (org). **Mulher brasileira é assim**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1994, p. 271 - 283.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. "Sempre bela". In: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria (org.). **Nova história das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 130 - 155.

SANTOS, Dayana Brunetto Carlin; MOTTIN, Karina Veiga; SILVA, Amanda. As Cruzadas antigênero, antifeminismo, resistências e a disputa pela educação. **Dialogia**, São Paulo, n. 41, p. e22300, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5585/41.2022.22300>. Disponível em:

<https://periodicos.uninove.br/dialogia/article/view/22300>. Acesso em: 01 out. 2023.

SANTOS, Lindete Martins. Estatuto do Nascituro ou Quando o Estado tira os Direitos da Mulher. **Revista Brasileira de Ensino e Aprendizagem**, Alagoas, v.3, p. 3-15, 2021.

Disponível em: <https://rebena.emnuvens.com.br/revista/article/view/16>. Acesso em: 01 out. 2023.

SCHMIDT, Rita Terezinha. Para além do dualismo natureza/cultura: ficções do corpo feminino. **Organon**, Porto Alegre, v. 27, n. 2, p. 1 - 20, 2012. DOI: <https://doi.org/10.22456/2238-8915.33480>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/organon/article/view/33480> Acesso em: 01 out. 2023.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. Lendo e agenciando imagens: o rei, a natureza e seus belos naturais. **Sociologia & Antropologia**, Rio de Janeiro, v. 04, p. 391-431, jul./dez.. 2014. DOI: <https://doi.org/10.1590/2238-38752014V425>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sant/a/XSKfP5J5QypfvMqdfssR6Jg/abstract/?lang=pt>. Acesso em 01 out. 2023.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71 - 99, 1995. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721>. Acesso em: 01 out. 2023.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SILVA, Ana Carolina Sales Pironi da; MORI, Alexandre Santos; SILVA, Mariana Lima; CRUZ, Miguel Carlos Azevedo; BORGES, Naiza Murielly Pereira; FREITAS, Yago José Fagundes de; GARCIA, Thaís Ribeiro; MACEDO, Rafaela Melo; ARRUDA, Jalsi Tacon. Saúde sexual feminina em tempos de empoderamento da mulher. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 7, e28010716415, 2021. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/16415/14784>. Acesso em: 27 de ago. 2023.

SILVA, Caroline Guimarães; CASSIANO, Kátia Kelvis; CORDEIRO, Douglas Farias. Mãe solo, feminismo e *Instagram*: análise descritiva utilizando mineração de dados. In: XXI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO CENTRO-OESTE, 2019, Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1197/o/2019-Intercom-CO-Silva_Cassiano_Cordeiro.pdf. Acesso em: 01 out. 2023.

SILVA, Edson Fernando Sabadin; OLIVEIRA, Hugo Rocha de; SILVA, Cristiane Moreira da; MACEDO, Vinicius Cordeiro; GOMES, Louise de Carvalho Monteiro de Barros Ventura. *Coach* de mulheres: Youtube como propagador de desigualdade de gênero. **Brazilian Journal Development**, Curitiba, v. 8, n. 7, p. 51345 - 51361, 2022. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv8n7-177>. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/50295>. Acesso em: 01 out. 2023.

SILVA, Joasey Pollyanna Andrade da; CARMO, Valter Moura do; RAMOS, Giovana Benedita Jader Rossini. As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas. **Revista de Direitos Humanos em Perspectiva**, Encontro Virtual, v. 7, n. 1, p. 101-122, 2021. Disponível em: <https://indexlaw.org/index.php/direitoshumanos/article/view/7948>. Acesso em 01 out. 2023.

SILVA JUNIOR, Nelson. O Brasil da barbárie à desumanização neoliberal: do "Pacto edípico, pacto social", de Hélio Pellegrino, ao "E daí?", de Jair Bolsonaro. *In*: SAFATLE, Vladimir; SILVA JUNIOR, Nelson; DUNKER, Christian, (org.). **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.

SOIHET, Rachel. **Feminismos e antifeminismos**: mulheres e suas lutas pela conquista da cidadania plena. Rio de Janeiro: 7, Letras, 2013.

