

UNIVERSIDADE PAULISTA

CARLOS SANCHEZ FAVALLI JUNIOR

RED PILL(S) EM VÊNUS:

Narrativas midiáticas da Machosfera sobre a Mulher Ideal nos
relacionamentos afetivos de sucesso

SÃO PAULO

2025

CARLOS SANCHEZ FAVALLI JUNIOR

RED PILL(S) EM VÊNUS:

Narrativas midiáticas da Machosfera sobre a Mulher Ideal nos
relacionamentos afetivos de sucesso

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação da Universidade
Paulista – UNIP, para a obtenção do título de mestre
em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Malena Segura Contrera

SÃO PAULO

2025

Favalli Junior, Carlos Sanchez.

Red Pill(s) em Vênus: narrativas midiáticas da machosfera sobre a mulher ideal nos relacionamentos afetivos de sucesso /
Carlos Sanchez Favalli Junior. - 2025.

120 f. : il.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2025.

Área de concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Malena Segura Contrera.

1. Machosfera. 2. Red Pill. 3. Mulher ideal. 4. *Love relationship*. 5. Misoginia. 6. Masculinidade. 7. Imaginário cultural. 8. Instagram. I. Contrera, Malena Segura (orientadora). II. Título.

Ficha elaborada pelo Bibliotecário Rodney Eloy CRB8-6450

CARLOS SANCHEZ FAVALLI JUNIOR

RED PILL(S) EM VÊNUS:

**Narrativas midiáticas da Machosfera sobre a Mulher Ideal nos
relacionamentos afetivos de sucesso**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP, para a obtenção do título de mestre em Comunicação.

Aprovado(a) em:

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Malena Segura Contrera
Universidade Paulista - UNIP

Profa. Dra. Carla Montuori Fernandes
Universidade Paulista - UNIP

Prof. Dr. Jorge Miklos
CEJAA - Centro de Estudos Junguianos e Analistas Associados

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradecer à mulher da minha vida, minha esposa Nádia e nossos filhos caninos Linda e Bebê, pela audiência, paciência e pelo companheirismo em todos os momentos. E também à Cleide, minha mãe, que sempre me incentiva a esses desafios.

À Malena, não só pela vigorosa orientação e persistência com este pesquisador, mas também por todo o vastíssimo arcabouço teórico e prático, seja na comunicação, na psicologia, na vida.

Aos demais mestres junguianos que guiam meu pensamento e minhas aventuras por este fascinante mundo da interdisciplinaridade da Psicologia Analítica: Jorge Miklos, Ajax Salvador, todas professoras e professores da pós-graduação do IJEP, ao Bruno Mota e aos demais professores, discentes e coordenação do curso de Psicologia da FAM, constelado na figura do professor Marlos Reus que serve como anteparo para este agradecimento geral.

Aos professores da pós-graduação da UNIP pela enriquecedora contribuição: Carla Fernandes, Issaaf Karhawi e ao Maurício Ribeiro, por todas as provocações e pela coordenação do programa.

À Elvira, por tantas sessões de terapia, escuta e conversas com os complexos individuais e culturais que me possuem.

Agradeço à CAPES pela possibilidade do financiamento material e imaterial, não só do trabalho, mas da minha persona acadêmica e de pesquisador.

*"E assim a reflexão faz de todos nós
covardes.*

*E assim o matiz natural da decisão
Se transforma no doentio pálido do
pensamento.*

*E empreitadas de vigor e coragem,
Refletidas demais, saem de seu caminho,
Perdem o nome de ação."*

HAMLET, ATO III, Cena I

William Shakespeare

RESUMO

Esta dissertação investiga as narrativas de um excerto específico da Machosfera, o movimento Red Pill, na construção da figura da “mulher ideal”, a partir de conteúdos veiculados no Instagram. Investigam-se os conteúdos produzidos por três expoentes brasileiros que, em níveis distintos, assumem e performam o Red Pill: Thiago Schutz (coach de relacionamentos que dramatiza a misoginia em falas caricatas), Alessandro Loiola (médico tecnicista que fundamenta a dominação masculina na linguagem da saúde e da testosterona) e Ítalo Ventura (influenciador romântico-mercadológico que vende o ideal da “Mulher de Alto Valor” em cursos e narrativas de autoajuda sentimental). A partir dos paradigmas da Complexidade, das Estruturas Antropológicas do Imaginário Cultural, da Psicologia Analítica e Arquetípica, das teorias críticas da Mídia e da pós-modernidade investiga-se como estas figuras produzem e difundem estereótipos femininos em discursos que mascaram a misoginia em retórica de sucesso, autodesenvolvimento e autodeterminação. O corpus, composto por postagens das páginas dos arautos do movimento acompanhados ao longo de 2024, foi analisado a partir de algumas categorias, como a misoginia, a imagem da mulher idealizada, a equivalência entre sucesso amoroso e econômico, a visibilidade midiática, a obsessão pelo sucesso, a mulher como base familiar, a sombra conservadora da Machosfera. Revelando que a “mulher ideal” é apresentada como um paradoxal simulacro: jovem, bela e disponível, submissa e domesticada, um espelho narcísico do patriarcado convertido em mercadoria afetiva. A análise mostra que o Red Pill opera como uma espécie de pedagogia paranoica da masculinidade em crise, amplificada pela lógica algorítmica do Instagram. Conclui-se que a força desse discurso não reside na realidade, mas em sua capacidade de viralizar imagens arcaicas sob o disfarce de inovação. A “mulher ideal” redpillada não existe: é apenas miragem digital, fantasma coletivo de um mundo que já acabou, mas que insiste em retornar como espetáculo.

Palavras-chave: Machosfera; Red Pill; Mulher Ideal; Love Relationship; Misoginia; Masculinidade; Imaginário Cultural; Instagram.

ABSTRACT

This dissertation investigates the narratives of a specific strand of the Manosphere, the Red Pill movement, in the construction of the “ideal woman” as represented on Instagram. It examines the content produced by three Brazilian exponents who, at different levels, assume and perform the Red Pill ethos: Thiago Schutz (a relationship coach who dramatizes misogyny in caricatured statements), Alessandro Loiola (a technicist physician who grounds male domination in the language of health and testosterone), and Ítalo Ventura (a romantic-mercantile influencer who sells the ideal of the “high-value woman” through courses and sentimental self-help narratives).

Drawing on the paradigms of Complexity, the Anthropological Structures of the Imaginary, Analytical and Archetypal Psychology, and critical theories of Media and Postmodernity, the study investigates how these figures produce and disseminate female stereotypes in discourses that disguise misogyny under the rhetoric of success, self-development, and self-determination.

The corpus, composed of posts such as Reels, written texts, responses to followers, and video-selfies collected throughout 2024, was analyzed through categories such as misogyny, the image of the idealized woman, the equivalence between romantic and economic success, media visibility, obsession with success, the woman as the family’s foundation, and the conservative shadow of the Manosphere. The analysis reveals that the “ideal woman” is presented as a paradoxical simulacrum: young, beautiful, available, submissive, and domesticated — a narcissistic mirror of patriarchy converted into an affective commodity. The study shows that Red Pill functions less as a philosophy than as a paranoid pedagogy of masculinity in crisis, amplified by Instagram’s algorithmic logic.

It is concluded that the strength of this discourse does not lie in reality, but in its ability to viralize archaic images under the guise of innovation. The Redpill “ideal woman” does not exist: she is only a digital mirage, a collective phantom of a world that has already ended but insists on returning as spectacle.

Keywords: Manosphere; Red Pill; Ideal Woman; Media Narratives; Misogyny; Masculinity; Cultural Imaginary; Instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Reels em resposta a box de pergunta postado em 30/05/2024, 245 mil plays, 10 mil interações (até agosto de 2024).....	41
Figura 2 - Reels em resposta a box de pergunta, postado em 19/06/2024, 125 mil plays, 33 mil interações, (até agosto de 2024).....	45
Figura 3 - Reels em resposta a box de pergunta, postado em 19/06/2024, 207 mil plays, 52 mil interações, (até agosto de 2024).....	48
Figura 4 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill”, postado em 22/05/2024, 849 mil plays, 130 mil interações, (até agosto de 2024).....	50
Figura 5 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill”, postado em 12/06/2024, 125 mil plays, 42 mil interações, (até agosto de 2024).....	53
Figura 6 - Reels video-selfie “Você quer ser respeitado?”, postado em 10/04/2024, 291 mil plays. 22 mil interações, (até agosto de 2024).....	61
Figura 7 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill”, postado em 17/02/2024, 1,3 milhões de plays, 67 mil interações, (até agosto de 2024).....	64
Figura 8 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill”, postado em 14/11/2024, 151 mil plays, 167 mil interações, (até agosto de 2024).....	67
Figura 9 - Reels video-selfie “Um video especial para as mulheres solteiras”, postado em 10/08/2024, 100 mil plays. 10 mil interações, (até agosto de 2024).....	70
Figura 10 – Reels em resposta a box de pergunta, postado em 11/10/2024, (até agosto de 2025), 50,3 mil views, 2 mil interações, íntegra do post.....	83
Figura 11 - Reels apenas com texto e música, postado em 08/08/2024 (até agosto de 2025), 127 mil views, 5,5 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post.....	88
Figura 12 - Reels video-selfie “Isso que uma Mulher de Alto Valor vai fazer”, postado em 17/08/2024, 36,9 mil visualizações. 13 mil interações, (até agosto de 2025).....	91
Figura 13 - Reels em resposta a box de pergunta “É verdade que homem só quer mulher difícil?”, postado em 11/10/2024, 103 mil views. 2,1 mil interações, (até agosto de 2025).....	95
Figura 14 - Reels em resposta a box de pergunta “homens não fazem, mais convite para sair, ficam só enrolando até querer vir na sua casa”, postado em 28/02/2024, 140 mil visualizações. 32 mil interações, (até agosto de 2025).....	98
Figura 15 - Reels apenas com música e as frases escritas, postado em 03/08/2024, 1,2 milhão de visualizações. 223 mil interações, (até agosto de 2025).....	101
Figura 16 - Reels apenas com música e as frases escritas, postado em 03/09/2024. 2,4 milhões de visualizações. 238 mil interações, (até agosto de 2025).....	102

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPÍTULO I – O MOVIMENTO RED PILL E A IDEALIZAÇÃO DA MULHER	24
1.1 Patriarcado encapsulado: a pílula vermelha e a Machosfera no instagram	24
1.2 Bem-vindo ao deserto do real: o espaço do amor e da idealização da mulher ideal Red Pill	28
CAPÍTULO II - A MULHER IDEAL DO RED PILL CARICATO: EMPODERAMENTO MASCULINO COM O COACH DO CAMPARI.....	39
2.1 Thiago Schutz, o coach do Campari	39
2.1.1 “Mulheres buscam amor, homens buscam dinheiro”	41
2.1.2 “Mulher gosta de homem raiz”	45
2.1.3 “Nos honre como homens: nabo só nas solteiras”	48
2.1.4 “Homens são biologicamente confiantes e mulheres traem”	50
2.1.5 Casar é retroceder: o sofrimento que as mulheres causam aos homens	53
2.2 Quem é a mulher ideal do Red Pill caricado?.....	56
CAPÍTULO III – A MULHER IDEAL DO RED PILL MÉDICO:.....	
VIRILIDADE E DETERMINISMO COM O DOUTOR TESTOSTERONA	59
3.1 Alessandro Loiola, o Doutor Testosterona	59
3.1.1 “Cueca, fique em forma pra ser respeitado”	61
3.1.2 “Não negue sexo para o seu homem”	64
3.1.3 Energia feminista	67
3.1.4 “Qual tipo de mulher solteira você acha que é?”	70
3.2 Quem é a mulher ideal do Dr. Testosterona?.....	73
CAPÍTULO IV – A MULHER IDEAL DO RED PILL PRÍNCIPE ENCANTADO:.....	
COM O EX-CAFAJESTE E ATUAL HOMEM DE ALTO VALOR	76
4.1 Ítalo Ventura, o homem perfeito para mulheres perfeitas.....	76
4.1.1 Como conhecer novos homens no Dia a Dia?	83
4.1.2 Quer atrair um amor de verdade?	88
4.1.3 Como conquistar um HAV (homem de alto valor)?.....	91
4.1.4 Homens precisam sentir que merecem sua companhia	95
4.1.5 Chamar para sair sem ser interesseira	98
4.1.6 Frases magnéticas.....	101
4.1.7 Quem é a mulher ideal do Red Pill príncipe encantado?.....	106
CONCLUSÃO – AFINAL, O QUE ESSES HOMENS QUEREM?.....	109
REFERÊNCIAS	118

INTRODUÇÃO

No fluxo incessante do Instagram, plataforma que se tornou um dos palcos centrais de subjetivação na contemporaneidade, floresce uma narrativa sobre a mulher ideal, talhado não a partir de sua realidade, mas de uma sobreposição de valores do patriarcado, muitas vezes misógina e conservadora através de projeções "masculinistas" advindas de movimentos machistas num mundo ainda calcado apenas no masculino.

A irrupção do movimento Red Pill tem suas raízes calcadas na mediosfera¹, mais precisamente na cibercultura, nas comunidades online conhecidas como "manosphere"² (ou Machosfera), onde homens e também mulheres passaram a se organizar em torno de narrativas sobre gênero e masculinidade. A Machosfera é amplamente utilizada em grupos de extrema direita ao redor do mundo para reafirmar "valores da masculinidade" e se opor ao "sistema que favorece as mulheres". Fantasiada de discussões sobre os direitos dos homens e a pauta do lugar da mulher na sociedade, ela acaba sustentando o ideal de sucesso onde o profissional e o pessoal se confundem, calcados na quantidade de bens materiais e influência que o sujeito pode acumular, um reflexo direto da teologia da prosperidade³, do self-made man⁴ e do sujeito autônomo, autodeterminado e autossuficiente, pilares da ideologia neoliberal.

Essas comunidades constituem um ecossistema de produção discursiva que se espalha por diferentes plataformas: grupos de Facebook, fóruns no Reddit, canais

¹ Conceito introduzido por Malena Contrera para descrever o espaço simbólico e cultural constituído pela interação entre os meios de comunicação e o imaginário coletivo: nesse ambiente, os conteúdos midiáticos ganham força e estrutura, moldando representações sociais, culturais e ideológicas. A mediosfera não se limita à circulação de informações, mas afeta diretamente as percepções, valores e comportamentos. Ao mediar a realidade através da mídia, a mediosfera pode tanto reforçar estereótipos e narrativas dominantes quanto abrir espaço para o surgimento de novos discursos e formas de subjetivação (Contrera, 2010).

² Manosfera, numa outra tradução livre, refere-se a uma rede de comunidades online que pregam discursos misóginos, antifeministas e, em muitos casos, violência de gênero, frequentemente apresentando-se como defesa dos direitos dos homens, mas revelando ressentimento contra as mulheres e o feminismo.

³ Movimento religioso que afirma que a fé, acompanhada por contribuições financeiras à igreja, resulta em bônus materiais e sucesso financeiro para os crentes e estes seriam sinais da graça divina. "A Teologia da Prosperidade é a tradução da ética neoliberal para o campo religioso, onde o sucesso é entendido como um sinal inequívoco da eleição divina e do favor de Deus" (Mariano, 2005).

⁴ Relacionado à ética protestante e o espírito do capitalismo descrita por Max Weber, onde o sucesso material é visto como evidência de virtude e eleição divina: "a riqueza torna-se um sinal de mérito pessoal, refletindo a moralidade capitalista de que o esforço individual é suficiente para o êxito, ignorando fatores sociais e estruturais" (Weber, 2005).

de Telegram, mas sobretudo pelo YouTube e, principalmente, pelo Instagram, como a grande porta de entrada de divulgação para seu público cativo e aquisição de outros, através de reels, lives, podcasts e caixas de perguntas que encenam uma pedagogia informal da masculinidade, um didatismo de como “recuperar o poder masculino tão maculado pelos movimentos de emancipação e empoderamento feminino”. Nesse circuito, homens compartilham experiências, queixas e estratégias, articulando discursos sobre relacionamentos, sexualidade e identidade do “gênero dominante”.

Trata-se de um campo no qual se configuram modos de subjetivação que se valem da lógica algorítmica e imagética das redes sociais para difundir, reiterar e legitimar uma narrativa específica sobre a masculinidade hegemônica e fundamentalmente o papel da mulher, idealizada, nesse contexto e objeto central da presente pesquisa. Na Machosfera Red Pill, a mulher não é apresentada como sujeito, mas como estereótipo: corpo moldado, retórica tacanha, mercadoria valorizada, promessa de status e triunfo. Essa figura é encenada em posts motivacionais, em reels que combinam trilhas épicas com frases de efeito, em figuras e textos que se pretendem elucidativas, mas que operam como um manual da dominação masculina.

O Instagram, com seu apelo imagético e sua economia da atenção, não apenas hospeda os discursos Red Pill acerca da mulher ideal, mas os potencializa, transformando-os em fragmentos virais de um estereótipo coletivo em circulação.

Nas prateleiras físicas e virtuais dos segmentos de autoajuda, autoconhecimento, autodesenvolvimento etc., e na boca de diversos produtores de conteúdo digital, influencers etc., na área de coaching, desenvolvimento pessoal, marketing e até “psicólogos” é muito comum se ouvir sobre “leis do sucesso, do poder e do triunfo”, “modelos para ferir e mudar a ‘realidade’”, discursos supremacistas do ego e de grupos identitários hegemônicos. Dentre esses, destaca-se um discurso específico que desenha o perfil da mulher ideal do movimento Red Pill. Nota-se o Instagram como a grande porta de entrada para estes conteúdos que são amplamente repercutidos em páginas de coaches de relacionamento (que se transformam praticamente em gurus, oráculos comportamentais às vezes disfarçados de curadores, outras vezes explicitamente violentos em seus discursos misóginos sem disfarces ou adereços) que vendem seus cursos e métodos “doando” horas e horas de verborragias e pseudo-acolhimentos para mulheres em busca do relacionamento ideal, dos “homens de alto valor”.

Os “Redpillados”⁵ utilizam o termo inspirado na pílula que Neo, o protagonista da tetralogia cinematográfica Matrix (vivido por Keanu Reeves), escolhe ao decidir entre a pílula azul e a vermelha oferecidas por seu antagonista Morpheus. Ao optar pela pílula vermelha, Neo busca adquirir consciência sobre a realidade, rejeitando a ilusão representada pela pílula azul. No movimento Red Pill, isso causa desdobramentos, haja vista a adoção de uma série de termos pejorativos, chavões e rótulos, como AWALT (All Women Are Like That), SMV (Sexual Market Value), Hypergamy, Homem Beta, Homem Sigma, Gado, MSOL (Mãe Solteira), Incel, entre outros. São grupos que se autodenominam “pelos Direitos do Homem” em discursos de natureza extremista em que o amor se transforma em um produto, resultando na mercantilização das emoções e dos afetos. Nesse contexto, valores como intimidade, compromisso e reciprocidade são frequentemente substituídos pela busca do prazer imediato e gratificação instantânea, impulsionando uma incessante procura por novidades e estímulos. Transposto ao campo afetivo-amoroso, esse movimento intensifica a procura pela mulher ideal, e nada além dela.

Tomar a ‘pílula vermelha’ não significa apenas abrir os olhos para uma suposta verdade escondida sobre as relações de gênero. Significa aderir a um sistema narrativo que se mascara de autoconhecimento e meritocracia, mas que, em sua essência, recria falas arcaicas de um feminino subjugado, esvaziado e pasteurizado. É nesse terreno pantanoso de imagens e narrativas que se insere o presente trabalho: investigar como a Machosfera, através do discurso Red Pill, constrói narrativas sobre a mulher ideal no Instagram, e como esse processo pode ser compreendido à luz das teorias da mídia, do imaginário e da psicologia analítica. Trata-se de um fenômeno que se amplifica por uma ideologia (no sentido marxista de falsa consciência) conservadora e comunicação estratégica, mas que deve ser situado no campo da irrupção de conteúdos simbólicos oriundos do imaginário antropológico, em que arquétipos universais são estereotipados, enebriados e amplificados em sua forma arcaica e desmedida no presente.

O objetivo desta pesquisa é analisar o discurso de três expoentes da ideologia Red Pill (em graus diferentes de aderência assumida ao movimento), buscando como apresentam o perfil da mulher ideal segundo seus conteúdos amplamente disseminados no Instagram, o impacto na opinião pública, avaliado pelo índice de

⁵ Termo utilizado pelo movimento Red Pill para quem decidiu engolir a pílula vermelha e ver a “realidade”.

seguidores e views das suas páginas. Esse critério quantitativo é relevante para os estudos do imaginário como critério metodológico a ser considerado, já que sinaliza a ressonância de conteúdos simbólicos específicos na sociedade.

São eles: Thiago Schutz⁶, um “polêmico e controverso” coach de relacionamentos que promove ideais de masculinidade por meio de seu "Manual Red Pill"; Dr. Alessandro Loiola⁷, um médico especialista em testosterona que dissemina conteúdos sobre saúde masculina, como se relacionar com as mulheres, masculinidade; e Ítalo Ventura⁸, um autoproclamado expert em relacionamentos que quebrou e ensina para mulheres o “código dos homens” através da “filosofia MAV” (Mulher de Alto Valor) e compartilha experiências de sucesso na vida pessoal e afetiva, ao lado de sua família feliz.

Figuras representativas, declaradas ou não da Machosfera e do movimento Red Pill. Esses indivíduos, frequentemente autointitulados “coaches de relacionamentos”, emergem ao promover discursos que reforçam estereótipos de masculinidade e relações de poder, frequentemente em oposição a narrativas feministas. A frequência de aparição de suas ideias na mídia e seu impacto em comunidades online são evidentes em sua grande audiência e no engajamento gerado, o que permite uma análise quantitativa sobre a presença desses discursos. Simultaneamente, eles constelam o “herói masculino em crise”, que se posiciona contra um mundo supostamente dominado por mulheres, uma fala recorrente em contextos socioculturais onde a masculinidade é percebida como ameaçada.

Todos os perfis foram acompanhados durante o ano de 2024, para que deles se extraíssem as categorias de análise contidas na dissertação. A escolha dos Red Pills a serem estudados na dissertação baseia-se tanto na recorrência midiática de suas falas quanto na categoria simbólica que eles representam dentro do imaginário cultural, tendo sua influência na mídia e na cultura dada pela quantidade e recorrência de discurso e visualizações, não necessariamente de suas páginas, mas de seus conteúdos que frequentemente “viralizam”.

⁶ THIAGOSCHUTZOFICIAL. Instagram: perfil pessoal. Disponível em: <https://www.instagram.com/thiagoschutzoficial/>. Acesso em: 31 ago. 2025. (mais de 390 mil seguidores)

⁷ ALESSANDRO_L_LOIOLA. Instagram: @alessandro_l_loiola. Disponível em: https://www.instagram.com/alessandro_l_loiola/. Acesso em: 31 ago. 2025. (mais de 430 mil seguidores)

⁸ ÍTALO VENTURA. Instagram: @italoventura. Disponível em: <https://www.instagram.com/italoventura/>. Acesso em: 31 ago. 2025. (mais de 1,3 milhão de seguidores)

São propostas como categorias de análise o histórico e aprofundamento na Machosfera para entender o funcionamento do movimento Red Pill, a misoginia, a imagem da mulher (idealizada e indisponível), o sucesso amoroso equivalente ao sucesso econômico, a visibilidade midiática (marketing de conteúdo), a obsessão pela ideia de sucesso com traços caricaturalmente maníacos, paranoicos e narcisistas, a mulher como base familiar que edifica o sucesso masculino e a sombra do discurso misógino, reacionário e conservador na inviabilidade das relações.

Apenas ao aproximar essas “personalidades do universo Red Pill,” é possível observar que o amor e os relacionamentos são vistos como mercadorias a serem consumidas e descartadas conforme os números do mercado neoliberal. Esse processo de mercantilização afeta profundamente o imaginário coletivo, uma vez que sufoca arquétipos e processos simbólicos que, embora desvalorizados, não desaparecem, mas são recalados num processo inconsciente denominado sombra, que, com o perdão ao pleonasmo, assombram a consciência:

As ideias que são realidades psíquicas representam forças irrefutáveis e intocáveis. São mais poderosas que os homens e suas cabeças. Embora ele acredite que é ele quem as produz, na realidade são elas que o produzem, tornando-o inconscientemente apenas seu porta-voz (Jung, 2009, p. 147).

Sendo o inconsciente coletivo⁹ a morada e o constituidor dos arquétipos¹⁰, ou deuses, como Afrodite, ou sua contraparte latina, Vênus, que é um arquétipo central no imaginário (ou inconsciente coletivo) relacionado ao amor, ao corpo e ao prazer. No entanto, no contexto da Machosfera e do movimento Red Pill, ocorre um soterramento da imagem¹¹ de Afrodite, onde a deusa do amor e da beleza perde seu

⁹ Para Jung (2013a), o inconsciente coletivo é composto de arquétipos, que são formas primordiais que influenciam comportamentos e pensamentos, mostrando como as experiências culturais se entrelaçam com a psique individual. É uma camada profunda da psique humana que abriga experiências, memórias e imagens compartilhadas por toda a humanidade. Assemelha-se ao conceito de Noosfera discutida por Morin (2012), que enfatiza a interconexão da consciência humana e como o conhecimento se torna uma rede complexa e interativa. Essa ideia também ecoa similarmente no conceito de imaginário cultural proposto por Durand (2001).

¹⁰ Segundo Carl Gustav Jung, são padrões universais de comportamento e imagens primordiais presentes no inconsciente coletivo, uma camada mais profunda da psique humana compartilhada por toda a humanidade. Eles são “formas ou imagens de natureza coletiva que ocorrem praticamente em todo o globo como componentes de mitos e, ao mesmo tempo, como produções espontâneas dos sonhos” (Jung, 2013a, p. 80).

¹¹ No contexto junguiano, a “imagem” refere-se a uma representação psíquica que transcende a mera figura ou aparência externa. Para Jung, a imagem é um meio que permite ao indivíduo “ver através” de suas experiências e percepções, capturando a essência do que é representado e possibilitando a conexão com o inconsciente coletivo. Ele enfatiza que as imagens não são apenas visuais, mas possuem uma carga simbólica que revela significados mais profundos e complexos, servindo como uma ponte entre a consciência e os conteúdos inconscientes (Jung, 2009).

lugar no imaginário e ressurge de forma distorcida, sombria e patológica. O psicólogo arquetípico James Hillman (1997), “Revendo a Psicologia”, explora como os deuses, quando reprimidos, se tornam doenças psíquicas. Nesse caso, a rejeição de Afrodite e da vulnerabilidade do amor emerge no Red Pill como uma verdadeira guerra contra o corpo e o desejo (representados pelo feminino), substituídos pela racionalidade friamente literal e a ideologia do “deserto do real”¹², ecoando a narrativa Red Pill de que “ver a realidade” implica abandonar o que é considerado fantasia, imaginal, produzido pela alma.

Conforme Hillman (1997) e Jung (2013a), quando Afrodite é sufocada, suas qualidades não desaparecem, mas se distorcem. Isso ocorre porque os deuses, nesta visão, são aspectos do imaginário coletivo e das profundezas da psique. Ao ignorar ou marginalizar esses aspectos, eles se manifestam de formas patológicas. No movimento Red Pill, isso se materializa em uma visão paranoica do feminino, onde o amor e o corpo da mulher são vilificados e controlados por uma lógica de poder e objetificação. Afrodite, em vez de ser celebrada, é combatida como uma ameaça à masculinidade, um reflexo da paranoia onde o medo de perder o controle e o poder leva à repressão dos aspectos ligados ao prazer, à beleza e à entrega emocional. Nesse contexto, o biopoder¹³ descrito por Michel Foucault também opera. O controle sobre o corpo, especialmente o corpo feminino, se torna uma ferramenta de dominação, um recurso político e simbólico. Afrodite, como representação do corpo e do desejo, é subjugada por discursos que visam controlar a sexualidade e o comportamento feminino, e o Red Pill opera como um braço ideológico que promove esse controle.

É importante ressaltar que o subjugo de Afrodite se manifesta de maneira mais caricatural em movimentos retrógrados e reacionários, como o Red Pill. No entanto, essa mesma dinâmica também se faz presente no campo progressista e libertário,

¹² Termo utilizado para descrever uma condição de alienação e ausência de significado na vida contemporânea, onde as experiências são muitas vezes mediadas por representações superficiais e pela cultura de consumo. Essa expressão reflete a ideia de que, em meio à hiperrealidade e à saturação de imagens, as pessoas podem se sentir desconectadas de experiências autênticas e profundas. A busca por uma “realidade” pode, assim, levar a uma sensação de desolação e vazio existencial (Baudrillard, 1991).

¹³ Conjunto de práticas e discursos que controlam e regulam a vida dos indivíduos e das populações. Este poder se manifesta não apenas por meio de instituições formais, como o governo e a medicina, mas também por meio de normas sociais que influenciam a maneira como os indivíduos vivem, se relacionam e percebem a si mesmos. Foucault argumenta que o biopoder é um mecanismo que integra o controle social à produção da subjetividade, moldando a vida e a saúde dos corpos em contextos históricos e culturais específicos (Foucault, 1995).

revelando o quanto Vênus está sufocada dentro de cada um de nós. Esse sufocamento não se limita a discursos que desvalorizam a feminilidade, mas também se manifesta na imposição de ideais de sucesso que priorizam a individualidade em detrimento das conexões emocionais. No âmbito progressista, por exemplo, a ênfase na autonomia e na liberdade pessoal pode, paradoxalmente, conduzir a um desinteresse pelas dinâmicas relacionais mais profundas. A busca por uma ‘liberdade’ absoluta e a rejeição das estruturas tradicionais de relacionamento podem transformar a busca por conexões autênticas em uma mera troca de experiências superficiais, desconsiderando a riqueza que a alteridade e a diversidade de perspectivas podem trazer. A defesa da autoafirmação e da independência frequentemente dialoga com a chamada “objetificação das relações humanas”, onde interações são mediadas por um ideal de consumo emocional.

Nesse cenário, a negação do outro, em especial de quem pensa de maneira diferente, torna-se um fenômeno recorrente. A pressão para se alinhar a um consenso unânime em determinadas questões pode sufocar a essência de Vênus, que, por natureza, busca pluralidade, diálogo e conexão genuína. Ao invés disso, cria-se um ambiente hostil à diferença e à alteridade, relegando as experiências humanas a um plano superficial e descartável, em que o respeito e a compreensão pelo outro são sacrificados em nome de ideais de identidade e pertencimento. Dessa forma, a unilateralidade do pensamento não apenas limita a capacidade de diálogo, mas também impede o florescimento de relações significativas e aprofunda ainda mais o vazio afetivo que permeia nossa cultura contemporânea pós-moderna.

Esta pesquisa se situa no campo dos estudos de Mídia e Imaginário, a partir do método da complexidade de Edgar Morin, das estruturas antropológicas do Imaginário e da imaginação simbólica de Gilbert Durand, do simulacro e simulação de Jean Baudrillard, a Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo de Max Weber e seus continuadores, Pierre Bourdieu, Zygmunt Bauman, Byung-Chul Han e outros pensadores da pós-modernidade, totalmente atravessados pelos conceitos de ego, persona, sombra e anima da Psicologia Analítica de Carl Gustav Jung e seus sucessores, principalmente James Hillman e a Psicologia Arquetípica, de Mediosfera e Mito na Mídia, de Malena Contrera, Microfísica do Poder e Biopoder de Michel Foucault, entre outros caminhos percorridos pelos estudos a partir do Imaginário Cultural:

o imaginário é o conjunto das imagens e relações de imagens que constitui o capital pensado do homo sapiens; é a reserva de imagens que se organiza em estruturas e que se exprime em mitos, religiões, obras de arte, mas também nas instituições sociais e nas práticas cotidianas (Durand, 2019, p. 18).