SOLNIT, Rebecca. **Os homens explicam tudo pra mim**. São Paulo: Editora Cultrix, 2017.

SOUZA, Luanna Tomaz; PETROLI, Danielle Pinto; MAGALHÃES, Letícia Vitória Nascimento. Lei lola e os usos acadêmicos da misoginia do Brasil. **Revista Paradigma**, Ribeirão Preto, v. 31, n. 2, p. 231-257, 2022. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/paradigma/article/view/1482>. Acesso em: 01 out. 2023.

THISOTEINE, George Miguel et al. Homens, violência e consumismo: análise da masculinidade nos grupos virtuais MGTOW e do filme "Clube da Luta". **Revista Diversidade e Educação**, Rio Grande, v. 9, n. 1, p. 540-562, 2021. DOI: <https://doi.org/10.14295/de.v9i1.13053>. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/divedu/article/view/13053>. Acesso em: 01 out. 2023.

TRISTE, louca ou má. Intérprete: Juliana Strassacapa. Compositor: Juliana Strassacapa. *In*: SOLTASBRUXA. Intérprete: Francisco, el Hombre. São Paulo: Francisco, el Hombre, 2016. streaming, min. 14:20. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=i5NLmtmLmag>. Acesso em 01. out. 2023.

VIEIRA, Kay Francis Leal; ARRUDA, Maria Valdênia Soares; NÓBREGA, Renata Pires Mendes da; VEIGA, Priscila Monique de Melo. Representação Social das Relações Sexuais: um estudo transgeracional entre mulheres. **Psicologia: Ciência e Profissão**, Distrito Federal, v. 36, n. 2, p. 329-340, abr./jun., 2016. DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-3703001752013>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pcp/a/tmnBmB6vVRFvNNsPxxHtNVs/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 01 out. 2023.

WARDLE, Claire. "Fake News. It's Complicated". **First Draft**, 2017. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>. Acesso em: 07 maio 2023.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. *In*: LOURO, G. L. (org.) **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000, p. 35 - 82.

XAVIER, Amanda Karolina Oliveira; FREITAS, Talita Machado. Da sacralização ao purgatório: maternidade compulsória e o mito do amor materno. **JNT - Facit Business and Technology Journal**, v. 3, p. 24-37, 2022. Disponível em: <http://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT/article/view/1868>. Acesso em: 01 out. 2023.

YANNOULAS, Silvia C. Iguais, mas não idênticos. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v.2, n.3, p.7-16, 1994. DOI: <https://doi.org/10.1590/%25x>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/16286>. Acesso em: 01 out. 2023.

ZUIN, Antônio Álvaro Soares; GOMES, Luiz Roberto. A formação da subjetividade na Idade Mídia. **Revista Eletrônica de Educação**, v. 13, n. 2, p. 377-387, 2019. DOI: <https://doi.org/10.14244/198271993350>. Disponível em: <https://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/view/3350>. Acesso em: 01 out. 2023.

ANEXO A - Pesquisa em números

| MAIO/2022 | | | | | | CLASSIFICAÇÃO | | | |
|-------------------|------------|-----------|----------|-------------------|-----------|------------------|-----------|-----------|-----------|
| | POSTS | STORIES | LIVES | VIDEOS DO YOUTUBE | TOTAL | | ★ | ★★ | ★★★ |
| DIEGO MUDA VIDAS | 7 | 14 | 1 | - | 22 | Diego Muda Vidas | 24 | 19 | 19 |
| ÍTALO VENTURA | 7 | 11 | 4 | - | 22 | Ítalo Ventura | 16 | 20 | 20 |
| CARDOSO MUNDO | 10 | 21 | - | - | 31 | Cardoso Mundo | 20 | 24 | 34 |
| TOTAL | 24 | 46 | 5 | - | 75 | Total | 60 | 63 | 73 |
| JUNHO/2022 | | | | | | | | | |
| | POSTS | STORIES | LIVES | VIDEOS DO YOUTUBE | TOTAL | | | | |
| DIEGO MUDA VIDAS | 4 | 14 | 2 | 1 | 21 | | | | |
| ÍTALO VENTURA | 3 | 14 | - | - | 17 | | | | |
| CARDOSO MUNDO | 7 | 11 | 2 | 1 | 21 | | | | |
| TOTAL | 14 | 39 | 4 | 2 | 59 | | | | |
| JULHO/2022 | | | | | | | | | |
| | POSTS | STORIES | LIVES | VIDEOS DO YOUTUBE | TOTAL | | | | |
| DIEGO MUDA VIDAS | 6 | 13 | - | - | 19 | | | | |
| ÍTALO VENTURA | 6 | 11 | - | - | 17 | | | | |
| CARDOSO MUNDO | 13 | 13 | - | - | 26 | | | | |
| TOTAL | 25 | 37 | - | - | 62 | | | | |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| POSTS | 63 | | | | | | | | |
| STORIES | 122 | | | | | | | | |
| LIVES | 9 | | | | | | | | |
| VIDEOS DO YOUTUBE | 2 | | | | | | | | |
| TOTAL | 196 | | | | | | | | |

ANEXO B - Quadro de conteúdos de Diego muda vidas

| B | C | D | E | F | G | H | I | J |
|--|-------|-------------------|------------|--|-----------------------------|--------------------|----------|---|
| Nome do arquivo | Mês | Tipo de material | Quantidade | Conteúdo | Importância para a pesquisa | Vende alguma coisa | Capítulo | Observação |
| RXRS9898 | Maio | Post em Vídeo | 1 | Responde uma pergunta sobre: "homem gosta de mulher fogosa?"; e ele responde que sim mas nem tanto, tem que saber dosar senão o homem se afasta, porque o homem gosta de perceber que a mulher gosta de sexo por causa dele, e não por ela mesma sozinha | ☆☆☆ | Não | 3 | Responde um pergunta em vídeo como se tivesse sido mandada por uma seguidora |
| UKQU0494 | Maio | Post em Vídeo | 1 | Fala sobre os problemas que existe na mulher querer se mostrar muito independente para o homem, pois remove do homem a utilidade dele em um relacionamento. Fala sobre energia masculina; Imperativo do biológico | ☆☆☆ | Não | 2 | |
| BWJR2849 | Junho | Post em Vídeo | 1 | Da dicas de mensagem para mandar para o homem e deixá-lo excitado | ☆☆☆ | Sim, curso | 1 | Fiquei em dúvida sobre qual capítulo se encaixa, pensei em usar para descrever a estética do perfil |
| JAAA3950 | Junho | Post em Vídeo | 1 | Fala na legenda sobre empoderamento feminino, e no vídeo aparece segurando dois cachorros na coleira e o título: É desse jeito que você segura um homem | ☆☆☆ | Sim, curso | 4 | |
| TCTJ3864 | Junho | Post em Vídeo | 1 | Responde a pergunta: "Ser boa de cama e fazer bem feito prende o homem?"; ele responde que sim mas afira que não fideliza o mesmo, usando uma linguagem muito utilizada para falar sobre negócios, clientes; dá uma explicação biológica sobre a resposta dele | ☆☆☆ | Sim, curso | | |
| CDFG7519 | Julho | Post em Vídeo | 1 | Responde a pergunta: "Homem pede em namoro por medo de perde pra outro?"; ele responde que sim e explica um pouco o porque disso, afirma que se a mulher mostra que tem outros homens interessados nela o valor dela sobe (como se fosse uma mercadoria, lei da oferta e procura) | ☆☆☆ | Sim, curso | 4 | |
| IMG_8251 IMG_8252 IMG_8253 IMG_8254 IMG_8255 IMG_8256 IMG_8257 IMG_8258 | Julho | Post em Carrossel | 8 | Post Patrocinado (post que a pessoa paga para ser entregue no instagram de pessoas que não o seguem mas que pelos algoritmos o Instagram entende que podem se interessar pelo conteúdo, como se fosse uma propaganda), onde ele lista 6 motivos para se inscrever em um dos seus cursos: "Mulher boa de cama"; um dos motivos classifica o curso como não sendo "politicamente correto" | ☆☆☆ | Sim, curso | 1 | Post patrocinado |
| JCNF9302 | Julho | Post em Vídeo | 1 | Post Patrocinado (post que a pessoa paga para ser entregue no instagram de pessoas que não o seguem mas que pelos algoritmos o Instagram entende que podem se interessar pelo conteúdo, como se fosse uma propaganda); começa o vídeo mostrando a aliança de ouro que tem em seu dedo e exaltando o quanto foi difícil um mulher conseguir fazer isso; vende seu curso e diz que nele ensina a tornar um cafajeste um bom menino | ☆☆☆ | Sim, curso | 1 | Post patrocinado |
| | | | | Responde a pergunta: transar com camisinha é difícil | | | | |