Assim, o imaginário cultural é justamente esse repertório simbólico compartilhado por uma coletividade, um sistema de imagens que atravessa o tempo e se manifesta de diferentes formas, tanto no plano mítico quanto no midiático e tecnológico:

é no imaginário que o homem encontra a solução simbólica para suas angústias fundamentais diante do tempo, da morte e da finitude. Cada cultura, a seu modo, organiza este imaginário em mitos, símbolos e narrativas (Durand, 2001, p. 45).

Então, à luz de Gilbert Durand, o imaginário cultural¹⁴ é o conjunto de imagens e símbolos que orienta a maneira como uma sociedade pensa e organiza suas representações. Na Machosfera, vemos emergir um repertório reinscrito e pasteurizado em um novo cenário: o das redes sociais digitais. Esses arquétipos, essas imagens, jamais desaparecem, são reciclados e difundidos no Instagram em forma de reels, posts e podcasts, apresentando-se como verdades contemporâneas sobre a mulher ideal, seu comportamento e formas de significação da “realidade pós-moderna” que mais parece ter saído das cinzas das fogueiras da Santa Inquisição.

A relevância da pesquisa está em poder trazer essa discussão para o campo arquetípico, da complexidade, da mídia como pauteira dos relacionamentos afetivos com suas milhões de ofertas de aplicativos a ideologias. Entender que estes valores propagados pelos Red Pills ou qualquer outro movimento de afirmação hegemonicó são universais e não serão eliminados da face da Terra. Ao atravessar esse discurso pela Psicologia Analítica vemos o que não está sendo dito, a sombra, o sofrimento destes egos (no sentido de parte fundamental da consciência que, por sua vez, irrompe do Inconsciente) que tem por meta serem livres, autônomos, autodeterminados e donos de si. Esta é a narrativa amplamente difundida na mediosfera e que resulta em discursos doentes como o do Red Pill. Propor alguma forma de despotencialização destes complexos culturais tão poderosos que sequestram toda a comunicação e o ramo do autodesenvolvimento humano, não em metas, mas em integração entre os opostos. Um outro modo de pensar estes

¹⁴ Conceito muito próximo ao de Noosfera de Edgar Morin e de Inconsciente coletivo de Jung que serão discutidos com extrema valia no decorrer desta dissertação.

fenômenos, não da forma reduutivo causal, mas o de escutar isso que foi escanteado, oprimido e recalcado à sombra, sem direito de fala. Afrodite sem fala volta como doença, desamparo, falta de energia para viver e se relacionar com o mundo, a natureza, as pessoas.

Dados mostram que a misoginia continua sendo o crime de ódio que mais cresce nas plataformas digitais no Brasil. Entre 2017 e 2022, os crimes de ódio praticados virtualmente (dos quais a misoginia foi a que mais cresceu) chegaram a 293,2 mil denúncias, conforme os dados consolidados pela Central Nacional de Denúncias de Crimes Cibernéticos (SaferNet) e o Observatório Nacional dos Direitos Humanos (ObservaDH) do Ministério dos Direitos Humanos e da Cidadania. Em 2017, foram registradas apenas 961 denúncias de misoginia. Em 2022, esse número disparou para 28,6 mil, um aumento de quase 30 vezes, totalizando 74,3 mil casos no período¹⁵. No primeiro semestre de 2022, o crescimento dos crimes de ódio em relação ao mesmo período do ano anterior foi de 67,5 %, e a misoginia foi o tipo de ataque mais notificado, com 7.096 ocorrências¹⁶. Entretanto, em 2023, houve uma queda significativa nessa categoria: das 8.734 denúncias de misoginia registradas em 2022, o número caiu para 3.706, o que evidencia um claro desincentivo às queixas¹⁷.

Além dessas estatísticas, a pesquisa do Observatório da Indústria da Desinformação e Violência de Gênero nas Plataformas Digitais (NetLab-UFRJ em parceria com o Ministério das Mulheres) mapeou a atuação da chamada “Machosfera” no YouTube brasileiro. Foram analisados 76,3 mil vídeos de 7.812 canais que disseminam conteúdos misóginos, totalizando mais de 4 bilhões de visualizações e 23 milhões de comentários. Em um recorte qualitativo, identificaram-se 137 canais misóginos, que juntos publicaram mais de 105 mil vídeos, acumulando cerca de 3,9 bilhões de visualizações (média de 152 mil inscritos por canal). Ainda segundo o levantamento, 88 % desses vídeos foram publicados nos últimos três anos, e 80% dos

¹⁵ Dados de 2017 a 2022, pois não foram encontrados dados mais atualizados: total de crimes de ódio (293,2 mil), com destaque para misoginia (74,3 mil no total; de 961 em 2017 a 28,6 mil em 2022). Disponível em: [https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2024/janeiro/incitacao-a-violencia-contra-a-vida-na-internet-lidera-violacoes-de-direitos-humanos-com-mais-de-76-mil-casos-em-cinco-anos-aponta-observadh?](https://www.gov.br/mdh/pt-br/assuntos/noticias/2024/janeiro/incitacao-a-violencia-contra-a-vida-na-internet-lidera-violacoes-de-direitos-humanos-com-mais-de-76-mil-casos-em-cinco-anos-aponta-observadh?utm)

¹⁶ SaferNet, disponível em: <https://new.safernet.org.br/content/denuncias-de-crimes-de-discurso-de-odio-e-de-imagens-de-abuso-sexual-infantil-na-internet?utm>

¹⁷ SaferNet relatório 2024, disponível em:
https://new.safernet.org.br/sites/default/files/content_files/safernet_-central_nacional_de_denuncias_2024.pdf?utm

canais utilizam recursos de monetização como anúncios, doações e venda de produtos¹⁸.

Esses indicadores mostram que o ambiente digital brasileiro segue sendo um terreno propício para a disseminação de discursos misóginos, muitas vezes encobertos de autoaperfeiçoamento ou “verdades ocultas”. A densidade simbólica dessa narrativa revela um mito reatualizado que sustenta a masculinidade hegemônica e redimensiona o poder simbólico nas dinâmicas contemporâneas de gênero. Algo muito propício para o marketing digital, eficaz na atração de indivíduos ao explorar temas antropológicamente carregados de emoções, como frustrações nas relações interpessoais e questões de identidade de gênero. O uso de linguagem persuasiva e de “storytelling” pode ressoar com aqueles que se sentem marginalizados ou insatisfeitos com “normas sociais convencionais”, levando-os a um nível ainda maior de desencanto.

No campo acadêmico, observa-se um aumento de interesse em torno da Machosfera e do movimento Red Pill. São mais de seis mil artigos listados no Google Acadêmico quando a busca é por ‘manosphere’. Para ‘Machosfera’ o número cai para cerca de 250. ‘Red Pill’, por ser um termo mais universal, tem mais de 250 mil menções. Para ‘amor+redpill’ são aproximadamente 300, mas muito pouco se fala sobre estas narrativas no campo do imaginário ou da comunicação em si. São, em sua maioria, teses da sociologia e das ciências políticas. Pesquisas internacionais recentes têm explorado, por exemplo, os caminhos de radicalização de jovens na Machosfera e as formas como mulheres participam de comunidades como a “Red Pill Women”¹⁹. Há estudos de como a psicologia evolutiva é frequentemente distorcida nesses espaços para legitimar visões misóginas²⁰, e como influenciadores digitais tornam a linguagem da Machosfera popular e hegemônica nas plataformas digitais²¹.

No Brasil, há alguns artigos que tateiam o tema, por exemplo, os de Gracila Vilaça (UFMG) que analisou as práticas (sub)culturais da Machosfera em práticas de

¹⁸ Ministério das mulheres. Disponível em: <https://www.gov.br/mulheres/pt-br/central-de-conteudos/noticias/2024/dezembro/pesquisa-inedita-mostra-como-influenciadores-lucram-com-conteudos-misoginos-no-youtube?utm>

¹⁹ HOEBANX, Paulin; DAUDT, Rafaella; VALIATI, Vanessa; CONTE, Daniel. Representações sociais emergentes no universo Red Pill e MGTOW brasileiro. *Revista E-Compós*, 2025.e. Red Pill Women: Heterosexual Fantasies in Misogynistic Spaces. Feminism & Psychology, 2024. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1097184X241286800>

²⁰ BACHAUD, A. Evolutionary Psychology Misused in the Manosphere. *Frontiers in Psychology*, 2023. Disponível em: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10600567>

²¹ LOTT, Kaarel et al. Mainstreaming the Manosphere: discourses of contemporary masculinity among Estonian manfluencers. *Humanities and Social Sciences Communications*, 2025

assédio em plataformas²², Ana Carolina Weselovski e Inês Hennigen (UFRGS) mapearam a circulação da Red Pill em redes sociais, evidenciando o atravessamento afetivo e a centralidade da misoginia¹⁰; Rafaella Daudt, Vanessa Valiati e Daniel Conte (Feevale) examinaram 94 canais brasileiros no YouTube vinculados ao Red Pill e ao MGTOW, com base na reafirmação da autoridade masculina e do culto ao desempenho²³. Essas análises apontam que a Machosfera no Brasil não só reproduz padrões globais de discurso misógino, mas também cria variações locais que articulam gênero, raça e classe. Porém, apesar dos números aparentemente satisfatórios, há muito pouco material aprofundado em teses e dissertações sobre o assunto, ainda menos no viés transdisciplinar dos estudos do imaginário cultural.

A ascensão dos Red Pills e outros movimentos misóginos dentro e fora da Machosfera se insere em um contexto mais amplo da cultura de massas e do impacto do capitalismo na alienação, bem como na busca por soluções simplistas para questões complexas relacionadas a relacionamentos e identidades. O movimento Red Pill pode ser visto como uma reação ao desconforto e à ansiedade causados pela incerteza e mudanças nas dinâmicas sociais e nas relações de poder. Essa "pílula de retrocesso" é pautada em imagens desatualizadas, com comparações a comportamentos de matilha, que estão distantes do desenvolvimento humano e da consciência.

Além disso, essa é uma aproximação perigosa, promovida pela psicologia positiva, comportamental e pelo coaching, amplamente divulgada por meio dos algoritmos das redes sociais. É necessário lançar luz sobre esses movimentos para compreender como e quão prejudiciais eles podem ser para a psique individual, coletiva e a própria cultura. A relevância da pesquisa reside em trazer essa discussão para o campo da mediosfera, arquetípico e da complexidade, reconhecendo que os valores propagados pelos Red Pills são universais e persistirão. Iluminar esses complexos culturais, coletivos e individuais é uma necessidade para que eles não fiquem recalados à sombra, ao inconsciente ganhando força e tomando as pessoas em contágios e verdadeiras psicoses coletivas.

²² VILAÇA, Gracila. Da manosphere à Machosfera: práticas (sub)culturais masculinistas em plataformas anonimizada. *Revista Eco-Pós*, 2021. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27703

²³ DAUDT, Rafaella; VALIATI, Vanessa; CONTE, Daniel. Representações sociais emergentes no universo Red Pill e MGTOW brasileiro. *Revista E-Compós*, 2025. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2870>

Portanto, essa pesquisa pretende olhar para os estereótipos da mulher ideal recorrentes nas narrativas presentes nas páginas de Instagram de expoentes (declarados ou não) do movimento Red Pill no Brasil. E, para isso, mapear como o universo Red Pill, por meio de suas páginas de Instagram apresentados no recorte do corpus, vê e vende a imagem da mulher ideal para o amor, através da análise de suas narrativas (Self-made Man, empoderamento e hegemonia masculina, antifeminismos etc.) sobre a mulher ideal e como a mediosfera potencializa essa estereotipia. E analisar os conteúdos simbólicos dominantes presentes no mapeamento levantado olhando através da projeção de sombra do espírito de nosso tempo calcado na misoginia e na tentativa a todo custo de escantejar o feminino para a sombra negando os avanços sobre suas experiências e acolhimento.

No primeiro capítulo propõe-se uma análise imaginal antropológica da Machosfera dentro de seu produto mais caricato, o movimento Red Pill, com um olhar sob a narrativa da mulher ideal para esta ideologia. Nos três próximos capítulos, há a análise da narrativa da mulher ideal, especificamente em páginas de Instagram de expoentes destas falas. No capítulo 2, a mulher ideal do Red Pill Caricato, o coach do Campari Thiago Schutz. No capítulo 3, a mulher ideal do médico Red Pill, Dr. Alessandro Loiola; por fim, no capítulo 4, a mulher ideal do Red Pill príncipe encantado e “homem de alto valor”, Italo Ventura. Ao final, uma conclusão que, ao ampliar essa análise para o âmbito da mediosfera, mostra que o sucesso amoroso é retratado, prioritariamente, como uma conquista material, financeira, de reconhecimento social e de aquisição de um estereótipo, um padrão de mulher, e papel significativo da mídia na criação de narrativas em torno do sucesso, promovendo padrões que reforçam as ideias sustentadas pelo capitalismo e pelos meios de comunicação de massa. Este modelo de interação com o imaginário, baseado em conteúdos midiáticos abstraídos da experiência direta, atrofia a capacidade de simbolizar e diminui a vitalidade da psique individual e coletiva. Esse vazio simbólico é preenchido por imagens e narrativas que servem ao sistema, mas alienam o indivíduo de si mesmo e de seu processo experencial anímico de vida, substituindo as descobertas por uma pedagogia didática no sentido esvaziado e desalmado da palavra.

A partir desse percurso, esta dissertação se volta para os detalhes: aquilo que, sob o nome de amor, honra, conta bancária ou “verdades sobre as mulheres”, aparece nas páginas e postagens dos Red Pills sendo aqui interrogado como mito

reconfigurado. Uma pedagogia da masculinidade que, ao vestir máscaras antigas, sustenta velhas formas de dominação.

É no exame dessas narrativas que se revelará como a “mulher ideal” da Machosfera não é senão um artefato simulado, feito de estereótipos reciclados, que circula como verdade no imaginário digital contemporâneo.

CAPÍTULO I –

O MOVIMENTO RED PILL E A IDEALIZAÇÃO DA MULHER

1.1 Patriarcado encapsulado: a pílula vermelha e a Machosfera no instagram

O movimento Red Pill surgiu no início dos anos 2000, enraizado nas comunidades online de homens descontentes com as mudanças sociais e culturais em torno das relações de gênero. Nasceu como metáfora cinematográfica deturpada e transformou-se em uma subcultura online que reúne correntes diversas do masculinismo contemporâneo.

O termo “Red Pill” (pílula vermelha) surge na tetralogia cinematográfica “Matrix” (1999). Na trama, o protagonista Neo é convidado por Morpheus a escolher entre a pílula azul, que o manteria vivendo em uma ilusão confortável, e a pílula vermelha, que revelaria a “verdade” oculta sobre a realidade.

Originalmente, essa imagem representava um despertar existencial, mas, a partir dos anos 2000, foi apropriada e ressignificada: no contexto do movimento, a pílula vermelha simboliza uma suposta conscientização sobre as realidades das dinâmicas de gênero, promovendo a ideia de que os homens são sistematicamente desfavorecidos por uma sociedade matriarcal ou dominada por valores feministas.

A partir de fóruns virtuais como Reddit²⁴, 4chan²⁵ e o Roosh V’s Forum²⁶, o movimento Red Pill cresceu dentro da chamada Machosfera (manosphere), um termo guarda-chuva que abrange diversas comunidades online que discutem questões de masculinidade e gênero. Essas comunidades incluem, entre outras, os Men’s Rights Activists (MRAs), Men Going Their Own Way (MGTOW), os Incels (involuntarily celibate). Cada grupo tem suas próprias perspectivas e focos, mas todos compartilham a crença de que “tomaram a pílula vermelha” e “acordaram” para uma

²⁴ Plataforma de fóruns agregados lançada em 2005, organizada em comunidades temáticas moderadas pela própria comunidade. É o maior site de fóruns do mundo, com aproximadamente 500 milhões de usuários registrados e cerca de 101,7 milhões de usuários ativos diários e 380 milhões semanais (dados de 2024). Disponível em: <https://discovery.ucl.ac.uk/10113225/>

²⁵ Criado em 2003 como um imageboard (fórum online onde os usuários compartilham imagens e textos) anônimo, registra mais de 22 milhões de visitantes únicos mensais oferecendo ambientes com pouca moderação, o que facilitou a circulação de discursos radicais e misoginia online. Disponível em: <https://www.internetmatters.org/pt/advice/apps-and-platforms/social-media/4chan/>

²⁶ Central na consolidação da comunidade de Pick-up Artists (PUAs); entre 2006 e 2017, fóruns relacionados a PUAs mantiveram até 50% das contas mensais ativas dentro do ecossistema da machosfera. Disponível em: <https://expresso.pt/internacional/2016-02-08-O-homem-que-odeia-as-mulheres>

suposta verdade sobre as relações de gênero, um ato simbólico de rejeição às políticas de igualdade de gênero e de adesão a uma masculinidade vista como “tradicional” ou “dominante”.

A Machosfera tem suas raízes em uma longa tradição de movimentos masculinos que surgiram como resposta a percepções de crise na masculinidade. Desde o final do século XIX, com a urbanização e a industrialização, homens começaram a sentir que suas identidades estavam sendo desafiadas. Essa sensação foi exacerbada pelo surgimento dos movimentos feministas no século XX, que lutam por igualdade de direitos e oportunidades, visando uma real equidade social. Fóruns e blogs se tornaram os primeiros locais onde homens discutiam suas frustrações, compartilhavam experiências, ajudando a formar uma comunidade global onde essas discussões puderam florescer.

A partir de 2010, o termo foi absorvido por grupos da alt-right (extrema direita norte-americana) e redes de propaganda conspiratória²⁷, passando a integrar narrativas mais amplas contra o que chamam de “politicamente correto” e “domínio progressista”. O movimento se espalhou para além dessa obscuridate dos confins da internet, para plataformas como YouTube, Facebook, TikTok, Telegram e Instagram, alcançando novos públicos e consolidando grupos por meio de seus influenciadores, como Jordan Peterson²⁸, Andrew Tate²⁹ etc., que popularizam essas ideias através de vídeos, livros e palestras. Eles atingem uma ampla audiência de jovens homens que se sentem desconectados das normas sociais contemporâneas, como uma reação direta ao feminismo contemporâneo. Seus adeptos argumentam que o feminismo, ao lutar por igualdade de direitos para as mulheres, criou um desequilíbrio que agora desfavorece os homens. Eles veem as políticas feministas como uma tentativa de marginalizar a masculinidade tradicional e de beneficiar as mulheres às custas dos homens. Criticam as políticas de igualdade de gênero, acusando-as de serem parciais e de não considerar as dificuldades enfrentadas pelos homens.

²⁷ Conjunto de plataformas, comunidades e influenciadores que disseminam narrativas estruturadas em teorias da conspiração, muitas vezes com objetivos políticos, ideológicos ou econômicos. Elas funcionam de forma interligada e sobreposta, usando tanto redes sociais tradicionais quanto espaços alternativos menos moderados. Disponível em:

<https://www.theguardian.com/society/2025/jun/13/study-manosphere-ofcom>

²⁸ Psicólogo e escritor canadense, conhecido por suas críticas ao feminismo contemporâneo e por obras como 12 Rules for Life (2018). Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-47217765>.

²⁹ Ex-kickboxer e influenciador digital famoso por discursos antifeministas e estilo de vida misógino, é tido como mentor dos mais nefastos coaches, como Pablo Marçal. Disponível em: <https://www.uol.com.br/columnas/raquel-landim/2024/08/27/mentor-marcal.htm>

A Machosfera também é alimentada por um ressentimento em relação ao “que o feminismo ajudou a promover”. Muitos desses homens sentem que suas identidades tradicionais estão sendo atacadas e que são culpabilizados por problemas sociais que não causaram. Este ressentimento é frequentemente expresso em termos de uma “crise da masculinidade”, em que os homens sentem que estão perdendo seu lugar e valor na sociedade. Seus membros frequentemente se veem como vítimas de uma sociedade que os marginaliza. Eles acreditam que os homens enfrentam discriminação sistemática e que são injustamente tratados pelas leis e pelas normas sociais. Esta visão é reforçada por narrativas que destacam exemplos de injustiças percebidas, como leis de custódia de crianças que favorecem as mães ou políticas de trabalho que buscam ativamente aumentar a representação feminina.

No Brasil, o recorte mais caricato da Machosfera é o movimento Red Pill, que encontrou um público receptivo, especialmente entre jovens homens da Geração Z³⁰, que se sentem alienados ou frustrados pelas mudanças nas normas sociais, especialmente entre 14 e 27 anos, que se colocam marginalizados, inseguros ou insatisfeitos com transformações socioculturais recentes. O país, com sua alta difusão de redes sociais e plataformas digitais, ofereceu um terreno fértil para a disseminação dessas ideias. Atualmente, o movimento Red Pill brasileiro se manifesta de forma intensa no ecossistema digital: nos últimos 10 anos, comunidades brasileiras alinhadas à Red Pill publicaram cerca de 5,43 milhões de conteúdos apenas no Telegram. O Brasil concentra 53% das publicações de comunidades masculinistas na América Latina, com quase 1,9 milhão de posts nesse período³¹. Sabe-se que em plataformas como TikTok e YouTube seus algoritmos impulsionam conteúdos de cunho misógino e moldam a percepção de seus seguidores, formando as famosas bolhas.

O Instagram se consolidou como uma das principais portas de entrada para conteúdos ligados à Red Pill e à Machosfera no Brasil, especialmente entre os jovens, devido à combinação de grande alcance, formatos visuais atraentes e dinâmicas de engajamento que favorecem mensagens ideológicas simplificadas. Com milhões de

³⁰ ZANCANELLI, Mariana . Algoritmos e radicalização da Geração Z. *Uol*, 8 jun.2024.Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2024/07/08/algoritmos-radicalizacao-meninos-geracao-z.htm>.

³¹ CUGLER, Ergon. Como comunidades Red Pill e anti-woke capturam jovens para redes de ódio. *Jornal da USP*, 20 maio. 2025. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/como-comunidades-redpill-e-anti-woke-capturam-jovens-para-redes-de-odio>.

usuários ativos e forte penetração entre o público masculino jovem, a plataforma oferece recursos como Reels, Stories e carrosséis que possibilitam a difusão rápida e emocionalmente impactante de conteúdos. Perfis que se apresentam principalmente como coaches de relacionamento e masculinidade (que se transformam praticamente em gurus, oráculos comportamentais, às vezes, disfarçados de curadores, outras vezes explicitamente violentos em seus discursos misóginos sem fantasias ou adereços), adotam narrativas próximas, como a exaltação de valores tradicionais, controle emocional e virilidade. O uso de discursos imperativos, provocativos ou mesmo agressivos contribui para a formação de câmaras de eco, nas quais conteúdos mais polêmicos geram maior engajamento e compartilhamento.

O Instagram é hoje uma das redes sociais mais influentes no mundo, reunindo cerca de 2 bilhões de usuários ativos mensais, dos quais 500 milhões acessam a plataforma diariamente³². No Brasil, a rede tem um alcance ainda mais expressivo: em janeiro de 2025 havia aproximadamente 141 milhões de usuários, correspondendo a 63,6% da população nacional³³ e 76,8% dos usuários de internet no país, com predominância feminina de 57,8%³⁴.

Esses números revelam o caráter massivo da plataforma, que se tornou terreno fértil para a circulação e legitimação de narrativas da Machosfera e do movimento Red Pill. Com formatos visuais e de alto engajamento, como os Reels, de maior alcance, e os Stories, que capturam a atenção com linguagem efêmera, o Instagram oferece condições ideais para a propagação de conteúdos misóginos, muitas vezes, apresentados sob a máscara da autoajuda, do coaching de masculinidade ou de “verdades ocultas” sobre gênero e relacionamentos.

Além da magnitude de sua audiência, um fator determinante é a própria lógica algorítmica da plataforma. Os sistemas de recomendação privilegiam conteúdos que geram forte engajamento emocional: indignação, humor, choque ou identificação rápida. Isso cria um efeito de bolha em que discursos Red Pill, pela sua retórica simplificada e altamente emocional, circulam com maior intensidade, sendo repetidamente oferecidos a usuários que interagem com material semelhante. Desse

³² Dados da Meta, reproduzidos em diversos sistemas de busca de conteúdo (inclusive Wikipedia), também disponível em: <https://blog.publicidade.uol.com.br/insights/instagram-em-numeros-as-interacoes-dos-usuarios-com-marcas-e-influenciadores/>

³³ NAPOLEONCAT. Instagram users in Brazil. Disponível em:
<https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-brazil/2025/01/>

³⁴ DATAREPORTAL. Digital 2025: Brazil. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>

modo, o Instagram não apenas hospeda a Machosfera, mas atua como acelerador de sua difusão simbólica e afetiva, contribuindo para que a misoginia digital se transforme em fenômeno de massas.

Além disso, o Instagram serve como ponto de conexão com outras plataformas menos reguladas, como Telegram e YouTube, onde segundo a cartilha do marketing digital de conteúdo, acontecem as lives e podcasts intermináveis, grupos mais fechados (darkweb incluso) e, principalmente, suas consultorias, cursos e comunidades fechadas para trocas de informações sobre o “desenvolvimento masculino”. Este é o ponto em que as mensagens se radicalizam e são utilizadas como ferramenta de monetização por meio da venda de cursos, e-books e mentorias, reforçando o ciclo de reprodução e fortalecimento dessas narrativas que vendem suas aulas e métodos “doando” horas e horas de verborragias e pseudo-acolhimentos para quem os segue.

1.2 Bem-vindo ao deserto do real: o espaço do amor e da idealização da mulher ideal Red Pill

Há mais de 25 anos, "Matrix"³⁵ trouxe inovadoras contribuições ao cinema com sua combinação de ficção científica, ação e questionamentos filosóficos. A influência duradoura da película na cultura popular e na academia é evidente pelo número de artigos, críticas, ensaios e revisões. No entanto, nos últimos anos, a metáfora da pílula vermelha foi apropriada pelos “redpillados” e utilizada para advogar uma visão de mundo que frequentemente contrasta com os temas originais do filme. O movimento Red Pill reinterpreta a escolha da pílula vermelha como um despertar para verdades supostamente ocultas sobre a sociedade e as relações de gênero, muitas vezes promovendo ideologias misóginas e reacionárias.

O movimento Red Pill apropria-se da ideia disruptiva da "pílula vermelha" e a ressignifica dentro de uma lógica neoliberal, em que as relações de gênero são mercantilizadas e transformadas em um campo de competição. Para a cientista política estadunidense Wendy Brown:

³⁵ The Matrix (1999), dirigido por Lana e Lilly Wachowski, é o primeiro filme de uma tetralogia que inclui The Matrix Reloaded (2003), The Matrix Revolutions (2003) e The Matrix Resurrections (2021). A obra se destaca por mesclar ficção científica, filosofia e estética cyberpunk, explorando temas como livre-arbítrio, controle social e a percepção da realidade. O primeiro filme arrecadou cerca de US\$ 467 milhões mundialmente e figura regularmente entre as produções mais influentes do cinema contemporâneo, laureado com 4 Oscars. Disponível em: <https://www.boxofficemojo.com/title/tt0133093/>

sob o neoliberalismo, tudo é reconfigurado como capital humano, e até mesmo ideias contestadoras ou movimentos revolucionários são moldados para operar dentro da lógica de mercado, transformando suas práticas em fontes de valor econômico ou político (Brown, 2019 p.56)

Brown reforça sobre como, no neoliberalismo, até mesmo as ideias que parecem contestadoras são moldadas para servir aos interesses do mercado. A "pílula vermelha" se transforma em um produto vendável, um "despertar" que leva ao consumo de conteúdos, cursos, livros e consultorias, todos prometendo sucesso no mercado afetivo. O que já era alertado por Weber (2005) onde o capitalismo racionaliza todos os aspectos da vida, incluindo as ideologias que, inicialmente, poderiam ser vistas contra o sistema. Isso se aplica ao Red Pill, que ressignifica um conceito crítico (a pílula vermelha) dentro de uma lógica capitalista, focando em narrativas que beneficiam interesses econômicos e ideológicos:

o espírito do capitalismo, no sentido em que o entendemos, busca lucrar de maneira racional, de forma que até as ideias que a princípio pareciam opostas à racionalidade econômica acabam sendo moldadas e absorvidas por ela (Weber, 2005, p.77)

No enredo dos filmes dirigido pelas irmãs Lilly e Lana Wachowski (ironicamente duas mulheres transsexuais hoje ativistas pelas causas LGBTQIAPN+), Morpheus (interpretado por Laurence Fishburne) apresenta ao jovem hacker Neo (Keanu Reeves) duas opções: tomar a pílula azul e acordar em casa, sem lembrar de nada, ou tomar a vermelha e descobrir o que é a Matrix, uma realidade simulada por inteligências artificiais que mantém os humanos sob controle.

A primeira representa a continuidade de uma existência pacífica e ilusória dentro dos limites predefinidos da Matrix, onde a realidade é meticulosamente construída por computadores, ou numa livre atualização, pelo que conhecemos hoje como "IAs" (inteligências artificiais). Optar por esta pílula seria, portanto, aceitar passivamente o véu da ilusão, mergulhando em um estado de perpetuação da ignorância e da submissão ao status quo imposto pelo sistema dominante. Por outro lado, a segunda alternativa promete uma jornada de despertar e autoconhecimento, desvendando os véus da ilusão e adentrando nos domínios desconhecidos da verdadeira natureza da realidade. Ao ingerir a pílula vermelha, Neo embarcaria em uma viagem irreversível rumo à consciência expandida, confrontando os paradigmas estabelecidos e desvendando os segredos ocultos por trás da fachada aparente da existência. É também nos primeiros momentos do primeiro filme que aparece em

close-up uma cópia de “Simulacros e Simulação” (livro de 1981 aqui citado em sua edição de 1991) de Jean Baudrillard, enquanto Neo esconde seus discos, materiais de trabalho de hacker. A frase "bem-vindo ao deserto do real" não aparece exatamente nos textos de Jean Baudrillard, mas a ideia por trás dela pode ser associada às reflexões que ele faz em sua obra publicada em 1981. Além disso, nesta sequência, a tatuagem de um coelho remete à indicação recebida pelo personagem para "seguir o coelho branco", uma clara referência à obra literária "Alice no País das Maravilhas" (1865), de Lewis Carroll.

O movimento Red Pill também tem uma série de termos, chavões e rótulos, por exemplo, AWALT (All Women Are Like That), SMV (Sexual Market Value), Hipergamia, Homem Beta, Homem Sigma, Gado, MSOL (mãe solteira, o maior jargão de ódio dos Red Pills), Incel (celibatório involuntário), Frame etc. Termos frequentemente utilizados por diversos autointitulados empresários e coaches de relacionamento ou pelos “Direitos do Homem” em discursos para extremistas da direita econômica e política mundial. Também médicos, economistas, pseudocientistas etc. se valem dos termos e da ideologia Red Pill.

Resgatando a referência primeira de “Matrix”, Baudrillard (1991) diz que é muito claro que a influência do capitalismo na sociedade contemporânea não se limita apenas ao âmbito econômico, mas também aos aspectos do vínculo entre as pessoas e molda não apenas nossos padrões de consumo, mas também nossos modos de interação e relacionamento. Trata-se amor como produto, uma mercantilização das emoções e dos afetos, onde valores de intimidade, compromisso e reciprocidade são substituídos pela busca ao prazer imediato, pela gratificação instantânea, pela busca incessante por novidades e estímulos. No conceito de amor líquido proposto por Bauman:

Todo amor empenha-se em subjugar, mas quando triunfa encontra a derradeira derrota. Todo amor luta para enterrar as fontes de sua precariedade e incerteza, mas, se obtém êxito, logo começa a se enfraquecer — e definhar. Eros é possuído pelo fantasma de Tanatos, que nenhum encantamento mágico é capaz de exorcizar. A questão não é a precocidade de Eros, e não há instrução ou expedientes autodidáticos que possam libertá-lo de sua mórbida — suicida — inclinação. O desafio, a atração e a sedução do Outro tornam toda distância, ainda que reduzida e minúscula, insuportavelmente grande. A abertura tem a aparência de um precipício. Fusão e subjugação parecem ser as únicas curas para o tormento. E não há senão uma tênue fronteira, à qual facilmente se fecham os olhos, entre a carícia suave e gentil e a garra que aperta, implacável. Eros não pode ser fiel a si mesmo sem praticar a primeira, mas não pode praticá-la sem

correr o risco da segunda. Eros move a mão que se estende na direção do outro — mas mãos que acariciam também podem prender e esmagar. Tal como o desejo, o amor é uma ameaça ao seu objeto. O desejo destrói seu objeto, destruindo a si mesmo nesse processo; a rede protetora carinhosamente tecida pelo amor em torno de seu objeto escraviza esse objeto. O amor aprisiona e coloca o detido sob custódia. Ele prende para proteger o prisioneiro (Bauman, 2004, p.24-27).

Nesse contexto, surgem movimentos calcados em premissas de controle e racionalização das emoções e até anti-relacionamentos, como os Red Pills que se “levantam em reações contra as normas e expectativas sociais em torno do amor e das relações interpessoais”. Muitos adeptos do Red Pill desvalorizam o amor, subsumindo-o a uma construção social ilusória e defendem uma abordagem pragmática e utilitária para relacionamentos, em que o poder e o controle são priorizados sobre a intimidade emocional e a reciprocidade. Em horas e horas de lives e conteúdos superficiais se desencoraja a vulnerabilidade emocional e a conexão genuína nos relacionamentos, promovendo uma mentalidade de autointeresse, manipulação através de uma visão asséptica, desencantada e racionalizante das relações humanas, sempre marcada por falas e incitações a atitudes misóginas e antifeministas.

Este seria o casamento perfeito com o marketing digital de conteúdos, muito eficaz na atração de indivíduos para o movimento ao explorar temas antropológicamente carregados de emoções, como frustrações nas relações interpessoais, questões de identidade de gênero, sentimentos de alienação social, não pertencimento, abusos, forte sensação de estar sendo ludibriado etc. O uso da linguagem persuasiva e de um “storytelling” esvaziado pode ressoar com aqueles que se sentem “marginalizados” ou “insatisfeitos com as normas sociais convencionais”, levando-os a um nível ainda maior de desencantamento.

No movimento Red Pill, há uma tendência de construir narrativas extremas e simplistas sobre as relações de gênero, muitas vezes baseadas em estereótipos prejudiciais e visões distorcidas das mulheres. Essas visões são amplificadas e perpetuadas por comunidades online e mídias sociais, criando uma espécie de hiperrealidade nas palavras de Baudrillard (1991), em que as representações se sobrepõem à complexidade e diversidade da realidade feminina.

Baudrillard (1991) mostra que vivemos em uma era onde as imagens e representações têm um impacto profundo na formação da realidade percebida. No

caso da ideologia Red Pill e seu discurso de ódio contra as mulheres, essa hiperrealidade substitui relações interpessoais autênticas por narrativas de poder e controle sobre as mulheres. Isso não apenas aliena as pessoas das experiências genuínas, mas também perpetua desigualdades de gênero e estereótipos prejudiciais que podem ter consequências sociais significativas, como a violência contra mulheres e a marginalização de suas vozes na sociedade.

As pessoas já não se olham, mas existem institutos para isso. Já não se tocam, mas existe a contatoterapia. Já não andam, mas fazem jogging. Por toda a parte se reciclam as faculdades perdidas, o corpo perdido, a sociabilidade perdida, ou o gosto perdido pela comida. Reinventa-se a penúria, a ascese, a naturalidade selvagem desaparecida (Baudrillard, 1991, p. 22).

A crítica baudrillardiana à sociedade de consumo e ao poder também se aplica aqui, pois o movimento Red Pill instrumentaliza as relações de gênero para afirmar dominação e perpetuar uma visão de mundo baseada em hierarquias fixas e simplificadas. Isso não apenas contradiz a complexidade da experiência humana, mas também contribui para uma cultura onde a misoginia é justificada e disseminada como uma resposta supostamente "racional" ou "realista" às dinâmicas sociais.

Portanto, a ascensão dos Red Pills e outros movimentos misóginos e anti-relacionamentos se qualifica dentro do contexto mais amplo da cultura de massas e do impacto do capitalismo na alienação, e pela busca por soluções simplistas para questões complexas relacionadas aos relacionamentos e à identidade, não só de gênero, e à formação dessas identidades (ou personas) e das relações. Nesse contexto, o movimento Red Pill pode ser visto como uma reação ao desconforto e à ansiedade causados pela incerteza e pela mudança nas relações de poder e nas dinâmicas sociais. Pode-se definir como uma pílula de retrocesso pautada em imagens atrasadas, comparações com o comportamento de matilha, alcateia entre outras organizações grupais totalmente fora do contexto do desenvolvimento humano e da consciência. Essa é uma aproximação perigosa que a psicologia positiva, comportamental e o coaching tem feito e divulgado amplamente com o impulsionamento dos algoritmos.

O movimento Red Pill idealiza uma visão específica da mulher e do amor que reflete uma hierarquia tradicional de gênero. A "mulher ideal" para os adeptos do movimento é frequentemente descrita com base em características tradicionalmente patriarcais, enfatizando atributos físicos e comportamentais que reforçam o papel de

subserviência feminina. Beleza física e juventude são atributos essenciais, vistos como indicadores de valor e desejabilidade. A mulher deve ser atraente, mantendo um padrão de beleza que é amplamente promovido pela mídia e pela cultura de massas.

Além da aparência, a submissão é um aspecto central na concepção da mulher ideal entre os Red Pills. A mulher deve ser obediente e apoiar incondicionalmente seu parceiro masculino, aceitando seu papel secundário na dinâmica de poder do relacionamento. Essa submissão não é apenas um comportamento esperado, mas é vista como uma virtude que sustenta a estrutura desejada do relacionamento.

A feminilidade tradicional também é altamente valorizada. As mulheres são incentivadas a desempenhar papéis convencionais de gênero, como cuidar da casa e dos filhos, enquanto evitam carreiras independentes ou aspirações que possam desafiar a autoridade masculina. Essa visão reforça a ideia de que a felicidade e a realização feminina estão enraizadas na dedicação ao bem-estar do marido e da família.

A lealdade é outra característica fundamental. Os Red Pills frequentemente expressam uma profunda desconfiança em relação às intenções das mulheres, considerando-as naturalmente hipergâmicas, ou seja, sempre buscando o parceiro mais vantajoso disponível. Dessa forma, a lealdade e a exclusividade sexual são vistas como formas de garantir a segurança e a estabilidade do relacionamento, protegendo-o das ameaças externas e do mais que possa prejudicá-lo. Este conjunto de sintomas caracterizaria um sujeito em paranoia.

Segundo Hillman (1994), o delírio paranoico é incorrigível e imune a qualquer persuasão, seja racional, sensorial ou emocional. O sujeito acredita com convicção em seu delírio, tratando-o como realidade concreta e elaborando explicações minuciosas para justificá-lo. Na paranoia, o estado delirante se manifesta abertamente, pois o paranoico expressa pensamentos que seriam inconfessáveis para um neurótico, justamente por não os considerar absurdos, mas sim verdades irrefutáveis. Este fenômeno, que será explorado mais a fundo posteriormente, envolve uma reconfiguração do sentido de realidade e verdade para o indivíduo tomado pelo complexo paranoico.

O conceito de amor no movimento Red Pill é profundamente pragmático e instrumentalizado. O amor é visto menos como uma parceria emocional e mais como uma transação de benefícios mútuos. Nesta visão, o amor envolve uma clara hierarquia de poder onde o homem está no controle e a mulher segue sua liderança.

O homem oferece segurança e recursos, enquanto a mulher oferece submissão e apoio emocional.

Além disso, o amor é percebido de maneira desconfiada. Os adeptos do Red Pill possuem uma imaginação paranoica de que as mulheres têm uma natureza manipuladora, utilizando a vulnerabilidade emocional dos homens para obter vantagens. Por isso, expressar vulnerabilidade emocional é desencorajado entre os homens Red Pill, pois é visto como uma fraqueza que pode ser explorada pelas mulheres. A manutenção da autoridade e do controle emocional é considerada essencial para preservar a dinâmica de poder desejada no relacionamento.

No contexto brasileiro, essas ideias encontraram um terreno fértil, especialmente entre jovens adultos que se sentem descontentes e inseguros com as rápidas transformações sociais e culturais. A disseminação dessas ideias no Brasil é facilitada pelo uso estratégico das redes sociais, com o Instagram desempenhando um papel significativo. Influenciadores Red Pill no Brasil utilizam a plataforma para compartilhar conteúdo que reforça essas ideologias, utilizando a natureza visual e interativa do Instagram para alcançar um público amplo e engajado.

Esta dinâmica cria um ciclo de reafirmação e reforço das crenças Red Pill, em que os seguidores encontram uma comunidade que valida suas frustrações e oferece uma explicação simplista para suas dificuldades nas relações de gênero. A atração por essa visão é alimentada pela promessa de poder, controle e sucesso com as mulheres, em contraste com as realidades emergentes das mudanças sociais contemporâneas.

Este trabalho não vai se ater necessariamente a todos os influencers mais famosos, até porque estes se apresentam de forma caricata e com conteúdo repetitivo. A análise aqui pretende um recorte mais significativo de estilos de conteúdos que denotem como é visto o amor, o relacionamento afetivo, o perfil e papel da mulher dentro da ideologia Red Pill. Esses influenciadores têm uma presença significativa nas redes sociais, em plataformas de vídeo, onde discutem uma variedade de tópicos relacionados à masculinidade, relacionamentos e desenvolvimento pessoal através da lente do movimento.

O recorte escolhido foi de quatro páginas de Instagram de influenciadores ideologicamente alinhados não só às ideias Red Pill, mas também ao discurso de “coach de relacionamento”, produzindo um estereótipo de mulher ideal, relacionamento de alto valor e colocando-se no poder de pautar as condutas, a moral

e a ética femininas. Como tais páginas já correspondem ao corpus selecionado, não se faz necessária a repetição dessa informação.

Por isso, ficam de fora desta análise: Renato Cariani, conhecido por seu trabalho no mundo fitness. Cariani frequentemente aborda temas de autossuficiência, disciplina e masculinidade. Seu grande amigo e discípulo Pablo Marçal, empresário, investidor e candidato à prefeitura de São Paulo nas eleições municipais de 2024. Cafu (Thiago dos Santos), fundador do projeto "Homem Alpha", e um dos primeiros a promover ideias relacionadas ao desenvolvimento pessoal masculino e relações de gênero dentro da perspectiva Red Pill no Brasil. Nando Moura, embora mais conhecido por suas opiniões políticas e críticas sociais, também aborda temas que se alinham à filosofia Red Pill, incluindo críticas ao feminismo e às diversidades de gênero contemporâneas. Bruno Giglio conhecido por suas discussões sobre desenvolvimento pessoal, masculinidade e críticas ferrenhas ao comportamento feminino. Rafael "Negão" Lima é um criador de conteúdo que também aborda questões de masculinidade e desenvolvimento pessoal. Por fim, Júlio César Santana, autointitulado como o "Homem Superior". Júlio César é um dos defensores do estilo de vida Red Pill no Brasil, focando em temas relacionados à autossuficiência, liderança masculina e desenvolvimento pessoal.

Todos os perfis foram acompanhados durante todo o ano de 2024 para que deles se abstraíssem as seguintes categorias de análise aqui sugeridas. A escolha dos Red Pills a serem estudados na dissertação baseia-se tanto na recorrência midiática de suas falas quanto na categoria simbólica que eles representam dentro do imaginário cultural, tendo sua influência na mídia e na cultura dada pela quantidade e recorrência de discurso e visualizações.

Esses indivíduos, frequentemente autointitulados "coaches de relacionamentos", emergem ao promover discursos que reforçam estereótipos de masculinidade e relações de poder, frequentemente em oposição a narrativas feministas. A frequência de aparição de suas ideias na mídia e seu impacto em comunidades online são evidentes em sua grande audiência e no engajamento gerado, o que permite uma análise quantitativa sobre a presença desses discursos. Simultaneamente, eles constelam o "herói masculino em crise", que se posiciona contra um mundo supostamente dominado por mulheres, um símbolo recorrente em contextos socioculturais em que a masculinidade é percebida como ameaçada.

São analisadas postagens de impacto do Red Pill “clássico”, ou caricato, abusador do poder de discursos hegemônicos e misóginos escondidos atrás da ideia de cuidar da saúde (física e mental) de homens “tão contestados pelas pautas progressistas e feministas” aqui constelados no coach Thiago Schutz e no médico Dr. Alessandro Loiola. E a do príncipe encantado, exemplo de conduta e ética masculina, aquele “que ensina mulheres a conquistarem seu homem de alto valor para relacionamentos de alto valor sendo uma MAV (Mulher de Alto Valor)”, aqui representada pelo expert em relacionamentos Italo Ventura.

Thiago Schutz (355 mil seguidores “redpillados”). Autor dos e-books “Pílulas de Realidade” 1 e 2, “Livro das Red Flags”, entre outros. Thiago da Cruz se intitula na categoria coach de relacionamentos e ganhou bastante mídia ao coagir e ameaçar de morte a atriz e humorista Lívia La Gatto após esta veicular um vídeo ironizando os comportamentos Red Pill. Distribuir e-books em troca de um cadastro são a primeira ferramenta do Marketing Digital de Lançamentos. Porém, Thiago não tem sua “fanbase” alocada somente no Instagram, mas nos porões da internet: a darkweb tem inúmeras circulações de seus conteúdos e depoimentos, tem participação ativa em Podcasts, diversas citações em Grupos de Facebook e canais de Telegram.

Thiago tem parceiros neste pantanoso terreno: o principal no sentido da convergência ideológica é o médico Alessandro Loiola, especialista em Testosterona com mais de 1000 homens atendidos, 300 mil seguidores e presença constante no podcast “Pink e Pill”, um dos 3 maiores em audiência no ramo e gerador de inúmeros cortes que viralizam no Instagram. O Dr. Loiola ficou conhecido após críticas sobre as vacinas, especialmente em relação às vacinas contra a COVID-19. Ele tem questionado a segurança, a eficácia e a rapidez com que essas vacinas foram desenvolvidas e distribuídas. Em suas publicações e vídeos, Loiola levantou preocupações sobre os efeitos colaterais potenciais e a transparência das informações fornecidas pelas autoridades de saúde e pelos fabricantes de vacinas. Tudo isso num depoimento dentro da Câmara Municipal de Sorocaba-SP. Hoje seu papel principal nas redes tem sido discutir a importância da testosterona para a saúde masculina, e sua crucialidade no desenvolvimento e manutenção da massa muscular, densidade óssea, libido, saúde sexual, saúde mental e níveis de energia. Ele aborda os sintomas e consequências da baixa testosterona, como fadiga, depressão, diminuição da libido, perda de massa muscular e aumento da gordura corporal, e sugere que homens com esses sintomas consultem um médico para avaliar seus

níveis hormonais. Loiola também fala sobre possíveis tratamentos para baixa testosterona, incluindo terapia de reposição hormonal, mudanças no estilo de vida, dieta e exercícios físicos. Sempre ressaltando o caráter de potência, virilidade e dominação masculina.

Por fim, a página do autointitulado “expert em relacionamentos que quebrou o código dos homens e criou a filosofia MAV (Mulher de Alto Valor)” Ítalo Ventura, com 1,2 milhão de seguidoras, ensina a como ter um relacionamento de alto valor, com um homem de alto valor sendo uma Mulher de Alto Valor. O “Papito”, assim denominado por suas alunas, grosso modo, ensina como namorar com ele próprio, se colocando como o maior exemplo de homem. Isso tudo envelopado na face estereotipada de um bom moço, casado com a mulher de mais alto valor, 3 filhos, vida na praia, praticante de esportes, empreendedor dono de sua própria agência e que facilita a vida das mulheres que querem parar de sofrer com o universo masculino. Italo é pupilo de Erico Rocha (2,7 milhões de seguidores), introdutor e principal disseminador do Marketing Digital de Lançamentos no Brasil, cuja empresa movimenta milhões em anúncios e na venda da “Fórmula de Lançamento”, uma espécie de cartilha da persuasão e de como enriquecer rapidamente ensinando qualquer coisa. Nota-se uma íntima relação entre os dois scripts de venda, não por acaso.

Entender quem é a mulher ideal para eles, é, de antemão, ouvir suas queixas. Ali se acumulam lamúrias que soam novas, mas não passam de velhos ecos do patriarcado: “as mulheres de hoje não querem mais se comprometer”, “elas só buscam status e dinheiro”, “a hipergamia é inevitável” etc. O mesmo repertório de críticas que atravessa séculos, agora embalado em reels de trinta segundos e lives intermináveis.

Se perguntássemos aos Red Pills quem é a mulher ideal, não teríamos uma resposta única, mas um mosaico de queixas transformadas em desejo. Ela surge como figura paradoxal: deve ser fiel sem exigir fidelidade, dócil sem ser “sem graça”, bonita, mas não “vaidosa demais”, sexualmente disponível, mas nunca autônoma em seus desejos. Um caleidoscópio de exigências que ressoa a projeção da ansiedade masculina diante da perda de privilégios. Na ironia que sustenta essa imagem, a mulher ideal não encarnaria um ser humano, mas um manual de instruções. Deve cozinhar como a mãe, ter o corpo de uma modelo, a devoção de uma santa e, ainda assim, permanecer jovem e barata no mercado afetivo. Não é difícil perceber que esse ideal é uma contrafação: um fantasma produzido pela nostalgia de um patriarcado que já não encontra o mesmo terreno sólido.

É a partir dessa miragem que este estudo mergulha na análise dos posts e discursos de nossos três arautos, para mostrar como esse discurso se encena, se repete e se propaga na mediosfera, mais precisamente nos posts que em meio ao movimento Red Pill associam fortemente as concepções de sucesso nos relacionamentos afetivos e a idealização de uma "mulher ideal" alinhada com os estereótipos misóginos, projetando no feminino a necessidade de controle e previsibilidade típica de um imaginário diurno marcado pela influência do arquétipo de Cronos/Saturno³⁶. James Hollis (1997) descreve Saturno como símbolo das exigências da realidade, da disciplina e da responsabilidade. No entanto, quando sua energia não é integrada de maneira consciente e madura, ela se manifesta como rigidez, obsessão por controle, medo da vulnerabilidade e da ambiguidade da vida. Ao invés de conduzir o homem ao amadurecimento, a sombra de Saturno o prende em padrões defensivos e autolimitantes:

Quando a energia de Saturno é reprimida ou negada, ela se manifesta como compulsão por controle, inflexibilidade, medo paralisante de errar, e uma severidade consigo mesmo e com os outros. (...) A sombra de Saturno transforma o desejo de maturidade em uma prisão de perfeccionismo e autocobrança (Hollis, 1997, p.49).

A partir daqui, este trabalho mergulha na análise minuciosa das páginas e postagens desses Red Pills. O que eles chamam de amor, honra ou “verdade sobre as mulheres” se examina como mito reconfigurado, como narrativa imaginal que veste máscaras antigas para sustentar velhas formas de dominação. É hora de ver, nos detalhes dos posts, como se fabrica a “mulher ideal” da Machosfera.

³⁶ Saturno, na mitologia latina, que tem seu análogo grego como o titã Cronos, é o símbolo do controle, da ordem e da limitação. Na astrologia e na psicologia arquetípica, ele também representa a sombra do medo, do isolamento e da necessidade de impor barreiras rígidas para se proteger das incertezas da vida.

CAPÍTULO II -

A MULHER IDEAL DO RED PILL CARICATO: EMPODERAMENTO MASCULINO COM O COACH DO CAMPARI

2.1 Thiago Schutz, o coach do Campari

Eu tomando meu Campari, a mina tomando uma breja. ‘Ah, mas se eu pegar uma breja pra você, você toma comigo?’ Ah, mano, não vou tomar agora, tô tomando Campari. ‘Pô, mas você não toma [cerveja]?’ A mulher tem muito dessa coisa de tentar moldar o cara, tentar colocar ele debaixo dela.³⁷

Esta frase evidenciou a fama de Thiago da Cruz Schoba, vulgo Thiago Schutz, coach e empresário que se envolveu em uma controvérsia ao ameaçar de morte a atriz e roteirista Lívia La Gatto por meio de mensagens após a comediante ter feito piada com a frase acima.

Schultz possui cerca de 360 mil seguidores nas redes sociais, escreveu uma série de livros e gera receitas por meio da oferta de "conselhos" direcionados ao público masculino na internet. Thiago se apresenta como escritor, palestrante e apresentador. Segundo informações disponibilizadas em seu site, ele possui formação em Engenharia Elétrica e Publicidade e Propaganda. Além disso, é autor de livros publicados pela Wireplex Editora & Conteúdo (editora de sua família). Entre suas obras, destaca-se "Livro das Red Flags", que, segundo ele, alcançou mais de 1.000 downloads diariamente após seu lançamento. O "livro" aborda "os 30 comportamentos femininos que podem arruinar a vida do homem moderno", que os homens deveriam avaliar antes de se envolverem em um relacionamento. São eles:

1. Ela é violenta (p.7); 2. Ela já traiu o namorado ou marido (p.9); 3. Ela possui questões paternas mal resolvidas (p.11); 4. Ela é mãe solteira (p.14); 5. Ela é feminista (p.16); 6. Ela possui comportamento controlador (p.18); 7. Ela é surtada (p.20); 8. Ela teve incontáveis parceiros sexuais (p.22); 9. Ela é narcisista (p.25); 10. Ela é uma mentirosa patológica (p.27); 11. Ela tem ciúmes excessivo (p.29); 12. Ela possui vícios (p.31); 13. Ela está desesperada para engravidar (p.33); 14. Ela usa remédios controlados (p.35); 15. Pix, OnlyFans e venda de packs (p.37); 16. Ela não se preocupa com controle de natalidade (p.39); 17. Ela mantém homens do passado por perto

³⁷ Discurso proferido pelo Thiago Schutz, em um vídeo que viralizou após gerar polêmica em torno de gênero e relacionamentos. A fala foi reportada pelo portal Terra e CBN. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/gente/fabricante-de-bebida-se-manifesta-apos-polemica-com-coach-do-campari> <https://cbn.globoradio.globo.com/media/audio/401641/atriz-revela-que-apos-ameaca-por-mensagem-thiago-s.htm>.

(p.41); 18. Ela busca constante validação (p.44); 19. Ela é infeliz e azarada (p.46); 20. Ela é uma Sugar Baby (p.48); 21. Ela vive em baladas (p.50); 22. Ela tem desejo sexual muito diferente do seu (p.52); 23. Ela exagera no drama (p.55); 24. Ela compete com você constantemente (p.57); 25. Ela tem problemas com grana (p.59); 26. Ela não mostra o relacionamento publicamente (p.61); 27. Ela acha que você é perfeito (p.63); 28. Ela fez inúmeras modificações estéticas (p.65); 29. Ela não se dá bem com sua família e amigos (p.67); 30. Ela tem inúmeras tattoos e piercings (p.69) (Schutz, 2023).

Este catálogo, que ele descreve como um guia para homens evitarem mulheres problemáticas, revela, na verdade, muito mais sobre o próprio autor do que sobre as mulheres que ele se propõe a descrever. Utilizando a perspectiva da psicologia arquetípica, podemos associar essa visão a uma projeção da Sombra de Saturno, onde a paranoia e o medo patológico dominam o campo psicológico de Schutz.

Saturno, na mitologia latina, que tem seu análogo grego como o titã Cronos, é o símbolo do controle, da ordem e da limitação. Na astrologia e na psicologia arquetípica, ele também representa a sombra do medo, do isolamento e da necessidade de impor barreiras rígidas para se proteger das incertezas da vida. Hillman (1997) descreve a sombra de Saturno como uma força que, ao ser mal integrada, se manifesta como uma necessidade obsessiva de controle, ao invés de uma busca por maturidade e sabedoria. Quando essa energia saturnina é levada ao extremo, manifesta-se como uma personalidade controladora, rígida e medrosa, que tenta desesperadamente impor limites ao que é percebido como caos.

Schutz, ao listar esses “defeitos” femininos, pinta um quadro de desconfiança extrema e controle absoluto, tentando evitar qualquer tipo de vulnerabilidade ou risco emocional. Ele está sob o domínio da sombra de Saturno, um medroso patológico que, incapaz de lidar com a ambiguidade e a complexidade das relações humanas, cria um código de comportamentos que ele acredita poder protegê-lo do “perigo feminino”. Essa atitude patológica ressoa com o conceito da paranoia, descrita por Hillman (1994), onde o indivíduo projeta suas inseguranças nos outros, atribuindo-lhes características ameaçadoras que, na realidade, refletem seus próprios medos e ansiedades não resolvidas.

Ainda de acordo com seu site e WhatsApp, Thiago oferece serviços de coaching em três modalidades: “exclusiva”, que consiste em uma sessão online ou presencial de uma hora, focada na resolução de um problema específico; “rápida”, que é realizada por meio de mensagens de texto; e “em grupo”, que atende até 10

pessoas simultaneamente. Os valores cobrados por esses serviços chegam a R\$ 2.500 por sessão.

Thiago Schutz defende uma visão de relacionamento afetivo que é profundamente enraizada em uma interpretação tradicional dos papéis de gênero, onde o homem é visto como o líder e provedor, enquanto a mulher deve ocupar um papel de suporte e submissão. Segundo Schutz, um relacionamento ideal é aquele em que o homem exerce total controle e autoridade sobre a relação, definindo os termos e regras que devem ser seguidos pela parceira. Ele frequentemente enfatiza a importância de os homens manterem uma postura dominante e "alfa" em suas relações, afirmando que isso é necessário para que o relacionamento funcione de maneira harmoniosa. Vejamos algumas falas do coach:

2.1.1 “Mulheres buscam amor, homens buscam dinheiro”

Figura 1 - Reels em resposta a box de pergunta postado em 30/05/2024, 245 mil plays, 10 mil interações (até agosto de 2024), Íntegra do post (timecode 0:00s a 0:40s)



Fonte: Instagram³⁸

³⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C7mSxt3ukn-/>

Sou rico e a mulherada se aproxima por dinheiro, como encontrar um amor real? Está procurando um Amor Real, igual dos filmes românticos? Cheio de coisa bonitinha e gostosa, porque você precisa de um amor tanto quanto uma mulher? Pára, né velho! Pelo amor de Deus, né? Quem tem que buscar amor sempre é mulher.

Sabe fazer dinheiro e tá preocupado em encontrar um amor. Primeira coisa que você tem que fazer: tá procurando essa mulherada onde? Você ganha 30 (mil reais por mês)? Se você achar uma mulher que ganha 25 (mil reais), esse é o mais próximo do amor real e menos interesseiro que você pode encontrar.

O discurso contemporâneo sobre relacionamentos e masculinidade frequentemente se entrelaçam com as noções de identidade e poder. Em um contexto em que a masculinidade hegemônica está sendo constantemente contestada, algumas vozes emergem para reafirmar paradigmas arcaicos e estereotipados. Thiago Schutz, cuja abordagem cínica e utilitarista para a busca do amor e a percepção das intenções femininas suscita uma redução da busca por um amor genuíno a um mero cálculo financeiro, apresenta uma visão depreciativa das motivações das mulheres, como se estas estivessem motivadas a uma visão utilitarista e enganosa dos “coitados” que apenas querem ser o provedor e bem-sucedido *self-made man*.

Hillman (1994), em seu estudo sobre a paranoia, deixa claro que esta não é apenas uma condição clínica presente dentro dos consultórios e ambientes analíticos, mas uma forma de ver o mundo onde o sujeito projeta suas próprias inseguranças e ansiedades sobre os outros. A paranoia, para Hillman (1994), surge como uma defesa contra a ameaça percebida, resultando em uma visão distorcida da realidade que reflete mais sobre as ansiedades internas do indivíduo do que sobre a realidade objetiva. No discurso de Thiago Schutz, observa-se uma clara manifestação dessa paranoia projetiva. O coach reduz o amor e a busca por um relacionamento genuíno a uma mera transação econômica, presumindo que as mulheres se aproximam exclusivamente por interesses materiais. Essa visão é uma projeção de suas próprias inseguranças e um reflexo de uma profunda desconfiança em relação às intenções das mulheres. Schutz parece projetar suas próprias inseguranças e medos sobre as mulheres, assumindo que elas são movidas exclusivamente por interesses econômicos. Essa perspectiva paranoica não só reduz a complexidade das relações humanas a uma simples transação, mas também ignora as múltiplas dimensões da autenticidade emocional e da conexão humana enquanto vínculo.

Em *O Mito da Análise*, Hillman (1984) apresenta a figura de Afrodite como um arquétipo poderoso, que vai além da simples personificação do amor e da beleza, deusa pertencente ao ciclo dos mitos da grande mãe anteriores ao patriarcado monoteísta. Afrodite é uma força arquetípica que desafia a racionalidade e a moralidade rígida, trazendo à tona a complexidade, a ambiguidade e a fluidez do desejo e do amor. E quando desrespeitada ou subestimada (recalcada da consciência), não permanece passiva, mas se manifesta através de uma "vingança" que desestabiliza aqueles que tentam controlar ou subjugar as forças eróticas e afetivas que ela representa.

No contexto das falas de Thiago Schutz, em que o amor é reduzido a um cálculo utilitarista e as intenções femininas são tratadas com desconfiança e cinismo, podemos interpretar essa visão como uma tentativa de subjugação daquilo que Afrodite simboliza. Ao racionalizar e controlar o amor através de parâmetros econômicos e ao presumir que as mulheres estão apenas interessadas em ganhos materiais, o coach se coloca em uma posição que ignora a natureza complexa e indomável do desejo humano.

A vingança de Afrodite, nesse sentido, se manifesta não apenas como uma reação à tentativa de controle, mas como uma força que revela as contradições e as fraquezas desse tipo de abordagem. Quando o amor é instrumentalizado e tratado como uma mercadoria, Afrodite emerge dos confins do inconsciente na forma de relacionamentos superficiais e insatisfatórios, nos quais a verdadeira conexão emocional e a profundidade do desejo são substituídas por trocas vazias e por um senso de desilusão ou desencantamento.

Para Hillman (1984), a vingança de Afrodite não é apenas uma punição, mas uma forma de redirecionamento das forças eróticas para restaurar a integridade do amor e do desejo. Quando essas forças são reprimidas ou distorcidas, Afrodite, ao emergir, traz à tona os aspectos mais sombrios e inconfessáveis do desejo humano, expondo a falsidade e a superficialidade das relações baseadas apenas em interesses materiais. Schutz ressuscita a visão neoliberal do casamento como transação econômica, como se não tivesse nada a ver com o amor ou, como para Wendy Brown (2019), no neoliberalismo todas as esferas da vida – inclusive o casamento – são reconfiguradas como mercado e capital humano:

O neoliberalismo transforma a subjetividade humana em capital humano, convertendo todos os aspectos da vida em ativos a serem otimizados para o mercado, incluindo práticas sociais e relações que, outrora, não eram concebidas dentro de uma lógica econômica (Brown, 2019, p.31).