ANEXO C - Quadro de conteúdos de Ítalo Ventura

| B | C | D | E | F | G | H | I | J |
|--|-------|-------------------|------------|---|---------------------------|---------------------|----------|--|
| Nome do arquivo | Mês | Tipo de matéria | Quantidade | Conteúdo | Importância para pesquisa | Vende alguma coisa? | Capítulo | OBS |
| SUMS2254 ACBY7502 | Maio | Post em Vídeo | 1 | Dicas para fazer um homem sentir a falta da mulher; dá algum tipo de garantia para a mulher | ☆☆☆ | Não | 3 | 2 arquivos de um mesmo vídeo; a partir do 4:19 ele começa a falar sobre relacionamento como se fosse investimento financeiro |
| IFT7042 | Maio | Post em Vídeo | 1 | Atitudes que afastam os homens; apontando erros que mulheres cometem; algumas generalizações; conteúdo raso | ☆☆☆ | Não | | |
| FDMZ0338 | Julho | Post em Vídeo | 1 | Ensina 3 formas de elogiar um homem par debá-lo apaixonado; "instintos masculinos"; "ego dele como cobaia"; elogiar a masculinidade; ativar galinha; tudo que um homem quer é ser homem; "reforço positivo"; ganhou um ponto | ☆☆☆ | Não | 2 | |
| GQZY9449 | Julho | Post em Vídeo | 1 | Video tipo trailer com a legenda: "Você merece amar e ser amada - você é uma MULHER DE ALTO VALOR (MAV); Começa falando sobre as decepções amorosas com uma música triste de fundo; "você tem o direito de viver um grande amor, você pode viver sua grande história" (a história da mulher sempre atrelada a um homem); um contraste entre mulheres sozinhas e triste e mulheres felizes com um homem ao lado; "aprender a atrair e encontrar o homem certo"; "você tem todas as ferramentas para conquistar o relacionamento que você merece, e eu to aqui do seu lado para te ajudar a conquistar isso"; | ☆☆☆ | Sim, evento | | Evento "Mapa do amor" - gratuito |
| IMG_8261 IMG_8262 IMG_8263 IMG_8264 IMG_8265 IMG_8266 IMG_8267 IMG_8268 IMG_8269 IMG_8270 | Julho | Post em Carrossel | 10 | "Eles piram com essa frase mágica", essa é a chamada para o post; a frase mágica é "nossa eu amo quando fazem isso" e logo em seguida ele explica os motivos que a fazem ser mágica para o homem; reforça de novo a importância de validar e elogiar a virilidade, masculinidade do homem; | ☆☆☆ | Sim, evento | 2 | Evento "Mapa do amor" - gratuito |
| | | | | Começa os stories convidando as seguidoras pra live que aconteceria logo em seguida; responde a pergunta de como seduzir e afirma que tem que parecer interessante, e para isso tem que ser interessante; uma pergunta de alguém que tinha acabado de seguir ele, e afirma que sempre fez tudo errado, ele responde dizendo quena gente não nasce sabendo, mas agora ela tá ali, aprendendo e irá viver um amor; alguém perguntando se é errado transar no primeiro encontro, e ele responde que nada é errado se te faz bem, mas complementemente dizendo: já diria Satanás, responde uma pergunta sobre investir ou não em um homem recém-separado, e ele diz que ela que tem que | | | | |