A resposta de Schutz ao seu seguidor pode ser vista como um exemplo dessa repressão e distorção, em que a tentativa de reduzir o amor a uma equação financeira é uma forma de negar a complexidade e a imprevisibilidade do desejo. A vingança de Afrodite, então, pode ser compreendida como uma reação inevitável que desafia essa visão limitada, revelando as consequências emocionais e psicológicas de uma abordagem tão redutiva. Afrodite, como arquétipo, reivindica seu espaço, subvertendo as tentativas de controle e reafirmando a importância de reconhecer e respeitar a profundidade e a complexidade do amor e do desejo. Essa irrupção é uma contraposição ao desejo masculino de controlar ou manipular o amor. Afrodite, na mitologia grega, é a deusa do amor e da beleza, e sua "vingança" pode ser interpretada como a reação ao desejo de controle ou objetificação do amor por parte dos homens. A fala de Schutz reflete uma tentativa de controlar e limitar a busca pelo amor ao que é considerado "pragmático", ou seja, ao encontro de uma parceira que esteja financeiramente próxima de sua faixa de rendimento. Esse desejo de controle e manipulação do amor nega a riqueza das emoções humanas em favor de uma lógica de maximização de ganhos, reduzindo-o a uma mera transação econômica, é uma unilateralidade contra a complexidade e a espontaneidade do amor, que remonta um pensamento do século XIX (Weber, 2005) das origens do capitalismo industrial onde o afeto e as relações humanas começaram a ser vistos através de uma lente lucrativamente econômica.

Uma ilustração dessa ideia pode ser encontrada no personagem de Tom Cruise no filme Magnolia (1999), Frank T.J. Mackey. Ele é um guru de autoajuda misógino que ensina homens a dominar mulheres emocional e sexualmente, reduzindo o amor a uma transação de poder e controle. Sua visão manipuladora das relações reflete perfeitamente a lógica econômica aplicada às interações humanas, especialmente em sua icônica frase: "seduce and destroy."

"Seduzir e Destruir" encapsula uma visão utilitarista e manipuladora das relações interpessoais, em que a sedução é utilizada como ferramenta de poder, e a destruição emocional do outro é o objetivo final. No filme, Frank busca maximizar seus próprios ganhos (emocionais, sexuais, financeiros) às custas da outra pessoa,

reduzindo o outro a um objeto de uso. No contexto neoliberal, essa estratégia ilustra a lógica de competição e dominação que permeia até mesmo os espaços mais íntimos, como as relações amorosas e sexuais. Esse tipo de pensamento encontra eco no discurso de Thiago Schutz, que também vê as relações entre homens e mulheres como jogos de poder e transações econômicas, em que os homens precisam "seduzir" para garantir o controle, minimizando suas perdas emocionais e financeiras em uma sociedade que ele acredita ser desfavorável ao sexo masculino.

2. 1.2 “Mulher gosta de homem raiz”

Figura 2 - Reels em resposta a box de pergunta, postado em 19/06/2024, 125 mil plays. 33 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post (timecode 0:00s a 0:29s)



Fonte: Instagram³⁹

Comenta aí a matéria: ‘o homem meio bicha, sonho de muita mulher moderna’. Discordo, discordo para caralho! Mano, eu nunca vi. Você já viu uma mulher feliz do lado de um cara meio bicha? Não existe mano isso é tudo narrativa, tudo conversa fiada para deixar os caras tudo mulherzinha afeminado. Homem que vai lá passar batonzinho, maquiagem na cara, colocar o croppedzinho, vai falar ‘todes’, vai falar com medo do mundo. Pára! Isso aqui é conversa fiada, mano! Mulher

³⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C8ZnhJ8uk8s/>

gosta de homem raiz, velho! Homem masculino, homem que fala grosso, homem que fala firme! Todo o resto é balela.

Neste post, temos a noção de uma visão paranoica e reducionista da masculinidade. Ela reflete uma ansiedade profunda em relação à fluidez de gênero e um desejo de reprimir qualquer forma de expressão que não se encaixe no molde tradicional. Ao se apegar a uma visão arcaica e diurna da masculinidade, Schutz ignora a complexidade e a riqueza da experiência humana.

Gilbert Durand (2019) delineia uma tipologia onde o imaginário é organizado em dois regimes principais de imagens: o diurno e o noturno. Esses regimes simbolizam modos distintos de lidar com a dualidade existencial e as tensões inerentes à condição humana. O regime diurno, que é claramente predominante no discurso de Schutz, é caracterizado por uma tendência à polarização, à hierarquização, e à luta contra as forças que são percebidas como caóticas ou ameaçadoras à ordem estabelecida. Neste regime, o imaginário masculino se constrói em torno de narrativas heroicas, marcadas por uma afirmação do poder, da virilidade e da dominação. As figuras que encarnam fraqueza, feminilidade ou qualquer traço que possa ser interpretado como ambíguo ou subversivo são relegadas à margem do sistema simbólico, sendo frequentemente projetadas como "inimigas" a serem combatidas ou dominadas. O regime diurno busca a solarização dos valores, onde a luz, a clareza, a rigidez são privilegiadas em detrimento da fluidez, da ambiguidade e do mergulho nas profundezas do inconsciente.

No discurso de Schutz, essa solarização se manifesta na insistência em uma masculinidade "raiz", caracterizada por atributos que evocam a dureza e a impenetrabilidade, como a voz grossa e a postura firme que o coach busca imprimir em suas falas. Schutz, ao rejeitar as expressões alternativas de masculinidade e pintá-las como "conversa fiada", está, na verdade, reforçando uma narrativa arcaica onde o masculino se define por oposição radical ao feminino e ao que é considerado não normativo.

Portanto, o regime noturno é negligenciado. Para Durand (2019), o regime noturno do imaginário acolhe a complexidade, a multiplicidade e a integração dos opostos. No regime noturno, as figuras simbólicas não são fixas, mas sim fluidas e metamórficas. Há uma abertura para o desconhecido e o indefinido, um reconhecimento da força criativa e regenerativa que reside na aceitação das sombras e das ambiguidades. Uma aproximação à ideia do inconsciente junguiano. É dentro

desse regime de imagens simbólicas que a possibilidade de uma masculinidade menos rígida, mais inclusiva e integradora, poderia emergir.

A fala de Schutz pode ser entendida como uma tentativa de manter o controle sobre um inconsciente pulsante, porém abafado, que está, cada vez mais, sendo algóz de uma consciência, um ego sendo tensionado por novas configurações simbólicas que emergem no contemporâneo. Isto fica claro diante da reatividade expressa em suas palavras, um temor profundo diante da possibilidade de que o regime noturno (com suas implicações de fluidez, mistério e indefinição) ameace a ordem diurna e as estruturas de poder a ela associadas.

Os regimes do imaginário não são mutuamente exclusivos, mas coexistem em uma dialética contínua (Durand, 2019, p.78). No entanto, a insistência unilateral de Schutz em um imaginário exclusivamente diurno impede qualquer síntese produtiva entre os regimes, resultando em uma visão distorcida e empobrecida da masculinidade e das relações de gênero. Ao ignorar as potencialidades do regime noturno, Schutz fecha as portas para uma compreensão mais rica e complexa da masculinidade, onde diferentes modos de ser podem coexistir e se enriquecer mutuamente. Essa recusa da complexidade e a multiplicidade das expressões de identidade masculina se manifesta como angústia diante da perda de controle sobre um sistema que parecia inquestionável.

2.1.3 “Nos honre como homens: nabo só nas solteiras”

Figura 3 - Reels em resposta a box de pergunta, postado em 19/06/2024, 207 mil plays. 52 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post (timecode 0:00s a 0:25s)



Fonte: Instagram⁴⁰

Mulher namorando, dando moral. Cara mané. Mulher comível, passo o nabo? De jeito nenhum, parceiro! De jeito nenhum, de jeito nenhum! Pensamento muito de escassez, você ter que pegar uma mulher de um outro cara que tá num relacionamento. Você pode pegar a mulher solteira! Ponto dois: essa mulher vai acabar traindo cedo ou tarde, tá? Então que não seja você o homem pivô desse desastre todo. Deixa ela acabar com o relacionamento, mas é com o outro cara. Ela vai fazer isso, ela vai decair, ela vai fazer merda, mas que não seja você o cara responsável por isso. Tenha honra, nos honre como homens!

Esta fala de baixo teor cognitivo pode ser vista como um produto e um agente ativo da Mediosfera. A forma como ele se comunica, utilizando uma linguagem direta, simplificada e carregada de estereótipos, é projetada para ressoar em um público que já está imerso em uma visão de mundo onde a complexidade dos relacionamentos é reduzida a categorias binárias e superficiais. Schutz, ao adotar uma postura de "coach" ou "guru" das relações, opera dentro da mediosfera como uma figura de

⁴⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C7AAg5nOLXu/>

autoridade que reforça certas normas e valores que circulam amplamente no espaço digital:

apesar da inspiração original nas culturas populares, de raízes míticas e arquetípicas, como bem assinala Morin, a Mediosfera gradativamente vai inflando e roubando de outros núcleos do imaginário cultural seu poder de centralização dos olhares (Contrera, 2010, p. 58).

Ampliando o conceito, a própria Contrera (2010) nos suscita a ideia de que esta instância Mediosfera tende a simplificar e espetacularizar os discursos para maximizar o engajamento e a sua disseminação. Nesse sentido, a fala do coach é emblemática: se apoia em narrativas facilmente reconhecíveis e polarizantes que alimentam a desconfiança e a divisão entre os gêneros, reafirmando grandes núcleos temáticos hegemônicos, como o acúmulo de capital e o patriarcado. A ideia de que as mulheres são inherentemente propensas à traição e que os homens devem "ter honra" ao evitá-las, reforça uma visão maniqueísta e conflituosa das relações humanas, o que é amplificado e normalizado dentro desta facção digital. Além disso, a Mediosfera é impregnada de bolhas de informação, na qual os indivíduos são expostos repetidamente a conteúdos que confirmam suas crenças pré-existentes, como um efeito de câmara de eco. A fala de Schutz, ao ser amplamente compartilhada e discutida em comunidades online que já compartilham uma visão deturpada e negativa das mulheres e dos relacionamentos, fortalece essas bolhas, dificultando a introdução de perspectivas mais equilibradas e complexas.

A mediosfera também contribui para a construção de identidades e subjetividades baseadas em narrativas simplificadas e alienantes. Schutz, ao posicionar-se como defensor de uma "honra masculina" que se manifesta na recusa de se envolver com mulheres comprometidas, oferece uma identidade atraente para homens que se sentem inseguros ou desvalorizados. Esse tipo de discurso, amplificado pela mediosfera, solidifica e impera atitudes, comportamentos, imagens, pensamentos altamente prejudiciais à meta humana de desenvolvimento da consciência, da cognição, da vida.

Por fim, o impacto da mediosfera no reforço dessas narrativas pode ser comparado ao conceito Baudrillariano (1991) de "realidade ampliada", onde a repetição e a amplificação de certas ideias nas mídias criam uma percepção distorcida da realidade. Schutz, ao propagar uma visão reducionista das mulheres e dos relacionamentos, está contribuindo para a evocação de imagens construtas de uma

realidade social na qual esses estereótipos são vistos como normativos e até desejáveis.

2.1.4 “Homens são biologicamente confiantes e mulheres traem”

Figura 4 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill”, postado em 22/05/2024, 849 mil plays. 130 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post (timecode 0:00s a 0:40s)



Fonte: Instagram⁴¹

Sempre vai ter um filho da puta, um cara que vai dar em cima da tua mulher, independente dessa mulher usa roupa curta roupa ou longa. Essa mulher vai nutrir sentimentos por esse cara que tá dando em cima dela. Essa mulher vai ficar de conversinha que vai além do âmbito do trabalho. Isso vai dizer muito mais sobre a mulher do que até sobre o próprio cara, quando não é a mulher que não se respeita é o cara que não respeita dos outros e vice-versa, vira aquela salada toda. Você cai nessa situação em que você tem lá a tua mulher trabalhando com outros homens, passa a virar, eu não diria uma paranoia, passa a ser motivo de desconfiança e com razão. É porque que eu falo que é motivo de confiança e não insegurança, porque, assim quando você é homem você entende que é inata, a natureza do cara, inconsciente, a natureza do cara biológica buscar o máximo de opções sexuais possíveis que ele pode ter. Ele não está nem aí se tá no casamento ou não, a cabeça do cara vai pensar.

⁴¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C7R76QWuU-G/125>

Nesta fala, Thiago propõe uma visão determinista das relações entre homens e mulheres, onde a infidelidade é quase inevitável devido a impulsos biológicos incontroláveis dos homens e o mau caratismo das mulheres. Ele argumenta que, independentemente das ações do parceiro, haverá sempre uma dinâmica de atração entre uma mulher comprometida e outro homem, o que transforma qualquer relacionamento em uma fonte constante de desconfiança e suspeita.

Essa visão essencializa a natureza humana, reduzindo-a a impulsos primários, e justifica a desconfiança como uma resposta lógica e inevitável a essa suposta realidade. Para Morin (1992), os seres humanos são sistemas complexos, compostos por múltiplas camadas de emoções, racionalidade, cultura e biologia. Reduzir o comportamento humano, especialmente em algo tão intrincado quanto os relacionamentos afetivos, a meros impulsos biológicos ou tendências inevitáveis à infidelidade é ignorar as camadas antropológicas e a profundidade das interações humanas. Seguindo num pensamento Moriniano, essa visão simplista distorce a realidade, impondo uma narrativa linear sobre um fenômeno que é, por natureza, não linear e multifacetado. Ao fazer isso, Schutz não apenas empobrece a compreensão das dinâmicas relacionais, mas também reforça uma visão do mundo que é marcada pela desconfiança e pelo medo que culminará na paranoia contida na própria fala do coach e no conceito de Hillman já citado.

A visão de Schutz pode ser interpretada como uma extensão do ethos do *self-made man* ampliado por Weber (2005), em que a vida é vista como um campo de batalha no qual cada indivíduo deve proteger seus próprios interesses de maneira racional e calculista. A desconfiança e o ceticismo que o coach propaga em relação aos relacionamentos são uma expressão de outro termo trabalhado por Weber, a racionalidade instrumental, onde as relações são avaliadas em termos de custo-benefício e sobrevivência individual. Essa abordagem utilitarista ecoa a racionalidade weberiana, na qual os sentimentos e os laços emocionais são secundarizados em prol de uma autopreservação fria e calculada. Essa racionalidade, quando aplicada de forma extrema, leva à desumanização e à alienação, tornando as relações em transações desprovidas de significado profundo em nome dessa “coisificação”, para que se possa possuir outro ser humano da mesma forma que um bem material.

Para Michel Foucault (2012), o poder na sociedade moderna se exerce não apenas através de instituições coercitivas, mas também através do controle sobre os corpos e as sexualidades. A visão de Schutz, que naturaliza a infidelidade e a

desconfiança, pode ser vista como uma forma de biopoder, onde as narrativas sobre o comportamento "natural" dos homens e das mulheres são utilizadas para justificar e perpetuar certas formas de controle e vigilância. O Red Pill legitima a desconfiança nos relacionamentos ao apresentá-la como uma resposta inevitável a impulsos biológicos, ignorando como essas construções são socialmente produzidas e reforçadas por discursos de poder.

A sexualidade é construída e regulada através de discursos que moldam a maneira como os indivíduos percebem e se relacionam com seus próprios desejos e os desejos dos outros (Foucault, 2012, p.23). Esse tipo de discurso é um exemplo claro de como o poder opera através da sexualidade, normatizando comportamentos e perpetuando desigualdades de gênero sob a justificativa de serem "naturais" ou "biológicos".

Ao reduzir as relações humanas a impulsos primários e desconfianças justificadas, percebe-se que essa perspectiva está imersa em uma matriz complexa de racionalidade instrumental, biopoder e simplificação da complexidade humana; não se trata apenas de uma opinião pessoal, mas de uma construção ideológica que reflete e perpetua estruturas de poder e controle na sociedade contemporânea. Ao reduzir a complexa e embricada teia das relações humanas a meras transações e paranoicas desconfianças, a visão "redpillada" limita a possibilidade de se engajar em relações mais profundas e significativas com presença de vínculo, desumanizando o outro e, por extensão, a si mesmo.

2.1.5 Casar é retroceder: o sofrimento que as mulheres causam aos homens

Figura 5 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill”, postado em 12/06/2024, 125 mil plays. 42 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post (timecode 0:15s a 1:10s)



Fonte: Instagram⁴²

Você chega pro cara e fala: fulano, você vai se casar? Sim, eu vou me casar! Se você puder deixar de lado duzentos mil reais da festa de casamento e investir esse dinheiro em outra coisa, você faria? De cada dez caras, nove sim e tem um cara que vai ter o sonho de príncipe de casar, entrar numa igreja. Porque esse sonho, o sonho de entrar numa igreja, o sonho de ter a festa do casamento é muito mais feminino do que masculino. Se você chegar pra mulher, talvez uma coisa interessante, cara, no dia do casamento a mulher não está preocupada com ele, tá preocupada com ela, no casamento a mulher tá preocupada com ela, foda-se o noivo, se não for aquele noivo, vai ser outro cara, o que importa é a celebração, é o vestido, suas amigas olhando, ‘olha, fulana desencalhou, fulana casou lá, agora sim’ agora vai todo mundo, fica louco na festa depois sai falando mal então, assim, o casamento pro homem desde o momento que ele começa a perder o tempo dele sentado e vendo fotinho, ele, quem vai ser o fotógrafo e o bolo, qual a vantagem nisso, cara? Eu como homem, hoje eu não vejo mais vantagem nisso. Eu já fui casado e fiz uma festa de casamento muito, muito básica. Simples, fechado pra família. Não me arrependo, eu não vejo vantagem nenhuma, por exemplo hoje, do homem estar casado nesses modelos tradicionais até porque as mulheres hoje não são mais nada tradicionais. Então, mulher, o que

⁴² Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C8HUUEluoBG/>

que ela quer? Um cara, um gentleman, um cara cavalheiro, ela quer um cara conservador, ela quer um cara tradicional, ela quer um cara de família e ela não serve nem pra cozinhar o arroz pro cara quando chega em casa! Qual a vantagem pro cara hoje tá casado? Nenhuma, quase nenhuma. 'Nossa eu sou casado e essa mulher trabalha comigo, que gostosa, se pudesse eu comeria'. A maioria dos caras trabalha dessa forma.

Portanto, segundo Thiago, o casamento, tal como concebido tradicionalmente, é uma instituição que hoje beneficia mais as mulheres do que os homens. Para as mulheres, o casamento é menos sobre o compromisso ou a união com o parceiro e mais sobre a realização de um sonho pessoal que gira em torno de status social e autocelebração. Schutz argumenta que, no dia do casamento, a noiva estaria preocupada exclusivamente com a sua própria aparência e com a aprovação social, enquanto o noivo se tornaria um mero coadjuvante, desvalorizado e quase descartável.

Ao reduzir o casamento a uma transação materialista e projetar suas próprias inseguranças sobre as mulheres, Schutz exemplifica uma visão desencantada e superficial, que ignora as profundezas da experiência humana.

Para o Red Pill, a cerimônia de casamento é vista pelas mulheres como uma oportunidade de se exibir perante amigos e familiares, um momento de autopromoção onde o foco está na "celebração", no "vestido" e na percepção pública de que a mulher "desencalhou". Se o noivo não fosse aquele, poderia ser qualquer outro, pois o que realmente importa para a mulher seria o ritual em si e o que ele representa socialmente, e não o parceiro com quem ela compartilha esse momento. E isso não ofereceria vantagens reais para os homens, principalmente porque as mulheres modernas não corresponderiam mais ao ideal tradicional de esposa que contribuiuativamente para o bem-estar do lar e da família. Ao acusar as mulheres de buscarem um homem que seja cavalheiro e tradicional, enquanto elas mesmas não estariam dispostas a desempenhar os papéis tradicionais que historicamente acompanharam esse modelo de relacionamento, como o cuidado doméstico e a lealdade, Schutz reduz as motivações femininas a um desejo egoísta de validação social e material, ignora a complexidade das dinâmicas relacionais e projeta suas próprias inseguranças e frustrações sobre as mulheres. Segundo essa perspectiva, o casamento se transforma em uma performance social em que o homem é utilizado apenas como um meio para que a mulher alcance um status e uma narrativa pessoal de sucesso.

Jung (2013a) define "sombra" como aspectos inconscientes e reprimidos da personalidade consciente (ego) que o indivíduo não reconhece em si mesmo. Esses aspectos são "negativos" ou "socialmente indesejáveis", e, ao invés de serem confrontados internamente, são projetados nos outros. Quando Schutz retrata as mulheres como seres superficiais, autocentrados e interessados apenas em validação social; ele, na verdade, projeta sua própria sombra, suas próprias inseguranças e aspectos não reconhecidos de sua psique sobre o comportamento feminino.

A projeção, ainda segundo Jung (2013a), ocorre quando alguém atribui suas próprias características, emoções ou desejos reprimidos à outra pessoa. Nesse caso, o coach projeta nas mulheres seus próprios medos e frustrações relacionados ao casamento e à vulnerabilidade emocional. A visão de que as mulheres estão preocupadas exclusivamente com sua aparência e com a opinião alheia durante o casamento é uma pista de desconexão interna com a ideia de vulnerabilidade e necessidade de validação que ele próprio pode sentir, mas que prefere atribuir ao sexo oposto. Essa projeção da sombra cria uma barreira que impede o reconhecimento da complexidade das motivações femininas, das dinâmicas de um relacionamento saudável, harmônico e principalmente um abafamento dos aspectos femininos responsáveis pela integração e contato com o mundo.

A sombra de Schutz, revelada em sua fala, teria a ver, portanto, com a expressão de suas próprias inseguranças e ressentimentos, relacionados à sua experiência pessoal com o casamento. Seu séquito parece se encontrar na mesma página involutiva da vida, desconsiderando a profundidade emocional e psicológica que as mulheres podem investir em um relacionamento e, ao invés disso, atribui-lhes uma superficialidade que pode ser, na verdade, um reflexo de suas próprias dificuldades em lidar com as expectativas e pressões sociais impostas ao gênero masculino. Ao descrever as mulheres como preocupadas apenas com a celebração, o vestido e a validação social, a ideologia Red Pill ignora a possibilidade de que tais preocupações possam ser tanto uma reação às pressões sociais quanto uma maneira legítima de lidar com as complexas emoções envolvidas no compromisso matrimonial.

Não seria tão difícil ter uma outra visão sobre o caso: Jung (2001a) postula que a integração da sombra é essencial para o desenvolvimento de um self mais completo e consciente. Isso significa que, ao invés de projetar seus aspectos reprimidos sobre as mulheres, seria papel de um indivíduo minimamente consciente buscar reconhecer e integrar essas partes de sua própria psique. Esse processo poderia levá-lo a uma

compreensão mais empática e complexa das motivações femininas, bem como das suas próprias, resultando em uma visão menos distorcida e mais equilibrada do casamento e dos papéis de gênero.

Em relação ao casamento, Jung também fala sobre a conjunção dos opostos, termo que pega emprestado da alquimia, como uma união simbólica dos aspectos masculino e feminino dentro do indivíduo, representando uma integração harmoniosa dos opostos que existem em todos nós. No contexto do matrimônio, essa ideia pode ser aplicada à necessidade de compreender e valorizar tanto o masculino quanto o feminino como partes complementares de um todo maior. A visão de Schutz e da ideologia Red Pill, que tende a polarizar e desvalorizar o feminino, não só impede essa integração, mas também reforça a separação e o conflito entre os gêneros, em vez de promover uma união saudável e equilibrada.

Ao ampliar a análise através do conceito junguiano de projeção, podemos ver que a crítica de Schutz não apenas desumaniza e simplifica as mulheres, mas também reflete uma recusa em confrontar aspectos internos que ele não deseja reconhecer em si mesmo. Essa recusa resulta em uma visão distorcida e parcial das relações de gênero, em que o casamento é visto como uma transação sem sentido, e as mulheres são reduzidas a estereótipos unidimensionais. A integração da sombra, como proposto por Jung, poderia oferecer a Schutz (e a qualquer indivíduo que compartilhe dessa visão) uma oportunidade de crescimento psicológico e uma compreensão mais profunda e empática das complexidades envolvidas nos relacionamentos humanos.

2.2 Quem é a mulher ideal do Red Pill caricado?

Os discursos de Thiago Schutz dentro e fora de sua página do Instagram se fundamentam em uma visão profundamente patriarcal e polarizadora das relações de gênero, através da ideia de uma masculinidade “autêntica” caracterizada por força, assertividade e rejeição a qualquer traço “afeminado”. Schutz posiciona a ideologia Red Pill como uma ferramenta indispensável para homens que, como ele, buscam “despertar” para as supostas realidades das dinâmicas de poder entre homens e mulheres. Em sua narrativa, o mundo está sendo monopolizado pelas mulheres e seus discursos feministas; e a Red Pill, além de ser a chave para desvendar essa manipulação, funciona como um grupo de apoio, um cânone a ser seguido, porém, sem regras ou rituais claros.

O coach de relacionamentos opera como um Red Pill caricato, constrói seu discurso em torno da necessidade de os homens recuperarem o controle e reafirmarem sua superioridade sobre as mulheres. Ele pinta um quadro no qual os homens são vítimas de uma sociedade que os desviriliza e os enfraquece, enquanto as mulheres, com seu poder manipulador, dominam as esferas sociais e emocionais. E a Red Pill é a resposta que permite aos homens resistirem a essa dinâmica e retomarem o poder que lhes foi “roubado”.

A visão de Thiago Schutz sobre a mulher ideal reflete uma combinação de projeções de inseguranças masculinas, calcadas no patriarcado e na paranoia, normas sociais associadas ao sucesso individual e práticas de controle social hegemônicas. Essa perspectiva idealiza uma mulher que se submete a papéis tradicionais e patriarcais, reforçando uma visão rígida e tradicional de gênero que busca validar e afirmar a masculinidade dominante. Ele critica as “mulheres modernas” que, segundo ele, não são mais “tradicionais” e não cumprem os papéis que ele considera naturais para o gênero feminino, como o cuidado do lar e a obediência ao marido. Ou seja, quanto menos ameaçadora for essa mulher, melhor. Quanto mais objetificada e morta em vida, melhor. Conceitos que se alinharam de maneira significativa aos preceitos neopentecostais encontrados em obras como *Casamento Blindado* e o programa de TV *The Love School*, de Renato e Cristiane Cardoso, genro e filha de Edir Macedo, fundador da Igreja Universal do Reino de Deus. Em ambos, há uma clara idealização de um modelo feminino retrógrado que se ajusta a um papel de submissão, apoio e obediência dentro do casamento, alinhando-se a um discurso de restauração da ordem e hierarquia dentro das relações entre homens e mulheres.

A mulher ideal seria aquela que se submete ao homem, renunciando à sua autonomia em troca de uma proteção e direção masculina que ele julga essenciais para a manutenção de um “equilíbrio natural” das relações. Esta visão, encharcada de patriarcado, resgata a concepção da mulher submissa e acolhedora (maternal), que também está presente nas práticas neopentecostais contemporâneas. No livro *Casamento Blindado* (que ganhou uma versão 2.0), a ideia de submissão feminina e da restauração de valores familiares tradicionais é central, reforçando a importância de uma esposa que seja submissa, enquanto o homem ocupa uma posição de liderança espiritual e emocional no lar (Cardoso, 2012).

Ao examinar essas perspectivas à luz das teorias do imaginário, especialmente sob a ótica de Gilbert Durand, pode-se argumentar que ambos (Thiago Schutz e os autores neopentecostais) reforçam um imaginário arcaico que evoca o retorno a uma estrutura onde o homem é o "herói" ou "protetor", e a mulher constela uma figura de passividade e devoção. Imagens que refletem uma reação à modernidade, a qual, em suas narrativas de emancipação e autonomia feminina, teria supostamente "ameaçado" essas posições hierárquicas tradicionais.

A psicologia arquetípica de Hillman (1984) aponta que esse retorno a figuras tradicionais pode ser um reflexo do medo masculino de lidar com a complexidade e a ambiguidade nas relações modernas. Em vez de enfrentar a diversidade e a evolução dos papéis de gênero, figuras como Schutz e a doutrina de Casamento Blindado buscam respostas simplificadas em símbolos arcaicos de controle e previsibilidade. No imaginário neopentecostal, a mulher ideal é o "porto seguro" emocional, uma figura cuja função é equilibrar o caos externo ao resgatar valores antigos de submissão, ressoando profundamente com o que Schutz apresenta em seu discurso.

Em síntese, a mulher ideal de Thiago Schutz e a do discurso neopentecostal se convergem como símbolos de uma tentativa de reafirmar o controle masculino, tanto em termos simbólicos quanto emocionais, frente a um mundo percebido como desestabilizado pelas mudanças contemporâneas nas dinâmicas de gênero. Ambos evocam um imaginário defensivo, que busca resgatar um ideal patriarcal de ordem e harmonia matrimonial, à custa da autonomia feminina.

Portanto, a mulher ideal para Thiago Schutz é aquela que se conforma a um papel tradicional e submisso, alinhado com suas expectativas de uma feminilidade "autêntica". Uma mulher que valorize a masculinidade hegemônica e provedora, que seja recatada, leal, e que aceite sua posição em uma dinâmica de poder claramente hierárquica, na qual o homem é o líder e provedor. Essa mulher não desafia a autoridade masculina, não busca igualdade ou autonomia que poderia questionar o papel do homem, e, idealmente, adere a um estilo de vida que privilegia os valores conservadores e tradicionais.

CAPÍTULO III –

A MULHER IDEAL DO RED PILL MÉDICO:

VIRILIDADE E DETERMINISMO COM O DOUTOR TESTOSTERONA

3.1 Alessandro Loiola, o Doutor Testosterona

Alessandro Loiola é formado em Medicina pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), desenvolveu uma carreira médica que combina atendimento clínico com uma abordagem humanizada e empática, segundo suas redes. Além de sua prática médica, Dr. Loiola é um autor prolífico e comunicador habilidoso, escrevendo sobre temas de saúde, bem-estar e desenvolvimento pessoal.

Porém, seus escritos, palestras e, principalmente, seu Instagram com quase 400 mil seguidores e um detalhe, seu nome de usuário é @alessandro_il_loiola, onde “_l_” significa uma ereção masculina, ou seja, mais caricato e literal, impossível. Nesta página, o médico explora conceitos centrais da ideologia Red Pill, que oferece uma visão crítica das normas sociais e culturais predominantes em relação aos relacionamentos e dinâmicas de gênero. Dr. Loiola discute diferenças biológicas e psicológicas entre homens e mulheres, destacando a importância dessas diferenças na compreensão das interações humanas. Ele aborda temas como hipergamia, onde sugere que mulheres tendem a buscar parceiros com maior status social e recursos, e enfatiza a importância de características como confiança, status socioeconômico e aparência física para os homens, e juventude, feminilidade e atração física para as mulheres.

Além de suas visões sobre relacionamentos, Dr. Loiola também critica aspectos do feminismo contemporâneo, argumentando que certas narrativas podem distorcer a realidade biológica e comportamental dos gêneros, criando expectativas irrealistas e impactando negativamente a dinâmica dos relacionamentos. Ele encoraja os homens a investirem em seu desenvolvimento pessoal e profissional como forma de maximizar seu sucesso no mercado de namoro e relacionamentos através de uma forma muito prática e biológica: a otimização de testosterona em homens, com mais de 5 mil pacientes otimizados.

Loiola é amplamente reconhecido dentro do movimento Red Pill por seu posicionamento contra o que ele vê como uma sociedade que privilegia as mulheres às custas dos homens. Em suas palestras, livros e vídeos, ele frequentemente critica

o feminismo, a "cultura da vitimização", e a desvalorização da masculinidade tradicional. Para ele, a sociedade atual impõe expectativas injustas sobre os homens, ao mesmo tempo em que minimiza suas necessidades e problemas.

Como os Red Pills são homens que principalmente se sentem alienados ou injustamente tratados nas dinâmicas modernas de gênero, encontram no "Dr. Testosterona" uma voz que valida suas preocupações e ressentimentos. Ele oferece uma narrativa em que os homens são incentivados a retomar o controle de suas vidas, ao adotar "uma postura mais assertiva e desafiadora em relação às normas sociais predominantes".

Loiola é amado pelos Red Pills porque ele não apenas articula suas frustrações e medos, mas também oferece um modelo de comportamento que promete restaurar o "equilíbrio" nas relações de poder entre os sexos. Suas ideias disfarçadas de saber científico médico são vistas como um antídoto contra o que esses homens percebem como um ataque contínuo à masculinidade, oferecendo-lhes tanto uma explicação quanto uma solução para suas dificuldades nos relacionamentos e na vida social.

3.1.1 “Cueca, fique em forma pra ser respeitado”

Figura 6 - Reels video-selfie “Você quer ser respeitado?” postado em 10/04/2024, 291 mil plays. 22 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post (timecode 0:00s a 0:58)



Fonte: Instagram⁴³

Fala, cueca. Se eu puder te dar um único conselho, que fique gravado na sua mente, tatuado no seu cérebro, meu conselho é: fique em forma. Coloque essa porcaria do seu corpo em forma. No momento em que você entra numa sala, no momento em que você encontra alguém, e aperta a mão dessa pessoa, se ela vê que você está em forma, isso imediatamente suscita respeito. Se eu olho pra sua mão e ela está assim, com calos, eu sei que, voluntariamente, você tem colocado seu corpo à prova, que você tem voluntariamente colocado seu corpo para sofrer dor. Isso é algo difícil de não ser respeitado. Não importa em qual país, não importa qual trabalho, não importa qual cultura, não importa qual língua você fale: um corpo em forma vai sempre passar uma mensagem de disciplina e respeito. Eu te pergunto, irmão: tá puxando os ferros, cara?

Primeiramente, o discurso de Loiola enfatiza a importância do corpo em forma como símbolo de respeito e disciplina, um elemento profundamente enraizado na lógica neoliberal. De acordo com essa perspectiva, a valorização do corpo, da aparência e da capacidade física se torna um sinal visível de sucesso pessoal e autocontrole. No contexto neoliberal, o indivíduo é visto como um empreendedor de si

⁴³ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C8HUUEluoBG/>

mesmo, sendo responsável pelo seu progresso e dignidade por meio de esforço constante. Aqui, o trabalho árduo (no caso, a musculação) é apresentado como o caminho para a conquista do respeito e da posição social, conectando-se diretamente à ideia de que o valor de uma pessoa está diretamente ligado ao quanto ela investe nos próprios músculos. Esse discurso também ecoa a ética protestante descrita por Max Weber (2005), em que o trabalho físico e a autodisciplina são vistos como expressões da dignidade humana e do valor individual. O conceito de que o trabalho significa o homem (neste caso, o esforço físico na musculação) remete à ideia de que o autocontrole corporal é uma forma de reafirmação da masculinidade, onde o corpo se torna um campo de batalha contra o conforto e a fragilidade. A ênfase nos "calos" e na dor voluntariamente assumida traduz a noção de que o sofrimento e o sacrifício físico representam a virtude e a superioridade moral, conceitos que estão profundamente entrelaçados na ética do trabalho protestante.

A ideia de que calos nas mãos representam esforço e dedicação é lida como a manifestação de um complexo cultural que valoriza a dor e o sofrimento como meios de alcançar mérito e respeito. No livro *Presente e Futuro*, Jung (2013) apresenta a ideia de complexo cultural como uma extensão dos complexos individuais, mas que se manifestam em um nível coletivo. Meritocrático.

Para Jung (2013), os complexos não tomam apenas o indivíduo, mas podem ser vividos e compartilhados por um grupo, uma sociedade inteira, especialmente em momentos de crise ou transformação cultural. Os complexos culturais se manifestariam, então, a partir de traumas, conflitos, questões não resolvidas que afetam um grupo social e, portanto, se tornam carregados emocionalmente. Eles podem emergir em resposta a mudanças históricas, políticas ou sociais que ameaçam a identidade coletiva ou os valores tradicionais de uma cultura. Assim como os complexos individuais se manifestam no inconsciente e influenciam o comportamento pessoal, os complexos culturais emergem no inconsciente coletivo e impactam a psique de toda uma sociedade. E, frequentemente, se expressam por meio de símbolos, mitos, narrativas culturais, dando sentido à maneira como os grupos sociais enxergam o mundo e a si mesmos. Eles podem criar tensões internas, gerar conflitos sociais e até contribuir para crises culturais profundas, pois prendem a sociedade em padrões repetitivos e reações emocionais intensas, bloqueando o progresso e a adaptação a novas realidades, desconhecidas pela consciência. Essa incapacidade

de adaptação a novas realidades fica evidente na manifestação dos Red Pills contra os avanços feministas em relação às dinâmicas de gênero.

No contexto de *Presente e Futuro*, Jung (2013) explora como a civilização moderna enfrenta uma série de complexos culturais, especialmente relacionados ao avanço do racionalismo e da literalidade, enquanto pensamento hegemônico imbuído do capitalismo (e da práxis neoliberal), disfarçado de “ciência” através de uma narrativa pseudo-científica e que acarreta a “perda de valores espirituais” (simbólicos), gerando uma sensação de fragmentação e alienação nas sociedades ocidentais. Um exemplo é justamente este estereótipo que está profundamente enraizado na cultura ocidental patriarcal, em que o esforço físico e a resistência à dor são associados a virtudes como disciplina, força de caráter e sucesso.

Ironicamente ou não, a valorização do corpo perfeito, como símbolo de disciplina e superioridade, foi central na ideologia nazista, que via a saúde física e o corpo forte como reflexos de uma raça "pura" e moralmente superior. O regime promovia o culto ao corpo como forma de controle social e exclusão dos "indesejáveis". Maria Rita Kehl (2009, p. 72) observa que "a cultura nazista reforçou a ideia de que corpos saudáveis e disciplinados representavam um ideal de superioridade, enquanto a fragilidade deveria ser eliminada". Essa obsessão com o corpo em forma, vista como uma virtude que justifica o poder e a hierarquia, é uma das marcas de regimes totalitários que associam o valor do indivíduo à sua força física, ignorando a complexidade humana em prol de um ideal distorcido de perfeição. Loiola utiliza essas concepções para reforçar a ideia de que o corpo em forma é resultado de trabalho árduo e dor, um símbolo supremo de valor pessoal e respeito.

Para Durand (2019), essas imagens não são apenas representações superficiais, mas sim manifestações profundas da cultura. A associação entre calos nas mãos e o respeito é um exemplo de como a dor e o sacrifício físico são glorificados como símbolos de virtude e sucesso. Isto reflete uma estrutura cultural que celebra a capacidade de suportar a dor como uma prova de integridade e valor pessoal. A musculação e o corpo forjado pela dor representam o "herói guerreiro", que conquista seu valor por meio do sofrimento e da superação de desafios físicos, reafirmando a posição masculina como a de força e poder. Nesse contexto, a força do guerreiro não é usada como arma para uma causa superior, coletiva, integradora, mas reduzida a um fim em si mesma. O conjunto de imagens do “guerreiro” também é uma resposta simbólica à crise de identidade masculina, na qual a reafirmação de um corpo forte e

resistente é vista como uma forma de retomar um controle que, em sua visão, estaria sendo perdido nas dinâmicas sociais contemporâneas.

3.1.2 “Não negue sexo para o seu homem”

Figura 7 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill”, postado em 17/02/2024, 1,3 milhões de plays. 67 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post (timecode 0:15s a 1:07s)



Fonte: Instagram⁴⁴

Se você está negando sexo para o seu homem, você está criando um vácuo que ele vai preencher, cedo ou tarde, de alguma forma. Ou ele vai preencher com pornografia, ou com uma prostituta, ou com uma mulher mais bonita e mais gostosa, e vai trocar você por ela. A natureza não tolera vácuo. E depois vai reclamar que o homem foi desleal? Ué, você deixou de oferecer sexo, ele deixou de oferecer lealdade. Bala trocada dói, né? O cara chega em casa cansado, e você não vai reconhecer o esforço daquele homem? Não? O cara foi lá e trocou alguma coisa, instalou uma tomada, sei lá, levou o cachorro para passear, colocou combustível no carro, e você não vai valorizar o que ele está fazendo? Não, não, porque eu vou dar atenção para ele... Minha filha, ele não quer atenção, ele quer ser valorizado. E aí a mulher, que não entende a natureza masculina, entrega as coisas de forma trocada, a hierarquia virada de ponta cabeça, e depois se surpreende quando o cara não dá segurança. Aí me diz: ‘Ah, mas ele não me dá segurança, Thiago’. Você entregou valorização para ele? Não entregou valorização, então ele não te entrega segurança. ‘Ah, mas ele não é atencioso comigo’. Você está dando sexo para ele? Você não entrega sexo, ele não te entrega atenção. ‘Ah, mas ele está sendo desleal comigo’. Você reconhece o esforço dele? Você não tem reconhecimento, então ele não te dá lealdade. No fim, vai ser sempre uma troca.

⁴⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C3d2rSDukj8/>

Dr. Alessandro Loiola, como médico, exemplifica como o biopoder e o capital simbólico moldam a percepção e a avaliação social de valor pessoal. Seu discurso reflete uma série de dinâmicas de poder e controle sobre os corpos e comportamentos. Acerca do conceito de biopoder, Foucault (2012) refere-se ao controle exercido pelas instituições e figuras de autoridade, como médicos, sobre os corpos e vidas dos indivíduos:

As disciplinas do corpo e as regulações da população constituem os dois polos em torno dos quais se desenvolveu a organização do poder sobre a vida. A instalação, durante a época clássica, desta tecnologia de duas faces (anatômica e biológica), individualmente e especificante, voltada para os desempenhos do corpo e encarando os processos da vida, caracteriza um poder cuja função mais elevada já não é mais matar, mas investir sobre a vida, de cima para baixo (Foucault, 2012, p.152)

No caso de Loiola, vê-se claramente o biopoder em ação quando ele afirma que, se a mulher nega sexo ao homem, ela estaria criando um vácuo que o homem inevitavelmente preencherá de outra forma, seja com pornografia, prostituição ou com outra mulher. Esse discurso revela um controle normativo sobre a sexualidade feminina, em que o corpo da mulher é subordinado às necessidades masculinas. O biopoder, aqui, se manifesta como uma forma de regulação dos corpos femininos, com o objetivo de manter uma ordem conjugal baseada na satisfação dos desejos do homem. Como médico, ele assume uma posição de autoridade que vai além da saúde física, estendendo-se para o campo da moral e das relações sociais. Ao apresentar a sexualidade como uma troca transacional na qual a mulher entrega sexo em troca de atenção e lealdade, o médico utiliza seu poder simbólico para normatizar o comportamento feminino dentro da relação conjugal. Essa normatização de como a mulher deve agir com seu parceiro não é apenas um reflexo do poder masculino, mas também uma tentativa de manter uma hierarquia hegemônica patriarcal, em que o homem ocupa a posição de provedor e a mulher a de submissa:

Se o desenvolvimento dos aparelhos de Estado garantiu a manutenção das relações de produção, os rudimentos de anátomo e de biopolítica agiram no nível dos processos econômicos, do seu desenrolar, das forças que estão em ação em tais processos e o sustentam; operam, também, como fatores de segregação e hierarquização social, agindo sobre as forças respectivas tanto de uns como de outros, garantindo relações de dominação e efeitos de hegemonia; o ajustamento da acumulação dos homens à expansão das forças produtivas e a repartição diferencial do lucro foram, em

parte, tornados possíveis pelo exercício do biopoder com suas forças e procedimentos múltiplos (Foucault, 2012, p. 154).

Esse controle do corpo feminino também pode ser compreendido através do conceito de imaginário cultural, de Gilbert Durand (2019). Loiola constrói um discurso que reforça narrativas hegemônicas de gênero, em que o homem é o provedor de segurança e a mulher deve obedecer a uma lógica de submissão e reconhecimento. Ao dizer que a mulher "não entende a natureza masculina" e "vira a hierarquia de ponta cabeça", ele apela a um discurso patriarcal, no qual o homem deve ser valorizado por seu esforço e sacrifício físico. Aqui, a sexualidade feminina é regulada como parte de um sistema simbólico maior que busca resgatar uma ordem social antiga, baseada na submissão feminina e no domínio masculino. No entanto, esta fala não é apenas uma reafirmação de tradições arcaicas, mas reflete uma lógica moderna e neoliberal, onde as relações interpessoais são estruturadas como trocas econômicas. A ideia de que a mulher deve oferecer sexo em troca de lealdade, atenção e segurança está alinhada à lógica de que tudo nas relações humanas pode ser medido e negociado em termos de esforço e recompensa. Neste contexto, o relacionamento conjugal é reduzido a uma transação, onde a mulher, ao negar sexo, estaria "falhando" em sua parte do acordo, resultando na perda de lealdade do homem e do descumprimento do negócio previamente acordado, chamado casamento.

Esse pensamento se conecta à ética protestante do trabalho alinhada ao espírito do capitalismo, conforme descrita por Max Weber (2005), que valoriza o esforço físico e o trabalho árduo como uma forma de dignificação e recompensa. Loiola sugere que o homem, ao realizar pequenas tarefas cotidianas, como "trocar uma tomada" ou "colocar combustível no carro", deve ser valorizado por sua parceira, porque isso representa seu sacrifício e contribuição para a relação. Essa noção de que o esforço masculino merece reconhecimento e que a falta desse reconhecimento justifica a infidelidade ou a deslealdade masculina reflete uma visão de mundo em que o trabalho físico e o sacrifício são virtudes que devem ser recompensadas, muitas vezes, através da submissão sexual da mulher.

Além disso, a fala do Dr. Red Pill carrega um elemento arquetípico, conforme discutido por James Hillman (1984), que ajuda a entender a insistência no esforço físico como uma compensação para fragilidades emocionais e inseguranças masculinas. O homem que "puxa ferro", que se sacrifica fisicamente, busca reafirmar

seu poder e posição em um mundo onde os papéis de gênero estão em constante mudança. Ao exigir que a mulher valorize esse esforço, Loiola está reforçando uma estrutura de poder emocional que busca manter o homem no controle, evitando confrontar a complexidade das relações modernas.

Assim, este discurso articula uma combinação de biopoder, controle simbólico e troca econômica, onde o corpo feminino é regulado e subordinado às necessidades masculinas. Ele utiliza sua posição de médico para legitimar um discurso que normatiza a sexualidade feminina como um fator de troca nas relações, reforçando uma hierarquia de gênero tradicional. Ao fazer isso, Loiola promove uma lógica transacional e neoliberal nas relações interpessoais, em que o valor e o reconhecimento são medidos pelo esforço físico e sexual. Isso se alinha com a narrativa patriarcal e conservadora que ele defende, ao mesmo tempo em que apela ao biopoder para controlar os corpos e as emoções dentro do casamento e, numa instância maior, reforçar o capital simbólico do masculino já hegemônico, construído por meio do trabalho, esforço físico e sacrifício, que deve ser retribuído pela mulher na forma de submissão sexual e reconhecimento emocional. A falta desse reconhecimento é vista como uma falha que justifica o comportamento "desleal" do homem, criando uma lógica de troca simbólica que reduz o relacionamento a um sistema de recompensas e punições.

3.1.3 Energia feminista

Figura 8 - Reels de corte do Podcast “Pink&Pill” ostado em 14/11/2024, 151 mil plays. 167 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post (timecode 0:00s a 1:00s)



Fonte: Instagram⁴⁵

⁴⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DCW4D5xRILd/>

Os homens não prestam? Então quem foi que escolheu o homem que estava com você? Ele te ameaçou com uma faca? Não, porque o cara abandonou o lar? Então, minha querida, prezado ser estúpido com QI de ameba... A meta: 60% dos divórcios são iniciados por mulheres. O cara não abandonou o lar, ele foi clicado para fora dele. Você quer me dizer, mesmo, que em todos esses milhares de divórcios, só porque 60% são iniciados pela mulher, em 100% das vezes o cara não valia nada? 100%? Toda vez que a mulher pede o divórcio é porque o cara não valia nada? Porque a mulher tem o instinto dela, o instinto não erra? Ué, mas ela não podia ter usado esse instinto antes, para poder saber que era o cara errado, não depois de cinco anos? É engraçado, né? Instinto retardado. Elas usam como se fosse um remédio: você toma hoje, só vai fazer efeito amanhã. Então, contra essa ideologia feminista que está em curso... E vamos botar isso bem claro: 100% das mulheres no Brasil hoje, vivas, são feministas — em maior ou menor grau, mas que elas são feministas, são.

Aqui, em mais uma das suas aparições no podcast de Thiago Schutz, Alessandro Loiola mobiliza insultos e estatísticas de ocasião para sustentar sua retórica de culpabilização feminina: “prezado ser estúpido com QI de ameba”, ao mesmo tempo em que absolutiza números como “60% dos divórcios são iniciados por mulheres” e “100% das mulheres no Brasil são feministas”. A estratégia é clara: transformar o complexo em binário, reduzindo milhares de histórias singulares a um axioma universal. “O pensamento simplificador é mutilador: ou separa o que está ligado, ou unifica o que é diverso. Incapaz de conceber a conjunção do uno e do múltiplo, reduz o múltiplo ao uno ou o uno ao múltiplo” (Morin, 2011, p. 13). A mutilação simbólica, aqui, transforma experiências afetivas em tabelas de acusação, em que o erro é sempre feminino.

Esse tipo de formulação não se limita à retórica de convencimento, mas constitui um dispositivo paranoico no sentido foucaultiano, ou seja, um arranjo de discursos, práticas e imagens que não apenas descrevem, mas produzem sujeitos e normatizam condutas (Foucault, 1988). O homem é reposicionado como vítima expulsa do lar; a mulher, como alvo naturalizado. A paranoia organiza o mundo ao oferecer coerência total a partir da desconfiança, convertendo a vida íntima em campo de vigilância e punição. “A paranoia não é apenas uma psicopatologia, mas também uma psicologia cultural: ela organiza mundos, oferece coerência e cria uma pedagogia baseada na desconfiança” (Hillman, 1995, p. 184). Assim, o Red Pill se revela como dispositivo paranoico que produz uma narrativa totalizante do feminino como ameaça permanente.

Nesse ponto, é fundamental observar como a palavra “feminismo” se torna, para os Red Pills, a encarnação do mal absoluto. Trata-se de um rótulo que condensa qualquer conduta feminina que escape da obediência, seja o divórcio, a independência econômica ou a simples autonomia de pensamento.

Muitos homens, especialmente aqueles socializados em lógicas hierárquicas, percebem o avanço do feminismo como uma expropriação de privilégios simbólicos e concretos historicamente naturalizados, e reagem com ressentimento, medo e hostilidade. Tal reação não se dá apenas no plano individual, mas se estrutura como discurso político e pedagógico, reforçado por mídias, igrejas, influenciadores e comunidades digitais (...) muitos homens veem o avanço do feminismo como uma ameaça efetiva, uma destruição de privilégios simbólicos e concretos há muito naturalizados (Abramovay, 2019, p. 47)

O feminismo, que em sua história plural buscou ampliar liberdades e combater desigualdades, é reduzido a uma entidade monolítica e demonizada. Simone de Beauvoir já havia denunciado essa lógica de assimetria ao afirmar que “o homem é o positivo e o neutro; a mulher é o ‘outro’, o débil, o negativo” (Beauvoir, 2009, p. 16). É essa estrutura que sustenta a demonização do feminismo: a pluralidade das lutas femininas é reduzida à unidade de um “inimigo total”, um espantalho que encarna todas as frustrações masculinas.

Essa simplificação cumpre funções biopolíticas: normatiza o corpo e as escolhas femininas, apresentando-as como erros a serem corrigidos. Como destaca Foucault, o biopoder “se exerce de forma positiva sobre a vida, a administra, a multiplica, a ordena e a vigia” (Foucault, 2012, p. 137). No discurso Red Pill, a mulher que decide pedir o divórcio, buscar autonomia, afirmar sua voz é retratada como anômala. Cabe então ao dispositivo corrigi-la, discipliná-la e reinscrevê-la no papel de submissa. Em outras palavras, o corpo feminino é capturado como objeto de regulação, e sua vitalidade é recodificada como ameaça.

O resultado é a construção de um simulacro disciplinar da “mulher ideal”: previsível, dócil, obediente: “já não se olha, mas existem institutos para isso; já não se toca, prefere-se as imagens do corpo” (Baudrillard, 1991, p. 22). Assim também no Red Pill: a mulher deixa de ser sujeito real e plural para se tornar apenas imagem funcional, mercadoria simbólica a circular nos feeds digitais. O que se apresenta como verdade sobre os relacionamentos é, na realidade, a atualização algorítmica de velhos mecanismos de controle, agora mascarados de discurso científico, médico ou meritocrático.

O que Loiola revela em mais uma fala misógina é a engrenagem do Red Pill como dispositivo paranoico: um mecanismo que vigia, acusa e normatiza, não apenas descreve, mas prescreve. A vida íntima é reduzida a estatísticas, insultos e manuais, e o corpo feminino é convertido em território de poder. A “mulher ideal” redpillada, nesse contexto, não existe fora do espelho narcísico desse discurso: é apenas miragem digital, fantasma coletivo de um patriarcado em ruínas que insiste em retornar como espetáculo.

3.1.4 “Qual tipo de mulher solteira você acha que é?”

Figura 9 - Reels video-selfie “Um vídeo especial para as mulheres solteiras”, postado em 10/08/2024, 100 mil plays. 10 mil interações, (até agosto de 2024), Íntegra do post (timecode 0:00s a 2:30)



Fonte: Instagram⁴⁶

Esse é um vídeo para as mais de 30.000 mulheres solteiras que, estatisticamente, seguem essa página. Assista ao vídeo inteiro antes de votar na enquete, okay? Eu vou mandar a real pra vocês. É o seguinte: quando sai à noite, uma mulher bem resolvida financeiramente fica com quem ela quiser; o homem, com quem ele consegue. É assim que é, e não adianta reclamar disso, ainda que alguns homens bestas reclamem. Mas, pra extensão da vida como um todo, o homem bem resolvido financeiramente casa com quem ele quer, e a mulher só casa com quem ela consegue. De novo, é assim

⁴⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAtF2KiO0d-/>

que é, e não adianta reclamar disso, ainda que algumas mulheres bestas reclamem. Me diz aí: quantas mulheres independentes você conhece que saem todas arrumadas e cheirosas procurando ficar com um homem em um encontro casual, esperando algo mais, okay? E quantos homens você conhece que saem por aí todos arrumados e cheirosos, em encontros casuais, procurando uma esposa? Nas situações de curto prazo, as mulheres certamente têm a vantagem. Mas, naquelas situações relacionais de longo prazo, que irão construir paz, prosperidade e resolver a fome afetiva que todo ser humano sente por dentro, nessas situações são os homens que levam a vantagem. Por causa disso, no mercado dos relacionamentos disponíveis, de um lado nós temos as mulheres que entenderam esse fato, entenderam essa dinâmica e estão aprendendo e fazendo as mudanças comportamentais necessárias pra acertar o alvo. Essas mulheres que acordaram são a minoria. Do outro lado, nós temos as mulheres infestadas pelo feminismo, muitas delas que nem sabem que são feministas. São as mulheres imponderadas, guerreiras, independentes, que vivem arrotando que nunca serão submissas ao homem. As mulheres egocêntricas, perdidas em suas feridas emocionais eternas. As mulheres em guerra contra a masculinidade, as mulheres que ironizam toda e qualquer expressão da energia masculina. Essas mulheres ainda não entenderam coisa alguma. Irão brigar contra o óbvio até se tornarem amargas, azedas, chatas e solitárias, culpando tudo à sua volta, mas nunca assumindo que se meteram em uma filosofia de vida completamente desconectada da realidade de como os relacionamentos funcionam no mundo de hoje. Essas mulheres, que são a maioria, ainda estão dormindo. E, quando elas acordarem, provavelmente vai ser tarde demais. Qual tipo de mulher solteira você acha que você é? Acordada ou dormindo?

A fala de Alessandro Loiola, ao posicionar o homem como o controlador das relações e retratar as mulheres independentes e feministas como "perdidas" ou "amargas", revela uma ideologia que, ao focar no controle absoluto, tenta mortificar a experiência feminina, reduzindo-a a uma função passiva e submissa. Esse desejo de controle sobre os corpos femininos, especialmente em relação à submissão emocional e comportamental, conecta-se diretamente ao conceito de necropolítica de Achille Mbembe. Segundo Mbembe (2018), a necropolítica é a política de determinar quem deve viver e quem deve morrer, não apenas no sentido físico, mas também no controle das subjetividades e dos corpos. Ao estabelecer que mulheres "acordadas" são aquelas que aceitam as regras impostas pelos homens, Loiola, um médico por formação, atua como um agente que não tem como paradigma o estudo do corpo vivo, mas busca mortificar simbolicamente o corpo feminino, exigindo-lhe obediência e negação de suas próprias vontades e emoções.

Para Mbembe (2018), o poder, em seu estágio mais extremo, controla até mesmo as fronteiras entre a vida e a morte, decidindo quem tem direito à existência

plena. No discurso de Loiola, observamos uma forma de necropolítica simbólica, onde as mulheres são divididas entre aquelas que aceitam o lugar subordinado no relacionamento, “vivendo” dentro das normas patriarcais, e aquelas que, ao se recusarem a cumprir essas expectativas, são “mortificadas”, tanto social quanto emocionalmente, condenadas a uma existência de solidão e amargura. Esse poder de matar ou deixar viver vai além da morte física, é a negação da vivência plena e autêntica da subjetividade (Mbembe, 2018), algo que Loiola promove em sua divisão rígida entre mulheres “boas” e “perdidas”.

Norval Baitello Jr. (2005) analisa como a modernidade, sobretudo mediada pela cultura da imagem, impôs uma ruptura entre o corpo vivo e sua presença sensível e as representações que o disciplinam e domesticam. Para o autor, “o corpo tornou-se o grande ausente. O corpo vivo é substituído por suas imagens, multiplicadas ao infinito, enquanto a experiência corporal se empobrece e se despotencializa” (Baitello Jr., 2005, p. 87). Esse processo de iconofagia⁴⁷ não apenas esvazia a experiência, mas também mortifica a vitalidade humana, substituindo o corpo e a alma por simulacros que respondem mais à ordem social do que ao desejo singular. Isso fica evidente no discurso Red Pill, em que as mulheres não são vistas em sua complexidade, mas transformadas em personagens de um imaginário de dominação: a “mãe solteira interesseira”, a “hipergâmica predatória”, a “Mulher de Alto Valor”, todas máscaras que circulam como mercadorias simbólicas. Trata-se de um processo em que a imagem se sobrepõe ao corpo; e a representação, ao vívido. Assim, o Red Pill não apenas recodifica antigas estruturas patriarcais, mas também participa dessa lógica contemporânea de devoração simbólica, onde o feminino é reduzido a simulacro, esvaziado de subjetividade e entregue ao consumo afetivo das massas.

Quando Loiola sugere que as mulheres devem submeter-se emocional e fisicamente às dinâmicas de poder impostas pelos homens, ele se insere nessa mesma lógica iconofágica: não lida com mulheres reais, com subjetividades vivas, mas com representações idealizadas, domesticadas e disciplinadas, moldadas pela ordem patriarcal. Nesse sentido, o que se mortifica não é apenas o corpo, mas a própria experiência de ser mulher, reduzida a um conjunto de imagens utilitárias que

⁴⁷ A iconofagia, como define o próprio Baitello Jr. (2005), não devora apenas imagens, mas também afetos e presenças. Quando a vida é substituída pela representação, perde-se o encontro, a alteridade, a possibilidade do diálogo real: “a iconofagia é o processo pelo qual as imagens consomem a realidade, substituindo-a por si mesmas, devorando presenças” (Baitello Jr., 2005, p. 43).

silenciam vozes e desejos. Trata-se da mesma dinâmica que Baitello Jr. reconhece como característica da modernidade: uma sociedade que prefere controlar a libertar, substituir a presença viva pela imagem, e a alteridade pela disciplina.

Mais uma vez, uma fala típica de regimes autoritários que promovem a disciplina e o controle dos corpos como forma de dominação social: "a cultura nazista reforçou a ideia de que corpos saudáveis e disciplinados representavam um ideal de superioridade, enquanto a fragilidade deveria ser eliminada" (Kehl, 2009, p. 72). No discurso de Loiola, essa lógica se aplica à vida emocional: as mulheres que não se conformam ao padrão de submissão são vistas como "frágeis" e, portanto, desqualificadas. Elas são colocadas à margem, sob o estigma de "fracassadas", uma retórica que ecoa a ideia de que o corpo (e a psique) que não se submete ao controle deve ser excluído.

James Hillman (1984), ao discutir a paranoia projetiva, observa que a necessidade de controle absoluto sobre os outros é uma expressão dos próprios medos do indivíduo. Em Loiola, vemos uma projeção desse medo sobre as mulheres, que são retratadas como uma ameaça à ordem masculina quando não seguem os padrões esperados. Essa atitude revela a sombra de Saturno, o arquétipo do controle e da limitação, que, em sua forma patológica, transforma o desejo de ordem em opressão e destruição das emoções e da espontaneidade (Hillman, 1997).

Por fim, o discurso de Loiola também pode ser lido à luz do conceito de racionalidade instrumental de Max Weber (2005), em que os relacionamentos são transformados em transações calculadas de poder e valor. Mulheres que não seguem esse cálculo, que não se encaixam no padrão utilitário de submissão e controle, são mortificadas, privadas de qualquer valor dentro dessa lógica. Nesse sentido, a necropolítica constelada em Loiola opera para garantir que apenas as mulheres "úteis" e obedientes sejam dignas de existência emocional, enquanto as demais são condenadas à exclusão simbólica.

3.2 Quem é a mulher ideal do Dr. Testosterona?

O Dr. Loiola constrói sua imagem pública em torno da masculinidade tradicional, do controle e da submissão feminina, idealizando um modelo de mulher que, segundo ele, deveria aceitar sua posição de apoio ao homem. Para o médico, essa mulher ideal não desafia o status quo patriarcal, mas sim o reforça, ao valorizar o esforço físico, financeiro e emocional do homem. Em seus vídeos, fica clara sua

insistência de que as mulheres devem "entender" a natureza masculina e adaptar-se a ela, aceitando que o homem detém o poder nas relações. No entanto, a figura real que acompanha Loiola em sua vida pessoal, sua esposa Rosana Lígia, parece contrastar com o ideal de subserviência que ele tanto propaga.

Rosana Lígia, empresária e diretora de marketing, parece ter "sucesso por seus próprios méritos", e esse fato expõe uma discrepância notável entre o discurso que Loiola vende para seus seguidores e a vida que ele realmente leva. Enquanto ele prega que a mulher deve ser submissa, quieta e disposta a satisfazer as necessidades do homem, como no vídeo em que afirma que "negar sexo ao homem cria um vácuo que será preenchido por outra", sua esposa parece ser uma figura de grande autonomia. Essa tensão entre o discurso público e a vida privada de Loiola evidencia a complexidade que ele omite de suas narrativas simplistas e patriarcais.

Sua fala reflete um medo claro da autonomia feminina. Ele constrói uma narrativa em que as mulheres devem aceitar o papel subalterno para que os homens possam prosperar emocionalmente e manter seu poder. Ao dividir as mulheres entre "boas" e "perdididas", Loiola projeta suas próprias ansiedades diante das mudanças sociais, nas quais elas conquistam, de forma crescente, autonomia e poder. Em sua visão distorcida, essas mulheres autônomas não são dignas de um relacionamento sério, pois desafiam a supremacia masculina.

O ponto de vista de Loiola é marcado por uma lógica de necropolítica, em que o poder decide quem tem direito à vida plena ou, neste caso, à plena existência emocional. As mulheres que se conformam ao papel que ele idealiza são, dentro de sua visão, aquelas que têm valor; as outras, que não aceitam a submissão, são relegadas à "morte social" e emocional, descritas como "amargas", "solitárias" e "perdididas". Essa divisão clara entre o que ele considera a "mulher ideal" e a mulher real expõe a necropolítica operante em seus discursos, por meio da qual ele busca definir e controlar o que é considerado aceitável na experiência feminina.