ANEXO D - Quadro de conteúdos de Cardoso mundo

| B | C | D | E | F | G | H | I | J | |
|--|-------|-------------------|------------|--|---------------------------|--------------------|----------|---|----------------------------|
| Nome do arquivo | Mês | Tipo de matéria | Quantidade | Conteúdo | Importância para pesquisa | Vende alguma coisa | Capítulo | OBS | |
| IMG_7834 IMG_7835 IMG_7836 | Maio | Post | 1 | Exibição da compra de um carro que ele fez; texto sobre superação, fé, Deus e como é possível todas as pessoas alcançarem o que ele alcançou | ☆☆☆ | Não | | | |
| IMG_8179 IMG_8180 IMG_8181 IMG_8182 IMG_8183 IMG_8184 IMG_8185 IMG_8186 IMG_8187 | Maio | Post em Carrossel | 9 | Dicas para mulher; com o clássico e clichê: "Mulher, você fala demais" | ☆☆☆ | Não | | | |
| IMG_8189 IMG_8190 | Maio | Post em Carrossel | 2 | Fala sobre o "feminino" e o poder de sedução do mesmo | ☆☆☆ | Sim, evento | | | |
| IMG_8191 IMG_8192 IMG_8193 IMG_8194 IMG_8195 IMG_8196 IMG_8197 IMG_8198 IMG_8199 | Maio | Post em Carrossel | 9 | Conselho para mulheres depois dos 30; os coloca como PRECISIDADE para a vida das mulheres | ☆☆☆ | Não | | | |
| QHSJ0924 | Maio | Post em Vídeo | 1 | Vídeo que mostra ele se arrumando para um encontro, e no final do mesmo fica subentendido que a seguidora que está vendo é que é a pessoa indo para um encontro com ele | ☆☆☆ | Não | | | |
| QKFM4008 | Maio | Post em Vídeo | 1 | Ensino de deles sobre relacionamento; frase de efeito; se autodenomina "meio filósofo"; promete respostas; generalizações | ☆☆☆ | Não | | Uma live que ficou gravada e postada no perfil | |
| HIWI8888 | Junho | Post em Vídeo | 1 | Responde uma pergunta da caixa de perguntas: "Dividir as despesas de casa meio a meio é errado? Deixo de ser feminista?"; ele responde que é ridículo, tem que existir no homem a vontade de prover; dinheiro do casal é do casal, senão o mesmo está separado pelo dinheiro | ☆☆☆ | Não | | | |
| IMG_8234 IMG_8235 IMG_8236 IMG_8237 IMG_8238 IMG_8239 IMG_8240 IMG_8241 IMG_8242 IMG_8243 | Julho | Post em Carrossel | 10 | Nesse post ele inicia o mesmo com: "Notas sobre a minhas sexualidade", pois apesar de falar para as mulheres nunca tinha aparecido com nenhuma até então, o que fazia muitas seguidoras questionar a sua sexualidade, e ele responde que é 300% hétero, e o problema está em além de estarem quebradas no feminino, também não tem referências do masculino, e pela primeira vez em um post escolhido para a amostra de pesquisa vende seu curso: "Falar feminista", para despertar o poder através da cura e potência do feminino, e afirma: "fique perto de mim, tenha referências masculinas" | ☆☆☆ | Sim, curso | | "ESSE POST É UM DOS MELHORES DA AMOSTRA NA MINHA OPINIÃO" | |
| IMG_8245 IMG_8246 IMG_8248 IMG_8249 IMG_8250 | Julho | Post em Carrossel | 5 | Responde a pergunta de uma seguidora: "Ultimamente não tenho força pra nada... simplesmente nada."; e explica o motivo de ter tantas mulheres cansadas culpando "um certo movimento" (feminismo), afirma que as mulheres não precisam ser fortes, elas precisam ser femininas, despertar a feminilidade delas, ao final coloca o link para uma carta que ele escreveu para as mulheres | ☆☆☆ | Não | | 4 | Aqui ele odeia o feminismo |
| | | | | Nã época em que saiu a reportagem sobre um médico anestesista que abusava das pacientes gestantes durante o parto, o qual foi um caso de grande repercussão nacional, fez esse post afirmando que uma boa solução para caso de | ☆☆☆ | | | | |