Além disso, em vídeos como o que ele afirma que "mulheres que não reconhecem o esforço do homem não merecem lealdade", vemos uma perspectiva profundamente utilitarista e instrumentalizada das relações de gênero. As mulheres são vistas como "parceiras de troca", cujo valor reside em sua capacidade de prover ao homem aquilo que ele deseja, principalmente sexo e submissão. Aqui, o conceito de racionalidade instrumental de Max Weber (2005) aparece de maneira clara: a relação é vista como uma transação, e o valor da mulher é medido pela sua obediência

e disposição em se adequar ao papel submisso. Esse cálculo frio e utilitário permeia todos os discursos de Loiola, onde a mulher é vista como uma peça de um jogo maior de poder e controle, e não como um ser autônomo.

Enquanto publicamente ele reforça estereótipos de controle e obediência feminina, sua vida pessoal mostra que ele convive com uma mulher que tem autonomia, voz e independência. Essa tensão é comum em figuras públicas que defendem ideias conservadoras sobre gênero: pregam um retorno a valores tradicionais, mas suas próprias vidas refletem uma realidade muito mais fluida e complexa. Nos vídeos analisados, ao afirmar que "mulheres que não se submetem serão amargas e sozinhas", ele cria uma imagem de terror para aqueles que se afastam dos valores patriarcais. Contudo, ao citar Rosana em alguns vídeos, o próprio Loiola parece se beneficiar de uma relação com uma mulher que é tudo, menos submissa ou "perdida". Isso mostra que, enquanto ele se posiciona como defensor de uma masculinidade rígida e tradicional, sua própria vida contradiz seus ideais.

A "mulher ideal" de Loiola é, portanto, um constructo paradoxal: ela é submissa no discurso, mas autônoma na prática. Sua esposa Rosana é um exemplo claro de uma mulher que navega entre essas duas realidades, representando uma autonomia que desafia as narrativas patriarcais que seu marido promove. Enquanto ele continua a pregar para seus seguidores a submissão feminina como o caminho para a "ordem natural" dos relacionamentos, a presença de Rosana sugere que, no fim, até mesmo o Dr. Testosterona depende de uma parceira forte e independente para sustentar seu sucesso.

Portanto, a "mulher ideal" de Alessandro Loiola, em suas palavras e em sua vida, não é a figura submissa que ele tanto propaga. Sua própria parceira, uma mulher de sucesso, quebra essa idealização. Ao finalizar este capítulo, percebemos que o discurso de Loiola é, no fundo, uma tentativa de controlar algo que, em sua vida pessoal, ele já perdeu: a possibilidade de reduzir as mulheres a um papel secundário. Sua narrativa, então, é menos sobre as mulheres e mais sobre sua própria insegurança diante de um mundo onde elas se tornaram independentes e empoderadas. Algo que, ironicamente, ele vê diariamente em sua própria casa.

CAPÍTULO IV –

A MULHER IDEAL DO RED PILL PRÍNCIPE ENCANTADO: COM O EX-CAFAJESTE E ATUAL HOMEM DE ALTO VALOR

4.1 Ítalo Ventura, o homem perfeito para mulheres perfeitas

Oi, princesa. Eu sou Ítalo Ventura, o criador do Método Mulheres de Alto Valor (MAV), uma filosofia onde as mulheres passam a se conhecer melhor, se reconnectam com seu valor e se preparam para conquistar a vida que sempre sonharam. Junto daquele cara que vai corresponder a todas as suas expectativas. (...) E é claro que como já estive do outro lado, sendo aquele cara cafajeste que só queria enrolar as mulheres, posso dizer que tenho conhecimento de causa pra poder mostrar a luz no fim do túnel e te ajudar a parar de ser enrolada.⁴⁸

Ítalo Ventura é um nome que circula com familiaridade nos Reels do Instagram, nos vídeos do YouTube e nos anúncios segmentados que prometem resolver os impasses afetivos da mulher contemporânea com frases mágicas, posicionamento emocional e inteligência afetiva. Seu perfil de Instagram diz que com 1,3 milhão de seguidoras, ele não é apenas um coach de relacionamentos, mas um guia para o tão desejado "relacionamento de alto valor", expressão recorrente no léxico do seu método. Ítalo representa uma nova faceta do discurso Red Pill: ele não confronta o feminino, ele o seduz. Com palavras doces, vocabulário acolhedor e estrutura de funil de vendas, o coach vende a promessa de que o amor ideal ainda existe, desde que a mulher esteja estrategicamente preparada para ele.

Nos bastidores reluzentes do Instagram, no fluxo hipnótico dos Reels e entre os gatilhos emocionais de vídeos estrategicamente roteirizados, Ventura, autointitulado “mentor de relacionamentos para mulheres” e criador do método Mulher de Alto Valor (MAV), apresenta-se como aquele que conhece os homens “por dentro” e que está disposto a revelar os segredos mais bem guardados do comportamento masculino para o público feminino. Seu discurso vem embalado numa promessa sedutora: “quebrar o código dos homens” e ensinar às mulheres como deixarem de ser “enroladas” para se tornarem finalmente “escolhidas”. Aparentemente feminista, aparentemente empático, Ventura reconstrói o velho jogo do amor como uma

⁴⁸ Discurso autobiográfico disponível em: <https://italoventura.com/>

competição estratégica, onde vence quem domina melhor os códigos emocionais da nova ordem romântica digital.

Em sua autobiografia divulgada no próprio site oficial, Ítalo nos apresenta a figura de um “romântico incurável” que, após sofrer uma desilusão amorosa na juventude, resolveu abandonar o amor e se tornar um sedutor profissional. “Me especializei na arte da conquista: me tornei um cafajeste de primeira”. O acontecimento fundamental viria com uma cena doméstica: o sofrimento da irmã, vítima de um homem igual a ele. A culpa masculina vira insight e, o que antes era método para a conquista, torna-se método para a reeducação das mulheres. “Decidi quebrar o código dos homens para mostrar como nossa cabeça funciona no jogo da conquista”, como o velho desvario do cavaleiro arrependido que retorna ao castelo para alertar a princesa.

Essa narrativa de redenção moral estrutura a persona pública de Ventura: ele é ao mesmo tempo o lobo e o pastor, o sedutor e o protetor. Ao contrário do coach Red Pill tradicional, que reforça o poder masculino a partir da demonização das mulheres, Ítalo prefere operar num registro mais suave: ele não acusa, ele traduz. Seu discurso é o de um insider emocional que, ao atravessar o lado sombrio das relações, agora oferece caminhos para que as mulheres não caiam mais nos jogos que ele mesmo jogava. Mas essa tradução carrega consigo uma duplicidade: ao expor as supostas artimanhas masculinas, Ítalo também prescreve como a mulher deve agir, se comportar, se posicionar e se comunicar. A liberdade que promete é sempre condicional, será plenamente realizada apenas se estiver dentro dos parâmetros de “alto valor” definidos pelo próprio coach.

Seu método é sintomático. Baseado na lógica da escassez, da linguagem performativa e da economia emocional neoliberal, Ventura ensina suas alunas a serem estrategicamente desejáveis. Os cursos são nominais: Jogo das Palavras⁴⁹, 24 Passos da Sedução Irresistível⁵⁰, Vida de Alto Valor⁵¹, As Leis Espirituais do Amor⁵², Amar e ser Amada 2.0⁵³, Faça Ele Voltar Pra Você⁵⁴ e claro, o carro-chefe: Curso MAV (onde é necessário ficar numa lista de espera)⁵⁵. Há sempre um "passo a passo", uma

⁴⁹ Disponível em: <https://lp.italoventura.com/jogodaspalavrashapratica>

⁵⁰ Disponível em: <https://pay.hotmart.com/R76803474F>

⁵¹ Disponível em: <https://pay.hotmart.com/Y59528767V>

⁵² Disponível em: <https://pay.hotmart.com/L76804422Y>

⁵³ Disponível em: <https://pay.hotmart.com/B5785877A>

⁵⁴ Disponível em: <https://pay.hotmart.com/X76804599F>

⁵⁵ Disponível em: <https://lp.italoventura.com/espera/>

fórmula, um algoritmo emocional a ser seguido. A subjetividade é moldada como produto: “você precisa encontrar o seu valor aí dentro para só então atrair um cara que enxergue exatamente isso”, ensina. O amor é apresentado como um efeito colateral do autodesenvolvimento performático.

Suas seguidoras se autodenominam “laranjinhas”, figura recorrente que evoca a ideia da mulher “inteira, doce e forte”. A imagem, extraída de seus vídeos mais populares, contrapõe-se diretamente ao velho mito da “metade da laranja”, tão caro à lógica romântica tradicional. Ventura reformula esse signo dizendo que a mulher não deve buscar sua “outra metade”, mas sim ser “uma laranja inteira”. Só assim, argumenta ele, será capaz de estabelecer conexões autênticas com um “homem de alto valor”. O conceito de laranjinha, embora pareça inofensivo e até carinhoso, cumpre uma função estruturante dentro da lógica discursiva do coach: funciona como marcador simbólico de pertencimento. Ao se identificar como laranja inteira, a mulher assume que está em um processo de valorização interna, que já aprendeu (ou está aprendendo) as estratégias para “se posicionar”, “se blindar” e “não aceitar migalhas emocionais”. A laranja é a metáfora do autodomínio e da autonomia, desde que moldada dentro do molde comportamental proposto pelo método MAV.

A esse universo simbólico, Ventura soma sua própria figura performática: ele é o papito. A escolha desse termo, entoado com ar sedutor e afeto paternal, é tudo menos ingênua. O papito Ítalo não é um cafajeste arrogante nem um paizão conservador: ele é o homem doce, sábio e experiente, aquele que entende os homens e acolhe as mulheres. Uma escolha certeira num país de referências paternas ausentes. A relação entre o papito e suas laranjinhas é assim marcada por uma paternidade simbólica afetiva: Ventura se posiciona como o homem que faltou na vida amorosa das mulheres, mas que agora está ali para guiá-las, com firmeza e delicadeza, no caminho da autorrealização romântica. Essa figura paterna é também um posicionamento de autoridade emocional com carisma sexual controlado. Ele não é apenas um especialista técnico, como outros coaches. Ítalo Ventura constrói uma aura de desejo sutil: é desejável, mas inatingível; é sedutor, mas comprometido; é homem, mas seguro emocionalmente. Ou seja, o modelo perfeito de “homem de alto valor”. Ao mesmo tempo em que ensina as mulheres a conquistarem outros homens, ele encarna o ideal do que elas deveriam desejar e no que deveriam “produzir” nos

homens com quem se relacionam. Ventura torna-se modelo e mediador: é o papito que instrui, consola e regula.

Em termos simbólicos, estamos diante de um dispositivo de cuidado masculino performativo, que entrega validação emocional em troca de fidelização de audiência. Suas laranjinhas são, ao mesmo tempo, consumidoras e discípulas. Sua figura paternal-afetiva ocupa o espaço que, em outros tempos, era preenchido por terapeutas, padres ou gurus espirituais. Só que, aqui, o oráculo se manifesta por Reels no Instagram e frases como “comenta ‘eu quero’” ou “sou MAV”.

A imagem da laranjinha como mulher inteira, doce e forte, não é apenas um recurso didático simpático, é uma imagem simbólica cultivada por Ventura. Segundo Gilbert Durand (2019), os símbolos com os quais ele opera estão situados no campo da "imaginação diurna", onde prevalecem as figuras da elevação, da ordem e da dominação heroica sobre os instintos caóticos. A laranja inteira é uma metáfora solar, redonda, coesa e "madura". Diferente da mulher "pela metade", que representaria a desordenação da carência ou da incompletude amorosa, sinais de fraqueza à luz do patriarcado diurno e reto. Ao tornar-se "laranjinha", a mulher ingressa no campo da ordem simbólica afetiva, cultivando uma forma idealizada de subjetividade feminina que é ao mesmo tempo autocentrada e orientada para o desejo masculino, operando no campo lógico e controlado do patriarcado.

Já o papito, por sua vez, inscreve Ítalo Ventura num papel arquetípico clássico: o Pai Protetor, com toques do Velho Sábio, do Rei, que como aponta Jung (2000) é aquele que guarda o conhecimento, que instrui e protege, mas também aquele que detém o poder simbólico sobre os destinos das outras figuras do sistema. A mulher MAV o chama de papito com carinho, mas essa nomenclatura reforça a assimetria de poder emocional: ele é o modelo a ser seguido, o espelho masculino idealizado, o "homem que vale a pena" e que validará a identidade dessa mulher. Com isso, o sujeito feminino se mantém num lugar de recepção, ainda que ativa, do saber masculino.

James Hillman (1984), ao tratar dos arquétipos não como estruturas universais fixas, mas como modos de imaginação psíquica, ajuda a ver o quanto essa figura apresentada por meio da redução ao estereótipo do papito é menos um "homem real" do que um personagem psicológico cuidadosamente encenado para ocupar a fantasia coletiva de um "homem seguro", disponível, porém inalcançável.

A indústria cultural procura demonstrar a estandardização dos grandes temas românticos tornando os arquétipos em estereótipos. [...] Praticamente, fabricam-se os romances sentimentais em série, a partir de certos modelos tornados conscientes e racionalizados, embora sob a condição de tais produtos saídos da série serem individualizados (Morin, 2005, p.77).

O desejo das seguidoras não seria apenas pelo conteúdo transmitido, mas por aquilo que ele representa: estabilidade emocional, conhecimento afetivo, maturidade viril, acolhimento e sedução em doses precisas e “necessárias”. Ventura, nesse sentido, encena uma espécie de Hermes digital, que transita entre o mundo do masculino rude (o cafajeste) e o masculino evoluído (o coach do amor), oferecendo às mulheres as chaves para transitarem com segurança neste universo, tendo nele o “melhor dos dois mundos”: virilidade e proteção, cuidado.

Essa dupla operação simbólica (laranjinha e papito) estrutura não apenas uma pedagogia emocional, mas também um sistema de pertencimento, como sabemos, fundamental para construção de identidades:

‘Identidade’, a palavra do dia e o jogo mais comum da cidade, deve a atenção que atrai e as paixões que desperta ao fato de que é a substituta da comunidade: do ‘lar supostamente natural’ ou do círculo que permanece aconchegante por mais frios que sejam os ventos lá fora. Nenhuma das duas está à disposição em nosso mundo rapidamente privatizado e individualizado, que se globaliza velozmente, e por isso cada uma delas pode ser livremente imaginada, sem medo do teste da prática, como abrigo de segurança e confiança. A identidade brota entre os túmulos das comunidades, mas floresce graças à promessa da ressurreição dos mortos. Uma vida dedicada à procura da identidade é cheia de som e de fúria. ‘Identidade’ significa aparecer: ser diferente e, por essa diferença, singular — e assim a procura da identidade não pode deixar de dividir e separar. E, no entanto, a vulnerabilidade das identidades individuais e a precariedade da solitária construção da identidade levam os construtores da identidade a procurar cabides em que possam, em conjunto, pendurar seus medos e ansiedades individualmente experimentados (Bauman, 2003, p. 21).

As seguidoras são iniciadas no método como discípulas e recebem, junto com os ensinamentos, uma nova identidade. Ser MAV não é apenas saber “se posicionar”: é se inserir numa narrativa contemporânea, uma narrativa contemporânea construída pelo movimento Red Pill, em que o feminino é domesticado pela linguagem do autocuidado e o masculino é representado por um guia que já “atravessou as trevas” da cafajestagem. Como aponta Durand (2019), o imaginário moderno ainda se sustenta em mitos ancestrais reatualizados, a clássica redução do arquétipo em

estereótipo. Neste caso, estamos tratando da visitação ao mito do herói. Ventura é, nesse sentido, um herói civilizador do caos amoroso que promete a cada mulher não apenas um homem, mas um sentido próprio construído a partir exclusivamente do relacionamento.

Esse discurso aparenta ser empoderador, mas apenas à primeira vista, sobretudo se lido sob a ótica de um feminismo liberal ou de mercado, que promove a emancipação por meio do consumo e da performance individual, despolitizando as estruturas de opressão. A promessa de que “o homem certo irá te encontrar quando você estiver se encontrando” reafirma uma lógica relacional centrada no outro, ainda que sob a roupagem do autoconhecimento. Em nenhum momento se questiona a assimetria simbólica que estrutura tal ideal romântico.

Em *O Segundo Sexo*, Simone de Beauvoir (2009, p.17) diz: “o homem é o Sujeito, o Absoluto; ela é o Outro”. Esse “Outro” não possui existência plena em si, mas apenas como reflexo ou derivação do masculino. O discurso que Ventura propõe, ainda que embalado pela ideia de crescimento pessoal mútuo, não rompe com essa narrativa fundacional: ele o reforça, disfarçado de paridade e reciprocidade. A figura do “homem certo” aparece não como um companheiro no processo de individuação, mas como selo de validação dessa jornada, o que paradoxalmente retira da mulher a autonomia plena sobre seu processo. No contexto do neoliberalismo, vemos ressurgir um fenômeno apontado por Michel Foucault (2008): o sujeito neoliberal é aquele que se autoexplora e se autogoverna, convertendo tudo (inclusive o afeto) em capital simbólico. Byung-Chul Han refere-se a esse processo da seguinte maneira:

O sujeito neoliberal é empresário de si mesmo. Ele é senhor e escravo ao mesmo tempo. Como empreendedor de si mesmo, ele se explora até o esgotamento. A exploração de si mesmo é mais eficiente que a exploração por terceiros, pois vem acompanhada de um sentimento de liberdade. No neoliberalismo, cada um carrega consigo seu campo de trabalho. Essa interiorização do campo de trabalho possibilita um nível de exploração que seria impossível sob um regime externo de coerção. A própria liberdade é transformada em instrumento de dominação (Han, 2017, p. 29-30).

Ítalo Ventura é o porta-voz desse ethos: ao ensinar a mulher a se tornar valiosa, ele também delimita as condições do seu valor. A MAV é autoconfiante, mas não agressiva; sedutora, mas não vulgar; segura, mas nunca carente. Ela precisa “se posicionar”, “não correr atrás”, “se blindar emocionalmente”. A autoestima aqui não é um fim em si, mas um meio de conquistar alguém, um investimento afetivo com

promessa de retorno romântico. Para Ventura, um relacionamento de alto valor exige uma comunicação eficaz, uma gestão estratégica da emoção e uma presença controlada nas redes sociais. Os algoritmos amorosos são os novos oráculos, e ele, o grande profeta.

A plataformação do amor é também central nesse fenômeno. Como afirma Dijck (2018), plataformas digitais moldam os modos de interação, capturam a atenção e transformam afetos em dados. Ítalo Ventura funciona perfeitamente nesse ecossistema: seus vídeos são curtos, ritmados, apelativos, sempre com chamadas para ação (“comenta ‘eu quero’”, “toca em saiba mais”). O desejo é monetizado, a dor⁵⁶ é convertida em engajamento, e a promessa de salvação romântica vira funil de vendas. Ainda assim, muitas mulheres se identificam. São milhares de MAVs que relatam mudanças significativas: de autoestima, de posicionamento, de capacidade de dizer “não” a relações destrutivas. Ventura oferece algo que não deveria faltar em muitos espaços terapêuticos: uma linguagem acessível, direta, aplicada ao cotidiano emocional. O problema não está em dar voz à dor das mulheres, mas em capturar essa dor para encaixá-la em um modelo normativo que, no fundo, reproduz a estrutura de gênero geradora dessa dor que promete superar.

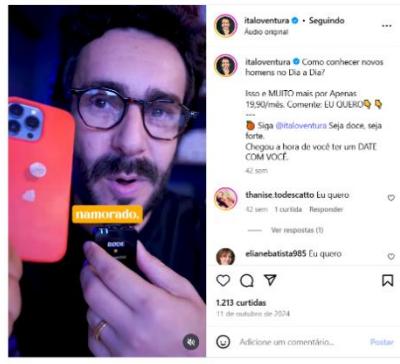
No fim das contas, Ítalo Ventura não seria exatamente um coach Red Pill, pelo menos, não no modelo agressivo e misógino dos gurus da virilidade. Mas é, sem dúvida, uma versão elegante, sentimental e algorítmicamente refinada da mesma ideologia e lógica relacional. Sua “quebra do código masculino” funciona menos como subversão e mais como adaptação ao dizer que uma mulher bem resolvida é aquela que sabe se vender com valor. E, de preferência, com uma frase mágica pronta para ser disparada no WhatsApp. Ele encarna a virada emocional da masculinidade digital, oferecendo uma narrativa redentora que combina espiritualidade pop, técnica emocional e estética clean. Seu universo é de “famílias felizes e de alto valor”, de conexões profundas com pitadas de neurolinguística, e de empoderamento feminino calibrado para agradar aos olhos masculinos.

⁵⁶ Matérias sobre heteropessimismo: Disponível em:
<https://revistamarieclaire.globo.com/comportamento/noticia/2023/06/heteropessimismo-frustracao-relacionamentos-heterossexuais.ghtml>
Disponível em: <https://www.uol.com.br/flash/?c=65992a321a9edf198a846e591a8f29120250804>
Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-60843147>

Este mix de técnicas esvaziadas de sentido fica claro em seus posts a serem analisados a seguir:

4.1.1 Como conhecer novos homens no Dia a Dia?

Figura 10 - Reels em resposta a box de pergunta, postado em 11/10/2024 (até agosto de 2025), 50,3 mil views, 2 mil interações, íntegra do post.



Fonte: Instagram⁵⁷

Como conhecer homens novos no dia a dia? Se você estivesse lá atrás, a ideia seria só uma. Seria para um café, para uma discoteca, ou para um bairro. Hoje, o seu futuro namorado mora aqui" (mostra o iPhone para a câmera). 70% dos relacionamentos vão acontecer de forma online. Quero saber se você vai estar dentro dos 70% ou dos 30%. Eu te recomendo muito estar dentro dos 70%, sabe por quê? Porque te facilita a vida. Agora, você pode falar: minhas experiências foram ruins. Pois é, aqui é um oceano vermelho. Tem muito homem, tubarão, que só quer se aproveitar. Mas se você soubesse se posicionar da forma certa, se blindar desses interesseiros, é capaz que você encontre o seu. Eu te repito: o melhor lugar para encontrar o seu amor, independente da idade, é aqui (mais uma vez mostrando o celular como metáfora do espaço amoroso). Você vai ter uma amiga que há 30 anos atrás quase conheceu seu namorado online. Quando o online nem era o online. Veja bem, né? Aprenda a usar esse bichinho aqui a seu favor. O que eu te recomendo? Te recomendo a série 'Criando um Perfil Irresistível'. Eu te recomendo, te recomendo a série 'Criando um Perfil Irresistível'. A série número 8. A série número 3, 'Conversas que Colam', para você aprender a conversar. E a série número 6, 'Como Conquistar um Homem de Alto Valor'. Se você quiser assistir essas séries, digita 'eu quero' ou toca no link. E no mais, você tem que ser uma laranja inteira, doce e forte.

A fala de Ítalo Ventura se apresenta como um convite didático e informal para que as mulheres reformulem sua abordagem afetiva e se insiram de maneira estratégica no mercado digital de relacionamentos. Ao afirmar que "hoje, o seu futuro namorado mora aqui", enquanto aponta para o iPhone que segura diante da câmera, o coach mobiliza um gesto simbólico impiedoso da pós-modernidade: o deslocamento

⁵⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/DA_5AbyNMLt/

do afeto para o espaço digital, consagrando o aparelho celular como novo totem relacional contemporâneo, ou, sob a lente da psicologia arquetípica, como um objeto sagrado do campo imaginal amoroso atual.

Nesse gesto, observamos o “amor líquido”, cunhado por Zygmunt Bauman (2004): relações frágeis, instáveis e marcadas pela efemeridade, nas quais o vínculo é constantemente ameaçado pela lógica do descarte. Para Bauman, as conexões humanas na modernidade líquida tornam-se frágeis porque a durabilidade cede lugar à funcionalidade, e o medo da dependência ou do sofrimento afetivo leva os sujeitos a optar por vínculos fáceis de desfazer. O celular, nesse contexto, não é apenas um meio de comunicação, mas um terminal simbólico de uma afetividade precarizada, onde o outro pode ser facilmente deslizado para o lado, silenciado ou substituído. Byung-Chul Han (2015) amplia esse diagnóstico ao afirmar que, na sociedade da positividade e da transparência, “o outro desaparece enquanto tal”, sendo substituído por versões otimizadas e espelhadas de si mesmo. Nas plataformas digitais de afeto, como Tinder, Instagram etc., e até os conteúdos produzidos por Ventura onde não nos deparamos com a alteridade radical do outro, mas com uma vitrine de possibilidades compatíveis, algorítmicamente moldadas para não nos confrontar e enfraquecer o Eros⁵⁸:

A comunicação digital enfraquece o Eros. Este pressupõe a distância, a negatividade da alteridade. Mas a positividade da comunicação digital elimina toda negatividade. A alteridade é reduzida à mesmidade. O Eros é uma forma de relação com o outro como outro. A comunicação digital, ao contrário, é predominantemente narcisista. Ela não tolera o outro em sua alteridade, mas o reduz ao mesmo. O digital facilita o contato, mas não o encontro (Han, 2015, p. 12-13).

Assim, o gesto de Ventura não é apenas pragmático ou ilustrativo, mas performático que consagra o smartphone como altar portátil do amor contemporâneo, em que a conexão com o outro se torna uma transação imagética, modulada por filtros, métricas de engajamento e critérios de compatibilidade superficial. O “homem certo” não é mais encontrado em um percurso relacional vivido, mas revelado pela curadoria algorítmica e, paradoxalmente, ofertado por um guru digital que vende promessas de afeto em meio ao ruído do consumismo emocional tão estimulado pelo capitalismo e em particular o marketing digital.

⁵⁸ “Eros é o princípio que une e mantém juntos; não é apenas um impulso sexual, mas a própria função da alma de se ligar a algo ou alguém” (Hillman, 1984, p. 96).

O amor deixa de ser processo, imagem para se tornar algoritmo, ou a partir de Foucault (2008), a emergência de uma nova forma de poder que não mais se impõe via instituições repressoras, mas pela interiorização de normas de conduta e pelo uso estratégico da tecnologia para gerir a própria sexualidade e os vínculos afetivos. A retórica utilizada por Ítalo Ventura está carregada de termos como “facilita a vida”, “se posicionar da forma certa”, “se blindar”, “criar um perfil irresistível”, “conversas que colam”, “como conquistar um homem de alto valor”. Esses enunciados são indicativos de um campo no qual o amor não é mais entendido como experiência transformadora, mas como produto de performance, marketing pessoal e valor de troca. A mulher é convocada a entrar no “oceano vermelho”⁵⁹, onde nadam os tubarões dos aplicativos de relacionamento. Nesse ambiente competitivo, onde o risco de ser ferida é alto, o caminho proposto é a profissionalização emocional e estética. O que se oferece aqui não é o amor, mas a gestão do amor. O que se promove não é o encontro, mas a preparação estratégica para a vitrine emocional.

O uso da imagem da “laranja inteira, doce e forte” reforça esse signo mercantilizado ao indicar a ideia de uma mulher autossuficiente e emocionalmente bem resolvida, mas isso não é sinônimo de liberdade ou autenticidade. Ao contrário, como observa Jung (2013), a busca pela completude muitas vezes encobre o impulso de mascarar a sombra, de suprimir o conflito interno, de evitar o mergulho necessário no inconsciente. Ser “uma laranja inteira” pode, nesse contexto, significar a adesão a uma imagem inflada de si mesma a partir das exigências externas do mercado amoroso. Essa mulher não sonha, não falha, não é habitada por contradições, ela é funcional, vendável e adaptada.

Evidencia-se, então, a presença de um complexo cultural do feminino resolvido⁶⁰. A mulher que se encaixa nesse complexo é aquela que sabe se comportar, sabe se valorizar, sabe seduzir, sabe esperar, sempre sob a ótica de uma racionalidade emocional formatada. Trata-se de um imaginário social que impõe à mulher o papel de empreendedora de sua afetividade, onde até a espontaneidade deve ser treinada. Esse complexo reforça estereótipos de controle que se manifesta

⁵⁹ Conceito da área de estratégia empresarial, descrito no livro *A Estratégia do Oceano Azul*, de W. Chan Kim e Renée Mauborgne (2005). Ele representa mercados já existentes, altamente competitivos, onde empresas lutam entre si por participação de mercado. O vermelho é uma alegoria do sangue derramado na disputa feroz entre concorrentes.

⁶⁰ Para Silva e Serbena (2021), os complexos culturais são formadores de subjetividades e moldam os modos de sentir, pensar e agir de forma coletiva, instaurando normas de comportamento afetivo.

no feminino como uma voz crítica, exigente, autoritária e aqui camuflada sob o discurso de "saber se posicionar".

A fala também se insere no regime diurno do imaginário (Durand, 2019). Trata-se da valorização da clareza, do foco, do caminho seguro, da separação entre bem e mal, certo e errado. O amor, nesse discurso, deve ser racionalizado, protegido contra os erros e construído com base em estratégias eficazes. O ideal de entrega, descontrole, ambivalência, de Eros, elementos que pertencem ao regime noturno do imaginário, ligado ao feminino, lunar e às imagens do inconsciente são rechaçados em favor de uma lógica solar, ascensional, de conquista.

Essa dissociação entre os dois regimes compromete a totalidade simbólica do feminino, favorecendo apenas suas formas adaptadas à rationalidade patriarcal e performativa. Em Hillman (1997), a erosão da alma ocorre justamente quando a estereotipia toma conta de seu campo simbólico e instrumentaliza para reforçar o ego idealizado. A mulher que aprende a “criar um perfil irresistível” e a “conquistar um homem de alto valor” não está elaborando Eros, mas técnica e estrategicamente simulando o Eros que o outro deseja ver. O animus⁶¹, aqui, não age como mediador interior, mas como modelo de conduta exterior, introjetado sob a forma de algoritmo, coach e tutorial. A alma é empurrada para o plano do cálculo. Hillman (2005) propõe que, ao invés de nos curarmos por meio de estratégias, deveríamos cultivar as imagens em nós, escutá-las, vivê-las, sofrer por elas e não as organizar para atrair seguidores ou parceiros.

O gesto de Ítalo Ventura, ao mostrar o celular, reforça o papel da tecnologia como meio de regulação do desejo e da construção do que deveria ser o imaginário relacional, estereotipando-o na mediosfera, como dito a partir de Contrera (2010), a cultura digital não apenas media, mas produz este amor, decide como ele deve parecer, qual é seu timing, seu formato, sua linguagem. Amar passa a ser algo que se aprende por meio de séries, vídeos, algoritmos e treinamentos. A mulher é convidada a transformar o celular em oráculo, em ferramenta de autovalorização, em templo portátil da autoestima. O “bichinho”, citado na fala, com afeto e ironia, é o instrumento

⁶¹ Para Jung (2012), o ânus é a personificação das qualidades masculinas no inconsciente feminino, assim como a ânima representa o feminino no inconsciente do homem. Ambos são arquétipos que expressam o princípio do outro interno, ou seja, a imagem inconsciente do sexo oposto presente na psique individual. “A mulher possui o ânus, uma personalidade masculina inconsciente, e o homem possui a ânima, uma personalidade feminina inconsciente. Essas figuras não são meramente restos das experiências vividas com os pais, mas são arquétipos eternos que prefiguram nossa experiência” (Jung, 2013a, p. 190).

mágico da nova iniciação afetiva. E como em todo rito de iniciação, há um preço simbólico a pagar: a perda da espontaneidade, da alteridade, da experiência caótica e viva do encontro com o outro.

Podemos considerar que os seres da Noosfera, de natureza arquetípica, sofrem um tratamento de tal modo estereotipador nas produções mediáticas que a redução simbólica realizada gera um universo próprio que gradativamente se afasta de suas raízes originais de referência, gerando ‘seres do espírito’ pertencentes a uma esfera própria, a Mediosfera (...), cresceu e inflou titanicamente de modo a vampirizar aos poucos a energia dos outros conteúdos da Noosfera, pressionando os limites da primeira por dentro (Contrera, 2010, p. 63).

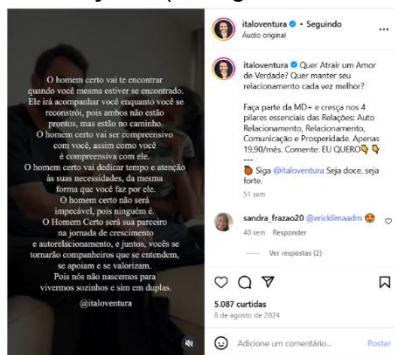
Esse aprendizado afetivo sob a égide do celular se amolda à lógica de massificação e redução simbólica que caracteriza a mediosfera: o amor passa a ser um simulacro de si mesmo, uma imitação destituída de profundidade, uma performance de alma fabricada sob pressão estética e narrativa. O próprio uso insistente da primeira pessoa em “eu te recomendo”, “eu te repito” e “eu quero que você entre nos 70%” coloca o coach no lugar de figura paterna simbólica, portadora da verdade sobre o amor e orientadora da trajetória emocional da mulher. Há, portanto, uma verticalização da escuta: não se trata de construir um caminho subjetivo de reconhecimento do desejo, mas de obedecer às instruções de quem já sabe. Isso reforça, conforme Foucault (2008), a estrutura da governamentalidade contemporânea, na qual o saber se converte em poder e o “especialista do eu” (coach, influencer, terapeuta de performance) assume a função de orientar o indivíduo para que ele performe corretamente sua existência.

Ao final da fala, quando Ítalo Ventura diz que a mulher deve ser “uma laranja inteira, doce e forte”, ele amarra todas essas estruturas simbólicas em uma imagem alimentada por séculos de idealização do feminino. A laranja, fruta indivisível, representa aqui o ideal da inteireza. Mas é uma inteireza definida pelos olhos do outro: doce o suficiente para agradar, forte o suficiente para resistir, inteira o suficiente para não precisar. No entanto, como nos lembra Jung, “o encontro com si mesmo significa, antes de tudo, o encontro com a própria sombra” (Jung, 2013a, p. 9), e não com a própria vitrine. A mulher apresentada nesse discurso é uma mulher formatada, higienizada, estrategicamente posicionada para atender à expectativa de um amor idealizado, que ela não vive, mas encena.

O amor, assim, deixa de ser um acontecimento e passa a ser um projeto. O Eros é substituído pelo pitch⁶² de venda. E o celular, objeto-símbolo dessa nova ordem, torna-se o espelho em que se constrói o rosto aceitável do desejo. Um rosto que olha para o outro apenas quando já está pronto para ser aceito.

4.1.2 Quer atrair um amor de verdade?

Figura 11 - Reels apenas com texto e música, postado em 08/08/2024 (até agosto de 2025), 127 mil views, 5,5 mil interações, (até agosto de 2024), íntegra do post.



Fonte: Instagram⁶³

O homem certo vai te encontrar quando você mesma estiver se encontrado. Ele irá acompanhar você enquanto você se reconstrói, pois ambos não estão prontos, mas estão no caminho. O homem certo vai ser compreensivo com você, assim como você é compreensiva com ele. O homem certo vai dedicar tempo e atenção às suas necessidades, da mesma forma que você faz por ele. O homem certo não será impecável, pois ninguém é. O homem certo será seu parceiro na jornada de crescimento e auto relacionamento, e juntos, vocês se tornarão companheiros que se entendem, se apoiam e se valorizam. Pois nós não nascemos para vivermos sozinhos e sim em duplas.

Este post tem um dos núcleos discursivos mais latentes no conteúdo de Ítalo Ventura: a noção de “parceria afetiva evolutiva”, ou seja, a ideia de que um relacionamento saudável só será possível quando ambos os envolvidos estiverem “no caminho do autoconhecimento”. A fala começa com a promessa de que “o homem certo vai te encontrar quando você mesma estiver se encontrado”. Essa estrutura condicional reforça um modelo de espera meritocrática do amor, na qual a mulher

⁶² O pitch é uma apresentação objetiva e sucinta, com o propósito de despertar o interesse de um potencial investidor ou parceiro em relação a uma proposta de negócio. Seu conteúdo deve ser estruturado de forma clara e convincente, destacando os principais pontos da ideia, como o problema identificado, a solução proposta, o modelo de negócio, o mercado-alvo e o diferencial competitivo. O maior desafio é apresentar tudo isso em poucos minutos, de forma que desperte a curiosidade e o desejo de saber mais (Dornelas, 2008, p. 135).

⁶³ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C-aY78wtwtR/>

precisa, antes de tudo, se curar, se valorizar, se tornar plena, para então “atrair” o homem certo.

Essa lógica ecoa o princípio neoliberal da performance subjetiva. A felicidade relacional não é mais um encontro casual ou misterioso, mas um efeito da gestão correta de si. Com base em Foucault (2008), na racionalidade neoliberal, o sujeito é governado por si mesmo, pois sua subjetividade é um empreendimento que deve dar lucro; e o afeto, nesse contexto, torna-se uma espécie de capital emocional. Em Pierre Bourdieu (1986), o capital simbólico é definido como a forma que o capital (econômico, cultural ou social) assume quando é percebido e reconhecido como legítimo. Trata-se de um recurso de prestígio, honra ou reputação que, embora intangível, possui valor de troca em campos sociais específicos. Transpondo essa lógica para o campo das relações amorosas mediadas pelo mercado digital, podemos pensar no capital emocional como a acumulação de atributos afetivos, narrativas e performances que conferem valor a um indivíduo na “economia do desejo”. Ventura mobiliza isso ao sugerir que o amor deixa de ser graça e passa a ser merecimento.

Contudo, diferentemente dos coaches Red Pill mais agressivos, Ventura suaviza o discurso com elementos de reciprocidade e empatia: “o homem certo vai ser compreensivo com você, assim como você é compreensiva com ele”. Aqui, articula-se um ideal de simetria emocional, aparentemente progressista, que visa desconstruir a ideia padrão do “homem forte e frio”. No entanto, esse ideal não rompe com os papéis de gênero normativos, apenas os reformula num novo vocabulário, em que a mulher ainda é responsável por atrair, transformar, curar e sustentar emocionalmente o outro. O “homem certo” é, no fundo, aquele que estará disposto a acompanhá-la enquanto ela se melhora, com paciência e recursos financeiros. Ele ainda é a recompensa, a confirmação, o fim da jornada.

A fala resvala com a ideia junguiana do arquétipo da anima em busca da integração com o animus, mas aqui invertido: a mulher não projeta no homem apenas seu ideal, mas o coloca como meta de sua autorrealização. Ventura mobiliza esse encontro de forma didática, quase instrumental, ao propor um “parceiro de caminhada” que não tem falhas significativas, apenas “não está pronto ainda”. O homem certo é descrito não como sujeito com sombra, mas como um espelho aperfeiçoável. Falta-lhe, nessa imagem, o conflito, a tensão entre seus próprios opostos.

Para Hillman (1994), esse tipo de discurso é sintoma do “imaginário terapêutico moderno”, em que o amor é visto como espaço de cura mútua, enquanto os afetos

mais complexos, como o desejo, a ambivalência, o sofrimento etc., são racionalizados e higienizados. Ventura apresenta o casal ideal como “companheiros que se entendem, se apoiam e se valorizam”. Não há espaço para o caos, a pluralidade, o luto do desejo. O amor, nesse modelo, torna-se uma pedagogia de aperfeiçoamento mútuo, mas sem tragédia, sem abismo.

A frase final “nós não nascemos para vivermos sozinhos e sim em duplas” recodifica um imperativo social: estar em casal é o destino natural do ser humano. Aqui, Ventura flerta diretamente com o ideal “romântico tradicional”, ao mesmo tempo que o reveste de linguagem contemporânea. O discurso de Ventura se mantém majoritariamente na superfície iluminada, prometendo harmonia e reciprocidade sem enfrentar as zonas de sombra que marcam qualquer vínculo afetivo.

Em Durand (2019), esse tipo de narrativa amorosa pertence à estrutura diurna do imaginário, marcada pela busca de clareza, equilíbrio, simetria e superação. O par idealizado (a “dupla”) é uma encarnação da conjunção dos opostos, mas sem conflito alquímico. Falta, portanto, a tensão da verdadeira transformação simbólica, que só ocorre quando os opostos se trabalham no nível profundo da psique. Ventura oferece a forma, mas neutraliza a tragédia.

Essa idealização romântica embalada em termos terapêuticos é altamente eficaz na lógica da plataformização do afeto. Como observa Dijck (2018), as plataformas operam por meio de modelos de engajamento emocional altamente previsíveis, oferecendo soluções rápidas e personalizadas para dores existenciais complexas. O amor é plastificado, organizado em passos e métodos, como no método MAV. Ao dizer que o homem certo virá “quando você mesma estiver se encontrado”, Ventura não apenas reforça a lógica do merecimento, mas também oferece a si mesmo e seus produtos como o atalho seguro para esse reencontro.

Ventura reafirma a estrutura da narrativa Red Pill em uma versão reformada da misoginia: o amor ainda é um prêmio, e o valor da mulher ainda precisa ser proposto, reforçado, autenticado e aprovado. O homem certo só aparece quando a mulher se torna a versão certa de si. E quem define esse parâmetro é o próprio discurso que promete libertá-la.

4.1.3 Como conquistar um HAV (homem de alto valor)?

Figura 12 - Reels video-selfie “Isso que uma Mulher de Alto Valor vai fazer” postado em 17/08/2024, 36,9 mil visualizações. 13 mil interações, (até agosto de 2025), íntegra do post.



Fonte: Instagram⁶⁴

Uma Mulher de Alto Valor consegue sustentar uma vida de alto valor. O que é uma vida de alto valor? É aquela vida onde você não está pronta. Você não tem que estar nadando no dinheiro. Você não tem que estar com a barriga trincada. Você não tem que estar bebendo bebida de guarda-chuvinha em Cancún. Não é isso. Você tem que estar no caminho. Você já tem que estar feliz. Você com você — isso é solidão. Você precisa estar com o coração cicatrizado, higienizado, cauterizado. Você precisa ter uma visão de vida de alto valor e estar caminhando pra essa visão. Caminhar pra essa visão não é ficar mexendo no Instagram, no TikTek(sic.), vendo que fulano separou, que fulano isso, xingando fulano na internet, fazendo picuinha. É assim que você conquista um relacionamento de alto valor: caminhando, já tendo claro pra onde você quer ir.

Uma Mulher de Alto Valor conseguir sustentar uma vida de alto valor representa um desdobramento específico do discurso Red Pill, voltado ao público feminino. Trata-se de uma forma contemporânea de interpelar as mulheres a partir dos mesmos princípios ideológicos que regem o Red Pill masculino: meritocracia emocional, autogerenciamento afetivo, racionalização dos vínculos e valoração de mercado dos sujeitos.

Esses quatro elementos articulam uma pedagogia afetiva que reposiciona o amor no campo das lógicas neoliberais e mercadológicas. Na meritocracia emocional, a mulher é convocada a provar seu “valor” por meio de desempenho afetivo e autoinvestimento contínuo, transformando o encontro amoroso em recompensa pelo mérito pessoal. Para Han (2017, p. 29), “o sujeito neoliberal é empresário de si mesmo. Ele é senhor e escravo ao mesmo tempo. A própria liberdade é transformada

⁶⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C-xHcY4xOR5/>

em instrumento de dominação". O autogerenciamento afetivo implica a internalização de um controle permanente sobre emoções e expectativas. No *animus* desintegrado, Jung (2012, p. 25) observa que "ele é uma convicção interior, uma força autônoma que pode tomar posse da mulher", o que aqui se traduz em narrativas internalizadas de exigência e autocontrole. A racionalização dos vínculos traduz o relacionamento em cálculos utilitaristas de custo-benefício, afastando-o do regime noturno do imaginário. Durand (2019, p. 67) lembra que "o regime noturno resiste à linearidade lógica e à transparência do conceito", sendo o lugar da ambiguidade, da metamorfose e do mistério, ou o que exatamente é suprimido no discurso Red Pill. Por fim, a valoração de mercado dos sujeitos aplica ao campo amoroso a lógica do capital simbólico. Para Bourdieu (1989, p. 142), "o capital simbólico é qualquer propriedade quando percebida e reconhecida como legítima", o que significa que atributos físicos, culturais e sociais funcionam como ativos que aumentam o prestígio e a "negociabilidade" da pessoa. O resultado é a conversão do afeto em um projeto estratégico de otimização de si, alinhado ao imaginário midiático da *mediosfera* (Contrera, 2010), que não apenas media, mas modela a forma e o *ethos* de como o amor deve ser sentido, exibido e validado.

No entanto, aqui a retórica é envolta em um vocabulário motivacional e aparentemente empoderador, o que contribui para a sofisticação de sua função disciplinadora. A mulher não é, nesse caso, denunciada ou desqualificada como acontece nos discursos Red Pill masculinistas, ao contrário, é convocada a se "tornar digna" de um relacionamento de alto valor, desde que corresponda às expectativas de um parceiro idealizado.

A estrutura dessa narrativa revela o modo como a lógica neoliberal se infiltra nos afetos e na constituição subjetiva. A mulher é chamada a gerir sua dor, sua solidão e seus desejos como quem administra uma empresa: higienizando, cauterizando, cicatrizando o coração para manter-se no "caminho" de uma vida de alto valor. Essa concepção de subjetividade como empresa de si não permite desvios, fracassos ou hesitações, apenas convoca a mulher a desenvolver uma forma de resiliência emocional que não acolhe o sofrimento como potência transformadora, mas o entende como obstáculo. Em diálogo com Edgar Morin (2011) e a complexidade da vida humana, a simplificação dos afetos em trajetórias previsíveis, como as oferecidas por esse tipo de discurso, tende a amputar a experiência humana de seu caráter trágico, ambíguo e contraditório. A mulher idealizada nesse modelo, portanto, não é alguém

que enfrenta a vida em sua inteireza, mas alguém que “está no caminho certo”, que “já tem clareza sobre o que quer”, ou seja, uma representação não exatamente estereotipada, mas simplificada e funcional do feminino.

Nesse contexto, o que está em jogo é o funcionamento de um complexo cultural (Silva; Serbena, 2021) em torno da figura da “Mulher de Alto Valor”. Esse complexo articula uma imagem socialmente compartilhada de um tipo feminino idealizado, emocionalmente imperturbável, seletivo e autocentrado. Essa mulher não se mistura ao “ruído” das redes sociais, não se envolve com picuinhas, não perde tempo com o mundo exterior: ela está focada, organizada, limpa emocionalmente. É a Virgem Sábia, agora capturada por uma lógica meritocrática, em que o valor da mulher está diretamente associado à sua capacidade de se manter distante das emoções desreguladas e das experiências caóticas do mundo. A própria linguagem utilizada na fala reforça esse ideal de assepsia emocional. Expressões como “coração cicatrizado, higienizado, cauterizado” evocam uma visão médica da subjetividade, em que as feridas emocionais devem ser neutralizadas, e não elaboradas. Essa perspectiva dialoga diretamente com a recusa da sombra, como formulado por Jung (2013a), para quem a integração da sombra, isto é, dos aspectos negados e reprimidos da personalidade, é condição indispensável para o desenvolvimento psíquico. Ao exigir que a mulher esteja emocionalmente resolvida, o discurso não permite espaço para o inconsciente, para a contradição, para o ambivalente, tudo aquilo que, segundo Jung (2013a), constitui o dinamismo da alma. Mais do que isso, ao apresentar a “solitude” como uma conquista desejável, o discurso não está exaltando a liberdade interior, mas promovendo um tipo de isolamento estratégico: uma mulher que se basta, mas não por estar inteira em si, e sim por estar suficientemente limpa, cicatrizada e autogerida para ser desejada.

A “crítica embutida” às redes sociais também revela outro aspecto importante desse discurso. Quando a fala condena a mulher que “fica mexendo no Instagram, no TikTok, vendo que fulano separou, xingando fulano na internet, fazendo picuinha”, o discurso articula uma pedagogia do silêncio e da contenção. Trata-se de uma forma contemporânea de controle dos corpos e da expressão feminina, agora internalizada sob o discurso da maturidade e do valor. Para Contrera (2010), o imaginário contemporâneo é profundamente moldado pela mediosfera, isto é, pelas camadas simbólicas construídas no e através dos meios de comunicação. Ao condenar a mulher que se expressa nas redes, o discurso não apenas reforça uma ética da

contenção, mas também naturaliza a ideia de que a verdadeira mulher de valor é aquela que aparece pouco, que se recolhe, que observa sem reagir. É o velho ideal do mistério feminino revestido de discurso estratégico: a mulher como algo a ser conquistado porque tem de ser inacessível, limpa e valiosa.

Finalmente, é possível compreender que a mulher descrita nessa fala não se constitui a partir de si mesma, mas a partir de um animus negativo, socialmente projetado. Jung (2013a) aponta que o animus, quando não integrado, atua como uma força autônoma e autoritária, muitas vezes, mascarada de sabedoria. Aqui, o animus assume a forma de uma voz disciplinadora que exige da mulher um comportamento alinhado com o desejo masculino idealizado. A mulher não é chamada a amar, mas a se tornar digna de amor. Não se trata de uma jornada de individuação, mas de uma jornada de performance. A “Mulher de Alto Valor” é, nesse sentido, o resultado de uma pedagogia Red Pill disfarçada de empoderamento: alguém que internalizou o olhar masculino normativo e passou a se policiar para corresponder a ele.

Conforme Jung (2013, p. 69), “a psicologia não pode prescindir da imagem simbólica, pois é nela que reside o dinamismo da alma”. E é justamente na imagem da Mulher de Alto Valor que se revela um imaginário simbólico contemporâneo: uma mulher que foi despojada de sua sombra, ajustada à lógica da produtividade e autossuficiência emocional, e que, no fim das contas, foi convocada a se tornar desejável para um homem que, por sua vez, também se imagina como “de alto valor”. Trata-se, assim, de uma captura do feminino por uma lógica de mercado afetivo que esvazia a alteridade, o encontro e o Eros de sua potência criadora.

4.1.4 Homens precisam sentir que merecem sua companhia

Figura 13 - Reels em resposta a box de pergunta “É verdade que homem só quer mulher difícil?”,postado em 11/10/2024, 103 mil views. 2.1 mil interações, (até agosto de 2025)



Fonte: Instagram⁶⁵

O homem precisa desse sentimento de merecimento. Eu fui lá, encontrei e conquistei algo. Não foi me dado aquilo, foi conquistado. O ser humano é assim — ele só valoriza aquilo que foi conquistado. Quantas coisas de graça você já recebeu e não fez nada? Você ganhou um livro de graça, você estudava numa escola, seus pais pagavam, pra você era de graça, e você não valorizou. Problema do ser humano, né? Então o homem gosta de mulher que tem uma vida de alto valor. Eu tenho um protocolo de 21 dias de auto relacionamento que tá liberado dentro do meu programa Melhor Date Plus. Toca em 'Saiba Mais' pra acessar ele agora.

Ao afirmar que “o homem precisa desse sentimento de merecimento” e que ele só valoriza aquilo que foi conquistado com esforço, evidencia-se um dos pilares simbólicos mais antigos e persistentes da construção da masculinidade ocidental: o guerreiro conquistador. Essa estrutura imaginal, ainda que atualizada em linguagem de autoajuda e marketing digital, remonta à organização diurna do imaginário que:

se estrutura em torno da separação, da atividade, da luta contra a resistência e do domínio sobre o objeto. A agressividade, a ascensão e a purificação são seus temas dominantes. Ele privilegia o herói, o guerreiro, o asceta, todos aqueles que se impõem ao mundo pela força da vontade e pela clareza da consciência (Durand, 2001, p. 122).

A mulher, nesse contexto, torna-se esse objeto a ser conquistado, longe até de ser sujeito de desejo, mas um troféu que valida a virilidade do homem. Esse ideal de masculinidade que valoriza a escassez e o esforço como critérios de mérito é

⁶⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DFyo6jDPyoC/>

reforçado por analogias comuns no discurso neoliberal: “livros que você ganha de graça e não lê”, “escola paga pelos pais que você não valoriza”, “coisas que são dadas e não reconhecidas”. Ou seja, aquilo que vem fácil não tem valor, e isso se aplica também aos relacionamentos. O amor, portanto, é reconfigurado como um bem escasso que precisa ser merecido, reforçando uma lógica meritocrática e performática da afetividade. O homem só se sente conectado à mulher se ela representar um bem escasso, algo que foi conquistado por mérito, e não oferecido gratuitamente, pois a gratuidade ameaça a masculinidade baseada no esforço e na luta. A mulher “de alto valor”, portanto, é a mulher que impõe barreiras, que não se entrega facilmente, e que exige uma espécie de currículo emocional do parceiro. Mais uma vez, o amor é convertido em investimento e o desejo em competição.

No plano simbólico, essa configuração não apenas reforça o complexo cultural patriarcal da “conquista masculina”, como se vale de narrativas arquetípicas sobre o herói, o caçador, o cavaleiro. Trata-se da manutenção de um “imaginário patriarcal” onde o homem se afirma pelo domínio sobre o outro, o mais fraco, neste caso, sobre a mulher:

A psique masculina tradicional se formou em torno da tarefa de conquistar, de definir, de estabelecer hierarquias. E isso criou uma sombra enorme, especialmente em tudo aquilo que não pode ser controlado: o amor, a emoção, o feminino. A dificuldade em lidar com esses domínios fez com que fossem frequentemente relegados à mulher, ao inconsciente, à irracionalidade, como se não pertencessem também ao homem. Assim, o masculino empobrece, pois nega a si mesmo partes essenciais da alma (Hillman, 1997, p. 61).

Ao afirmar que o homem precisa merecer a mulher, Ventura não apenas reforça esse processo, como oculta sua sombra: o medo da entrega, da reciprocidade, da vulnerabilidade. Esse tipo de construção se insere na lógica do discurso Red Pill, em que o valor da mulher é sempre associado à sua inacessibilidade, e o valor do homem à sua capacidade de superação e conquista. Isso acontece porque, no discurso Red Pill e na narrativa patriarcal como um todo, a inacessibilidade feminina funciona como um marcador de escassez e, portanto, de valor. Quanto mais difícil de ser “alcançada”, mais a mulher é percebida como portadora de um capital simbólico raro, no sentido de Bourdieu (1989), que precisa ser conquistado. Essa construção deriva de arquétipos diurnos do imaginário (Durand, 2019), que se estruturam “em torno da separação, da atividade, da luta contra a resistência e do domínio sobre o objeto” (p.

122). Nesse contexto, a mulher é posicionada como “território” a ser tomado, e sua resistência aumenta o prestígio do homem que a obtém.

A Mulher de Alto Valor não é aquela que ama, que acolhe ou que se conecta, mas aquela que testa, que resiste, que exige provas. A afetividade, assim, é convertida em jogo de poder. O homem só se sente homem se sentir que mereceu. A mulher só é valorizada se parecer inalcançável. Trata-se de uma pedagogia do amor baseada no conflito e na escassez. O cume dessa lógica aparece quando Ventura insere sua oferta de conteúdo digital: um “protocolo de 21 dias de auto relacionamento” disponível em seu programa “Melhor Date Plus”. Aqui, a afetividade torna-se produto, e o caminho para tornar-se uma Mulher de Alto Valor passa por uma série programada de etapas, como se fosse possível alcançar a inteireza emocional em três semanas de prática orientada. A mulher deve se tornar valiosa, mas dentro de uma moldura de conteúdo, de curso, de desafio, de sequência de vídeos que otimizam sua personalidade para consumo.

O mais sintomático, porém, é a forma como a fala termina abruptamente, com a frase “o homem, ele precisa”. O sujeito masculino é posicionado como o centro da narrativa. Ele precisa. Ele conquista. Ele valoriza. A mulher, por sua vez, aparece apenas como recurso para que esse homem realize sua travessia heroica rumo ao reconhecimento de si. Como afirma Jung, “a feminilidade é frequentemente reduzida a uma função, e não reconhecida como portadora autônoma de alma” (Jung, 2013, p. 78). A fala de Ventura reafirma essa função: a mulher não é um fim em si mesma, mas um espelho que valida a virilidade masculina.

A fala sobre o merecimento revela um núcleo fundamental do postulado Red Pill: a crença de que o amor precisa ser condicionado pela escassez, que o vínculo só tem valor se for difícil, de que o masculino precisa ser permanentemente validado pela conquista e que isso torna a tarefa dos homens de alto valor hercúlia. Ao colocar o afeto sob a lógica da meritocracia, Ventura não apenas precariza a experiência amorosa, mas também captura a subjetividade feminina em uma narrativa de adequação e vigilância. O que se apresenta como uma orientação emocional é, na verdade, uma atualização simbólica da pedagogia patriarcal do desejo⁶⁶.

⁶⁶ A pedagogia patriarcal do desejo é o processo histórico e cultural por meio do qual o patriarcado instrui e regula a subjetividade feminina, moldando seus objetos e modos de desejo de acordo com valores que sustentam a dominação masculina. Essa pedagogia não apenas dita o que é desejável, mas também quem deve desejar e como deve fazê-lo, inscrevendo na experiência afetiva e sexual normas de gênero que reproduzem relações assimétricas. Como afirma Jessica Benjamin (1988, p.

4.1.5 Chamar para sair sem ser interesseira

Figura 14 - Reels em resposta a box de pergunta “homens não fazem mais convite para sair, ficam só enrolando até querer vir na sua casa”, postado em 28/02/2024, 140 mil visualizações, 32 mil interações, (até agosto de 2025)



Fonte: Instagram⁶⁷

Os homens não estão fazendo convite. Olha, talvez ele só não esteja interessado. Mas eu quero te dar uma dica. Porque o homem que quer, ele dá um jeito. O homem que não quer, ele dá uma desculpa. Mas melhor do que ficar esperando o homem te convidar pra sair, é você usar os gatilhos certos ou convidar ele pra sair. Tem formas de você convidar ele pra sair sem ser interesseira. Forma indireta: 'Nossa, o que você acha desse restaurante novo?' Forma semidireta: 'Tô pensando em ir lá qualquer dia. O que você acha?' Ou então direta: 'Sexta-feira, você tá fazendo o quê?' Eu nunca vi ninguém morrer por chamar alguém pra sair. Pelo contrário. Só tenho relato muito bonito e que pode virar até um namoro. O primeiro passo pra você se relacionar é uma conversa. Então não fica esperando, não. Porque quando você espera, vai vir o homem que veio. Quando você manda, você tá escolhendo. E eu quero que você escolha, que tenha o poder de quem você quer se relacionar. Se você quiser saber mais de como fazer um flerte virar namoro, digita aí 'eu quero' aqui. Vou te mandar um convite pro meu evento 'Do flerte ao namoro'. Eu quero.

“O homem que quer, dá um jeito; o que não quer, dá uma desculpa” é um enunciado que abre algumas frentes bem problemáticas. Primeiramente e mais simplória, funciona como um mantra motivacional muito usado no marketing digital como um dispositivo retórico próprio da pedagogia neoliberal, no qual o sucesso é reduzido à força de vontade individual e o fracasso é moralizado como falta de empenho. Utilizada por figuras como Érico Rocha e outros “infoprodutores” que se valem da retórica do “sucesso ao alcance de todos” para engajar e converter público. Essa fala funciona como mecanismo de eliminação de objeções e de mobilização do consumo: quem compra ou adere à proposta comprova que “quer de verdade”; quem

77), “a dominação priva tanto o dominador quanto o dominado do reconhecimento. A polaridade de gênero priva as mulheres de sua subjetividade e os homens de um outro que os reconheça”.

⁶⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C35LG2egWSR>

não o faz é enquadrado como alguém que se sabota ou se refugia em desculpas. Tal narrativa desloca a atenção de fatores estruturais e contextuais para a responsabilização absoluta do sujeito.

Nesse enquadramento, dificuldades materiais, emocionais ou coletivas são deslegitimadas, e o investimento (seja financeiro, afetivo ou de tempo) torna-se um marcador performático de mérito e capital simbólico (Bourdieu, 1989). A mesma lógica se manifesta nos discursos Red Pill voltados ao feminino, em que a adesão a determinadas práticas de “alto valor” é apresentada como prova de desejo genuíno; e sua recusa, como evidência de incapacidade ou fraqueza, produzindo um ciclo contínuo de autogerenciamento, consumo e validação externa como chave discursiva para todo um sistema simbólico que reconfigura o desejo feminino dentro de uma lógica de autonomia performática. O enunciado, ainda que aparentemente empoderador, é estruturado sobre três camadas fundamentais do Red Pill adaptado ao feminino: a mulher como estrategista, a afetividade como território de gestão, e a comunicação como arma de seleção.

Ao incitar a mulher a não esperar mais o convite masculino, mas assumir a iniciativa, com diferentes níveis de abordagem (indireta, semidireta, direta), Ítalo propõe uma inversão da dinâmica tradicional do cortejo. No entanto, essa inversão não rompe com os códigos patriarcais do desejo, ao contrário, os reforça sob novas formas. A mulher não é convocada a simplesmente desejar, mas a escolher estratégicamente, comunicar com precisão e conduzir com cálculo. Como em outras falas do coach, o afeto é transformado em projeto; e o encontro, em tática.

Trata-se da reconfiguração de um modelo relacional onde a liberdade é, na verdade, uma performance de autonomia. A mulher não é mais o objeto da conquista mas a gerente da própria vida amorosa, responsável por mapear oportunidades, identificar alvos emocionais e iniciar o contato com segurança, sem parecer carente. A iniciativa é apresentada como poder, mas é um poder sob vigilância simbólica.

Essa inversão de papéis (mulher convidando, homem escolhendo) é vendida como gesto de empoderamento. No entanto, trata-se de um empoderamento adaptado às regras masculinas do jogo, como aponta Byung-Chul Han (2017, p.17): “a sociedade do desempenho é aquela em que até a liberdade é capturada como obrigação: o sujeito deve ser livre, ativo, produtivo e relationalmente eficaz”. A mulher que espera é fraca. A mulher que age é desejável. Mas essa ação está rigidamente regulada pelas expectativas de agradabilidade, timing, linguagem emocional e leveza.

A liberdade do convite se converte, paradoxalmente, em mais uma obrigação de agradar, tomar a dianteira e gerir o risco emocional.

Essa fala também ecoa uma tipologia simbólica muito presente neste senso comum: a da mulher “decidida, mas não invasiva”, que domina os códigos da linguagem afetiva como quem manuseia uma ferramenta. Ao apresentar as três formas de abordagem (indireta: “o que você acha desse restaurante?”, semidireta: “tô pensando em ir lá qualquer dia” e direta: “sexta-feira você tá fazendo o quê?”), Ítalo Ventura reforça a ideia de que o sucesso relacional depende da calibração correta da comunicação, como se a linguagem fosse um termômetro exato da sedução. Isso leva ao esvaziamento do discurso afetivo em favor de sua funcionalização: “quando o Eros é instrumentalizado, ele perde sua alma e se converte em conveniência” (Hillman, 2005, p. 62). A linguagem amorosa torna-se operação.

A figura da mulher que convida é, então, convocada a manter uma performance emocional segura, previsível, ligeiramente ousada, mas não fora de controle. Trata-se de uma persona cuidadosamente construída ou, nos termos de Jung, de uma persona hipertrofiada:

O perigo de se identificar com a persona é que ela acaba por se sobrepor ao self. Nesse caso, o indivíduo deixa de viver a sua totalidade psíquica para encarnar apenas o papel social que acredita ser seu, confundindo-se com ele. O que se apresenta ao mundo como ‘eu’ não passa de uma máscara, e essa máscara, em vez de servir como meio de relação, torna-se uma prisão que limita a experiência e o desenvolvimento interior. Quando a persona domina, o inconsciente é relegado e o contato com os conteúdos mais profundos da psique se perde, criando um vazio interior que muitas vezes se disfarça de adaptação bem-sucedida (Jung, 2013, p. 74).

A mulher que internaliza esse discurso torna-se intérprete de si mesma, reduzindo seu desejo à forma socialmente aceitável de expressá-lo, mesmo que isso inclua tomar a iniciativa. É também possível ler essa figura da mulher que convida como parte de uma longa narrativa imaginal que, para Durand (2001), pertence ao regime diurno: a mulher que se ilumina, que age, que organiza o mundo relacional, que “escolhe” como se fosse um cavaleiro emocional. Mas essa imagem, longe de subverter, muitas vezes reorganiza a dominação: “o regime diurno da imagem tende a favorecer o pensamento hierárquico, a clareza, a separação, e frequentemente reconduz à ordem simbólica patriarcal” (Durand, 2019, p. 153). A mulher que escolhe é, nesse contexto, aquela que domina o jogo, mas cujas regras continuam a mesma

estrutura binária: sujeito ativo / objeto passivo, sem possibilidade antinômica ou de trânsito entre estes lados.

No fim da fala, Ítalo faz sua clássica virada para a platformização emocional: “Se você quiser saber mais de como fazer um flerte virar namoro, digita ‘eu quero’”. A liberdade feminina, a iniciativa, a escolha e até a comunicação amorosa são assim transformadas em pontos de entrada para o funil de conversão de um produto digital. “A platformização não apenas modela o conteúdo, mas redefine os próprios afetos em termos de usabilidade, engajamento e monetização” (Dijck, 2018, p. 5). A mulher que convida vira lead⁶⁸. O desejo, um CTA⁶⁹; o flerte, um código de rastreio.

A fala de Ítalo Ventura sobre o convite revela uma “sophisticada reconfiguração” do desejo feminino: ele é atualizado, não para romper com os padrões patriarcas, mas para se adaptar a eles de forma mais eficiente e empacotada. A mulher é convocada a agir, mas dentro dos parâmetros da agradabilidade. É convidada a escolher, mas só entre os homens disponíveis. É incentivada a iniciar, mas sob vigilância da estética emocional correta. Assim, o que parece liberdade é, em grande medida, a performance obrigatória da escolha. E o Eros, mais uma vez, é convertido em produto e preparado para o engajamento, pronto para a venda.

4.1.6 Frases magnéticas

Figura 15 - Reels apenas com música e as frases escritas, postado em 03/08/2024
1,2 milhão de visualizações. 223 mil interações, (até agosto de 2025), íntegra do post.



Fonte: Instagram⁷⁰

⁶⁸ “Um lead é um consumidor que manifestou interesse em uma oferta e forneceu informações que permitem a uma empresa acompanhá-lo e nutrir o relacionamento até a conversão” (Kotler, 2017, p. 269).

⁶⁹ “Um call to action é um estímulo explícito para que o cliente-alvo execute a ação desejada, facilitando o avanço no funil de engajamento e conversão (Kotler, 2017, p. 198)”.

⁷⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C-NEKnahn7m/>

Ao invés de mandar: "Bom dia, dormiu bem?", mande: "Acordei com uma vontade enorme de sentir o seu perfume de novo." "Bom dia para quem está enrolada nas cobertas, pensando em como seria te ter ao lado..." "Só para você saber, você foi meu pensamento hoje cedo..." Legenda: Você está a uma mensagem de conquistar o relacionamento que deseja. Basta usar as Frases Mágicas para despertar Desejo, Intimidade e Conexão Emocional. Comente abaixo: "30 FRASES" Vou te chamar no privado para acessar minha Masterclass e aprender comigo agora mesmo!

Figura 16 - Reels apenas com música e as frases escritas, postado em 03/09/2024. 2,4 milhões de visualizações. 238 mil interações, (até agosto de 2025), íntegra do post.



Fonte: Instagram⁷¹

Ao invés de mandar: 'Bom dia, dormiu bem?', mande: 'Oi, dorminhoco! Aposto que seu dia seria mais interessante se estivesse comigo'. 'Já percebeu como seus domingos são mais monótonos sem mim? Não precisa agradecer pela dica'. 'Planejando algo interessante hoje ou só pensando em mim?'

Entre os conteúdos publicados por Ítalo Ventura, esses posts que utilizam as "Frases Magnéticas" se destacam de forma expressiva em termos de alcance. Enquanto a maioria dos seus vídeos registra em média cerca de 50 mil visualizações, esses dois ultrapassam facilmente a marca de 1 e 2 milhões, respectivamente. Essa discrepância sugere que, para além da temática abordada, há uma combinação estratégica de forma e efeito retórico que potencializa o engajamento. É possível que essa performance amplificada esteja ligada não apenas ao poder de síntese e clareza da mensagem, mas também à forma como esses enunciados se conectam com expectativas afetivas e narrativas de autoajuda relacional, típicas do universo Red Pill adaptado ao consumo feminino. E, também, possivelmente, uma boa dose de dinheiro injetada para patrocinar os vídeos, como ensina seu guru Erico Rocha.

Nos posts em que Ítalo Ventura propõe substituir mensagens genéricas como "Bom dia, dormiu bem?" por frases mais poéticas, sensuais e estrategicamente sedutoras, ele oferece mais do que uma dica de linguagem. O que está em jogo é a

⁷¹ Disponível em: https://www.instagram.com/reel/C_Wc5PkK8ey

construção simbólica de um modelo performático do desejo, em que a comunicação afetiva é tratada como ferramenta de conquista, impacto e conversão emocional. A sedução como gatilho emocional, numa reconfiguração do feminino performático como entretenimento afetivo.

Frases como “acordei com uma vontade enorme de sentir o seu perfume de novo” ou “você foi meu pensamento hoje cedo” não são apresentadas como expressões autênticas do afeto, mas como frases mágicas, dispositivos de ativação emocional padronizada. Operam dentro de um modelo linguístico específico de sedução leve, irônico e “levemente provocador”, um estilo de comunicação afetiva que se alinha ao ideal contemporâneo de “mulher interessante”, espirituosa, estratégica e emocionalmente instigante. As falas não partem da espontaneidade nem de uma experiência relacional concreta. São pré-fabricadas, moldadas para ocupar o espaço do afeto com leveza e eficácia, criando a ilusão de presença, desejo e atenção contínua. São gatilhos emocionais pensados não para expressar o que a mulher sente, mas para provocar no interlocutor masculino um breve choque de desejo, reforçar a própria relevância simbólica e, ao mesmo tempo, manter uma aura de controle e autossuficiência. A sedução contemporânea não é mais uma entrega do sujeito ao outro, mas uma forma de desempenho: eu seduzo, logo existo. O que tem um forte diálogo com o marketing digital no conceito da presença da marca. Nesse sentido, as frases não são declarações afetivas, mas performances da existência feminina dentro do campo afetivo digital.

A promessa dos posts é clara: “Você está a uma mensagem de conquistar o relacionamento que deseja”. A afetividade é reduzida a um gatilho comunicacional. Essa lógica revela a instrumentalização do afeto, fenômeno central da contemporaneidade. A subjetividade amorosa é completamente capturada por essa lógica: a escolha da mensagem certa, o domínio da linguagem emocional, o conhecimento das palavras que “despertam desejo” é apresentado como ferramentas de maximização do sucesso relacional.

O amor, o afeto e o desejo deixam de ser vivências existenciais profundas e se tornam produtos da estratégia linguística. A comunicação afetiva é mercantilizada, e a linguagem amorosa é colonizada pelo imperativo do impacto. Hillman observa que “a alma quer significado, não soluções; expressão, não performance” (Hillman, 1984, p. 19). No entanto, nas chamadas “frases mágicas”, o que se promove é justamente o oposto: a substituição da expressão pela performance. O sujeito amoroso não é mais

alguém em processo de autoconhecimento, mas um ator caricato que decora falas eficazes para induzir no outro reações desejadas. O amor torna-se um script, e a relação, um palco onde a autenticidade é sacrificada pela sedução bem calibrada. Trata-se de uma forma de atuação onde o feminino é convocado a manter o homem emocionalmente entretido – um papel que se alinha a uma reconfiguração moderna da figura da geisha emocional, que não serve mais fisicamente ao outro, mas que agora se apresenta como avatar textual, cuja função simbólica é tornar a vida dele mais divertida, menos monótona, mais excitante. A mulher torna-se entretenimento e estímulo emocional.

Em vez de expressar sua interioridade, o feminino aqui é representado como um dispositivo de excitação e humor que valoriza a experiência do outro e esvazia a sua. Além disso, a forma como o conteúdo é apresentado com imperativos como “comente 30 FRASES” e a promessa de acesso a uma “Masterclass” revela uma estrutura típica da plataformização do desejo: “as plataformas não apenas mediam, mas moldam a forma como as práticas sociais são organizadas, priorizando visibilidade, engajamento e monetização” (Dijck, 2018, p. 42). O comentário público “30 FRASES” atua como gatilho de engajamento algorítmico, a promessa de uma “mensagem que muda tudo” atua como uma isca emocional e o acesso ao conteúdo “no privado” configura o modelo típico de funil de conversão. O afeto torna-se tráfego. O desejo, métrica. A intimidade, um produto que se vende por inbox.

Essa estrutura discursiva é sustentada por um complexo cultural de alta aderência: o de que o amor pode e deve ser treinado. O complexo da conquista emocional estratégica naturaliza a ideia de que o sucesso relacional não depende da escuta, da abertura ao outro ou da elaboração do próprio desejo, mas do uso das palavras certas, no momento certo. Trata-se de um deslocamento radical da subjetividade para uma previsibilidade emocional.

Esse tipo de previsibilidade ou programabilidade é também uma reconfiguração profunda da linguagem amorosa. “O amor exige um tempo de contemplação, de ausência de domínio, de entrega ao desconhecido. Mas a sociedade do desempenho e da transparência não tolera essa negatividade” (Han, 2017, p. 20). As frases mágicas oferecidas por Ventura não convocam o tempo do Eros, da espera, da construção simbólica do encontro, dos ritos, elas prometem um curto-circuito emocional imediato. O outro é acionado como um botão: digita-se a frase certa e

espera-se a resposta desejada. A alteridade desaparece e o amor se transforma em tecnologia de sedução.

Sob o ponto de vista da psicologia junguiana, esse processo representa uma forma de dissociação entre persona e sombra. A persona, conjunto de máscaras sociais que utilizamos para nos relacionar, quando hipertrofiada, toma o lugar da totalidade psíquica. Jung afirma que “a persona é uma convenção, um sistema de comportamento coletivamente aceito, necessário, mas perigoso se confundido com o eu total” (Jung, 2013, p. 74). No caso das “frases mágicas”, a linguagem afetiva torna-se persona pura como uma máscara sedutora, estrategicamente desenhada para ser bem recebida, mas que impede qualquer contato autêntico com a própria sombra, com o mal-estar, com a não resposta, com o silêncio do outro.

A retórica das mensagens, sempre focadas na ausência que gera tédio e na presença que gera prazer, desenha um campo simbólico no qual a mulher ideal é aquela que sabe que é desejada, mas que administra esse desejo com leveza e provocação. Ela é a metáfora do fim de semana interessante, do “upgrade” emocional. Nesse discurso, o amor deixa de ser experiência e se torna serviço de valor agregado.

Ao propor frases prontas, de alta carga e estética emocional, Ventura mobiliza tipos solares: o herói, o conquistador da alma, o cavaleiro. Esse tipo de construção soterra as estruturas noturnas do imaginário, que lidam com a ambiguidade, com o tropeço, com o não dito, com a sombra do desejo. A estética da sedução direta expulsa o caos e impõe ordem, luz, previsibilidade. É uma forma de narrar o amor como combate vencido pela retórica.

Há ainda outro aspecto fundamental: a reconfiguração do desejo como objeto de manipulação. Em vez de se pensar o desejo como uma potência criativa, como “falta ativa”, como relação com o desconhecido, ele é reduzido a alvo de estratégias discursivas. Desejo torna-se algo que se produz no outro, como marketing. Isso desloca o afeto do campo do encontro para o campo da influência, como se amar fosse persuadir. Trata-se da dissolução do Eros em retórica.

Os posts se encerram com a clássica estratégia de conversão do discurso de marketing digital: “comente abaixo: 30 FRASES”. A linguagem amorosa se torna call to action. E o Eros, de novo, é capturado como métrica. A promessa da “mensagem que muda tudo” nada mais é que o novo nome do milagre, adaptado ao algoritmo. Um ponto alto da convergência entre o discurso Red Pill adaptado ao feminino e a lógica da plataformização dos afetos. A mulher se torna jogadora e prêmio, sedutora e

seletiva, interessada e indiferente. O avatar ideal do capitalismo afetivo digital: presente, leve, espirituosa, sexy, bem-humorada, sempre conectada e responsiva, mas com autonomia simbólica cuidadosamente ensaiada. Ela é a encarnação de um feminino treinado para o jogo de atenção do algoritmo, e seu valor está diretamente atrelado à capacidade de manter o outro emocionalmente mobilizado, sem nunca parecer que precisa de retorno. O amor, então, é transformado em jogo de espelhos, onde cada palavra é um passo coreografado e cada ausência uma estratégia de escassez afetiva.

O amor, que poderia ser potência de transformação, torna-se um campo de cálculo. O desejo, que poderia ser espaço de alteridade, torna-se métrica de conversão. A mulher, que poderia ser sujeito do vínculo, é convocada a tornar-se agente de sua própria sedução, operando com frases prontas e scripts afetivos. As frases mágicas de Ventura caminham nessa direção: não são construídas como expressão espontânea do Eros, mas como táticas para regular o desejo alheio.

E o Eros, misterioso, imprevisível é domesticado sob a forma de masterclass.

4.1.7 Quem é a mulher ideal do Red Pill príncipe encantado?

A mulher ideal que emerge do discurso de Ítalo Ventura não é apenas um perfil relacional ou uma fantasia individual, mas uma construção retórica nada complexa que atua simultaneamente como dispositivo normativo, narrativa estereotipada adaptada e produto midiático calibrado para alta performance algorítmica. Esse ideal feminino é configurado como parte de uma pedagogia relacional que orienta condutas, estabelece critérios de valor e reforça identidades masculinas centradas no arquétipo do “príncipe encantado”, uma figura solar, heroica e provedora, emocionalmente estável e socialmente dominante. As frases magnéticas, condensadas e carregadas de apelo emocional, que concentram os maiores índices de visualização, funcionam como gatilhos de programabilidade emocional: mensagens deliberadamente construídas para acionar respostas afetivas rápidas e previsíveis, favorecendo engajamento, compartilhamento e, consequentemente, recompensa algorítmica. Trata-se de uma engrenagem simbólica que condensa narrativa, técnica e mercado.

Sob a ótica junguiana, essa “mulher ideal” corresponde a uma anima projetada e cristalizada. E quando essa imagem interna não é reconhecida como parte da própria psique, “o homem passa a exigir da parceira que ela encarne a imagem interior

que habita sua própria psique” (Jung, 2014, p. 37), convertendo a alteridade feminina em um espelho narcísico que valida o masculino. No discurso Red Pill, essa operação psíquica é sistematizada como método: ensina-se aos homens a identificar, classificar e selecionar mulheres com base em atributos pré-definidos, criando um modelo de relação que não abre espaço para a alteridade autêntica. Durand (2019, p.185) situa essa estrutura no regime diurno do imaginário, no qual “a alteridade é estruturada como polo negativo a ser superado ou integrado”, e o herói é aquele que submete e ordena. A figura feminina, nesse contexto, é parte do território de conquista, recompensa pela superação de provas e marcador da vitória masculina.

Essa domesticação da alteridade encontra um contraponto fundamental na figura de Afrodite. Na leitura de Hillman (1995, p. 122), “quando a vida perde Afrodite, perde-se também a ligação com a beleza, com o prazer e com o desejo enquanto forças anímicas, e as relações passam a ser dominadas pela utilidade”. No ideal Red Pill, Afrodite é esvaziada de seu potencial transformador e reduzida a um ativo simbólico: uma imagem a ser conquistada, exibida e monetizada, não uma deusa relacional capaz de integrar corpo, alma e mundo. Ao ser aprisionada no molde da “mulher ideal” utilitária, perde-se essa função integradora. Hesíodo, na Teogonia, enfatiza que Afrodite nasce do encontro entre o céu e o mar, unindo o desejo à fecundidade do mundo. Na lógica Red Pill, essa união simbólica é amputada e transformada em mercadoria.

A técnica oferece os formatos e recursos comunicacionais (frases curtas, vídeos editados, enquadramentos visuais adaptados às redes), e o mercado define a finalidade (converter atenção em capital, desejo em produto, vínculo em serviço). Esse híbrido não é neutro: é projetado para circular e performar dentro da lógica da plataformização (Dijck, 2018), na qual algoritmos priorizam conteúdos de alta ativação emocional e fácil replicação. Morin (2015, p. 122) observa que a redução da complexidade das relações humanas a modelos simplificados “impede o pensamento da alteridade” e inibe a criatividade do encontro, pois o conteúdo precisa ser consumível em poucos segundos, gerar reação imediata e induzir o espectador a manter-se no circuito da atenção.

Apoiado em Foucault (2014), esses discursos operam como tecnologias de poder que “produzem sujeitos úteis e dóceis”. No caso, trata-se de sujeitos afetivos moldados por prescrições normativas de gênero, que internalizam padrões de comportamento e se percebem como agentes livres, enquanto, na verdade,

reproduzem scripts cuidadosamente elaborados. A “mulher ideal laranjinha” do Papito é, portanto, produto e produtora dessas relações de poder: ao mesmo tempo que encarna uma narrativa arcaica, ela é moldada para caber no formato técnico e mercadológico das plataformas, funcionando como um chamariz emocional que disciplina e seduz.

O resultado é um Eros domesticado, no qual Afrodite não dança mais sobre as ondas, mas permanece enclausurada no feed, reproduzida em alta definição, editada para caber em 30 segundos e calibrada para gerar curtidas. O que se perde é a profundidade anímica (Hillman, 1984), o que se ganha é a previsibilidade e a conversão. A promessa de beleza e amor, própria da deusa, é substituída por uma coreografia de controle e validação hierárquica. Nesse sentido, a mulher ideal não é apenas um arquétipo cultural, mas um artefato técnico que sintetiza mito, técnica e mercado para produzir desejo controlado, relação normatizada e lucro escalável, uma Afrodite algoritmizada que sorri não para o mundo, mas para a câmera em palavras lógicas certeiras.

A mulher ideal de Ítalo Ventura, portanto, é aquela que com ele casaria, largaria tudo para viver da lógica do grande amor do Papito por sua laranjinha, inteira, autodeterminada e autossuficiente para servir ao princípio da retórica.

CONCLUSÃO – AFINAL, O QUE ESSES HOMENS QUEREM?

O perfil da mulher ideal do movimento Red Pill, tal como analisado ao longo desta dissertação, não é apenas uma peça de curiosidade da cibercultura, nem tampouco uma moda efêmera de influenciadores, coaches e médicos de Instagram. É a irrupção no imaginário de uma espécie de dispositivo cultural, no qual se entrelaçam narrativas arcaicas e técnicas contemporâneas de visibilidade, um artefato reacionário que, “não cessa de reaparecer sob novas roupagens, porque o imaginário é mais resistente do que qualquer revolução social ou técnica” (Durand, 2019, p. 35). A roupagem aqui é a do marketing agressivo, do discurso pseudocientífico e da performance caricata, mas por trás dela pulsa a velha pedagogia patriarcal belicosa: ensinar mulheres a agradar e se submeter a homens que visam impor temor, controlar, possuir, territorializar e, apesar de nunca ser possível, domesticar o feminino.

É irônico perceber como esses arautos da virilidade, que se apresentam como guerreiros contra o “sistema feminista”, acabam se revelando reféns daquilo que combatem. A cada vídeo, a cada post, a cada livro autopublicado ao tentar tecer críticas ou modelar as mulheres, mais demonstram a obsessão em eternamente orbitar ao redor delas. Afrodite os ameaça sem que eles percebam: “Afrodite é sempre vingativa, porque não tolera ser esquecida” (Hillman, 1984, p. 201). A vingança de Afrodite aqui é explicitada: os homens que queriam libertar-se da dependência feminina terminam acorrentados a ela, produzindo diariamente conteúdos que provam sua incapacidade de existir fora do olhar da mulher. E, para isso, treinar uma mulher com o olhar narcísico que os interessa.

Trata-se, portanto, de uma tragédia com tons farsescos: paranoicos que acreditam desmascarar conspirações femininas, maníacos que imaginam traduzir o feminino em gráficos e hormônios, e narcisistas que vendem as relações amorosas como se fossem cursos de alta performance. Se apresentam como resistência, como logos, como organizadores, mas na verdade revelam a fragilidade de uma masculinidade pós-moderna em ruínas. O Red Pill é esse mito de salvação falido: promete restaurar a autoridade masculina, mas só entrega caricaturas de poder e performances de ressentimento.

Ao tratarmos os casos aqui apresentados de forma mais individualizada, o quadro clínico é claro: paranoia, mania e narcisismo.

O coach do Campari encarna o subjugado paranoico: seu discurso constrói um universo de suspeita, em que toda mulher é potencialmente manipuladora. No caso de Thiago Schutz, a paranoia se manifesta como categoria central. Seu discurso constrói um universo de suspeita, no qual toda mulher é potencialmente manipuladora e inimiga. Freud, ao analisar o famoso caso Schreber, diz que “o mecanismo da projeção é o meio pelo qual uma percepção interna é transformada em percepção externa” (Freud, 1996, p. 69), isto é, conteúdos psíquicos inaceitáveis são expulsos para fora e percebidos como vindos do outro: “a essência da paranoia consiste nessa substituição da realidade externa pela realidade psíquica recalculada” (Freud, 1996, p. 71). Assim, ao projetar suas próprias fragilidades no feminino, Schutz fabrica um inimigo constante, alimentando sempre seu paradigma paranoico:

A paranoia é o modo como o ego se protege quando está possuído pelo medo da alteridade. Ela fornece uma narrativa que explica tudo, dá ordem a todos os detalhes e coloca o sujeito no centro de uma vasta conspiração. Nesse sentido, a paranoia não é apenas uma psicopatologia, mas também uma psicologia cultural: ela organiza mundos, oferece coerência e cria uma pedagogia baseada na desconfiança. Mas esse mundo paranoico é, na verdade, um espelho narcísico: ao acusar o outro de manipulação, o paranoico só revela a manipulação que exerce sobre si mesmo (Hillman, 1984, p. 184).

A mulher, nesse enquadre, não é sujeito, mas tela de projeção de ansiedades e ressentimentos masculinos. Reduzida à superfície, perderia a existência como alteridade viva para ser transformada em fantasma didático: ora inimiga, ora tentação, ora prova de virilidade. O feminino, nesse universo paranoico, não fala, não age, é interpretado, não deseja e é acusado de desejar demais. Freud nos mostra que, na paranoia, a alteridade é sempre suspeita, e Hillman lembra que “a paranoia organiza mundos inteiros sob a lógica da desconfiança” (Hillman, 1984, p. 184). Schutz, assim, não descreve as mulheres, mas projeta nelas sua própria angústia de castração, seu ressentimento diante da perda de privilégios, sua dificuldade em aceitar a incerteza do Eros. A mulher é caricaturada num espelho invertido que reflete os medos mais profundos do masculino: perder o controle, deixar-se afetar, ser confrontado pelo outro em sua alteridade.

Alessandro Loiola, por sua vez, é o maníaco de uma ciência positivista: acredita traduzir o feminino em estatísticas, gráficos, hormônios e diagnósticos médicos. Sua

grandiosidade corresponde ao que Hillman explicita como inflação do ego sob a égide de um arquétipo:

a mania é sempre uma invasão do divino que o ego não consegue conter; é a possessão pelo arquétipo que se apresenta como revelação, certeza e grandeza. O maníaco não apenas acredita em suas ideias, mas as vive como se fossem verdades absolutas, como se sua voz fosse a própria voz dos deuses. A mania confere coerência total ao delírio, ela não admite lacunas, dúvidas ou hesitações, pois tudo é sinal, tudo é prova, tudo confirma o que já estava decidido de antemão (Hillman, 1984, p. 142).

No caso de Loiola, é a ciência: ele se apresenta como profeta de uma biologia absoluta, incapaz de reconhecer que todo discurso científico também é histórico, situado e atravessado por poder: “o saber médico torna-se parte integrante de um mecanismo de normalização” (Foucault, 1976, p. 144). Seu manicômio retórico é o da normatividade: ele se arvora no direito de definir o que a mulher é, o que deve ser, o que pode ser.

Ítalo Ventura encarna o narcisista narrativo tecnológico, cuja mercadoria não é apenas um curso de sedução, mas a promessa de personificação do Príncipe Encantado. O mito é conhecido: o herói belo, perfeito, destinado a salvar a mulher de sua solidão e conduzi-la ao “felizes para sempre”. Freud já advertia que na base do narcisismo encontramos:

a crença de que se é a própria realização do ideal. O indivíduo se comporta como se ele mesmo fosse o objeto de amor supremo, exigindo para si a admiração, a fidelidade e a devocão que outrora dispensava às figuras parentais. O eu ideal, que nasce da fusão entre a autoimagem e as exigências do ideal do eu, transforma-se em objeto de culto. A megalomania, assim, nada mais é do que a persistência ou o retorno de um estado narcísico primitivo, em que o sujeito se basta a si mesmo e se coloca no lugar do ideal (Freud, 1996, p. 97).

Ventura assume para si esse ideal narcísico, apresentando-se como encarnação do homem perfeito e, ao mesmo tempo, como aquele capaz de, através de “suas mulheres”, aplicar sua fórmula mágica de conquista, enfeitiçar outros “homens de alto valor” como ele, dentro da ideia interesseira dele do que elas idealizam como perfeito após introjetarem seus conteúdos “MAV”. Mas o mito do Príncipe Encantado é também uma armadilha psicológica, pois:

A fantasia do herói redentor aprisiona tanto homens quanto mulheres em uma encenação de salvação que, no fundo, mascara a recusa da alteridade. O herói que salva, a princesa que espera, o encontro perfeito e definitivo — tudo isso organiza o imaginário numa trama narcísica onde não há espaço para o outro real, mas apenas para papéis idealizados. Esse mito persists porque promete ordem ao

desejo, sentido ao sofrimento e grandiosidade ao eu. Porém, ao oferecer salvação, o herói retira o risco e a incerteza da relação, abolindo a dimensão trágica do encontro humano. A pedagogia heroica é, portanto, uma pedagogia da recusa: recusa do limite, recusa da vulnerabilidade, recusa da alteridade radical (Hillman, 1984, p. 210).

Assim, Ítalo Ventura não apenas interpreta o papel do Príncipe Encantado, mas o mercantiliza: vende pacotes de sedução como quem comercializa a experiência de viver um mito. A promessa não é apenas conquistar mulheres, mas vestir-se do arquétipo, tornar-se aquele que encarna o ideal narcísico do masculino. No entanto, “o amor narcísico é, em última instância, um obstáculo ao reconhecimento do outro” (Freud, 1996, p. 101). Ventura ensina que as mulheres devem atrair homens que buscam o feminino não como alteridade viva, mas como extensão de seu próprio espelho narcísico.

Portanto, por hora, estão nomeadas as categorias centrais: paranoia, mania e narcisismo. Mas não se tratam apenas de diagnósticos individuais, tratam-se, aqui, de “patologias” culturais do imaginário. Schutz, Loiola e Ventura não são apenas sujeitos clínicos, mas expressões contemporâneas, irrupções do imaginário que encarnam o complexo cultural patriarcal sob a forma da Red Pill: paranoico porque projeta o feminino como inimigo, maníaco porque acredita possuir a verdade total sobre o feminino, narcisista porque transforma o feminino em espelho mercantil. O indivíduo que se identifica Red Pill é exatamente parte de um complexo cultural que organiza o ressentimento masculino em narrativas didáticas.

Esse complexo se apresenta como mito de salvação, mas é, na verdade, sintoma de crise. O Red Pill é o mito da restauração patriarcal, um delírio de retorno a uma ordem perdida, que só existe como fantasma. Quanto mais esses homens tentam se agarrar a esse fantasma, mais expõem sua fragilidade. A ironia é que, ao buscar a vitória sobre as mulheres, terminam revelando sua dependência delas para existir: sem o feminino, não há discurso, não há narrativa, não há conteúdo, não há projeção para o ódio da castração.

Se a pergunta que norteia esta conclusão é: “afinal, o que esses homens querem?”, a resposta é dura, concreta e paradoxal. Eles querem recuperar um poder que nunca tiveram plenamente (mas assim o performam), querem domesticar Afrodite (o que é impossível), querem transformar Eros em planilha (o que é incabível, não há fórmula para o amor). Querem, em última instância, escapar da condição humana da

alteridade, da contradição, da mudança e da entropia, mas o que conseguem é apenas encenar suas próprias feridas:

Aquilo que não se torna consciente retorna como destino. Quando uma situação interior não é tornada consciente, ela aparece fora, como se fosse o destino. O inconsciente age então como uma força compulsiva, como se fosse uma fatalidade exterior que se abate sobre o indivíduo. Mas, na verdade, trata-se apenas de uma projeção: o que não é enfrentado dentro de si reaparece no mundo como circunstância inevitável. Só quando o indivíduo reconhece essa sombra interior é que pode deixar de ser joguete das forças inconscientes e começar a viver sua totalidade (Jung, 2013, p. 32).

O destino do Red Pill é repetir, em loop algorítmico, as sombras que não consegue integrar. Essa repetição compulsiva, longe de gerar elaboração, produz um circuito fechado em que as projeções inconscientes se retroalimentam pela lógica da plataformização. Quando os conteúdos sombrios são recusados pela consciência, retornam sob a forma de hostilidade e violência, o que se intensifica quando esses conteúdos encontram ressonância coletiva (Jung, 2013). O algoritmo funciona, nesse sentido, como uma máquina de intensificação do inconsciente coletivo: ele não apenas espelha, mas multiplica as pulsões não simbolizadas, transformando ressentimento em performance pública e a sombra individual em combustível para movimentos de ódio.

A incapacidade de integrar a alteridade, seja da mulher, do diferente ou do estranho, leva à sua constante demonização, e a lógica de repetição garante que esses fantasmas não sejam elaborados, mas apenas reiterados em novas roupagens. O não reconhecimento da sombra transforma a psique em campo de batalha, onde as forças recaladas buscam expressão por meio da destrutividade (Hillman, 1994). Quando essa dinâmica se alia à lógica técnica das plataformas, que priorizam o engajamento pelo afeto negativo, temos a fórmula para a explosão global do ódio: loops de ressentimento, embalados como narrativas de identidade e reforçados por cada comentário, compartilhamento ou curtida.

Portanto, longe de representar uma solução, o Red Pill é um sintoma cultural: paranoia, mania e narcisismo em versão digital. Um movimento que não inventa nada, apenas reatualiza velhas narrativas de controle, agora embaladas por algoritmos e estratégias de marketing. A pedagogia patriarcal continua viva, mas como caricatura de si mesma, incapaz de propor novos horizontes de convivência. E se esses homens querem restaurar um passado perdido, talvez seja hora de perguntar não apenas o

que eles querem, mas o que o imaginário precisaria propor para superar tais patologias e surgir outras formas de relação mais saudáveis, numa concepção mais imaginal:

o que caracteriza a saúde é a possibilidade de ultrapassar a norma que define o normal momentâneo, a possibilidade de tolerar infrações à norma habitual e de instituir normas novas em situações novas. A vida não se reduz à submissão a um equilíbrio fixo; ao contrário, ela se reconhece na capacidade de variar, de se reorganizar, de criar novas normas quando as antigas se mostram insuficientes. O ser vivo saudável não é aquele que se mantém imóvel dentro de um padrão, mas aquele que pode suportar crises, desordens, e delas extrair um novo modo de vida. Assim, a saúde é, essencialmente, normatividade: a aptidão para instituir normas diante da adversidade (Canguilhem, 2009, p. 160).

O Red Pill é exatamente o oposto: incapaz de criar novas normas, agarra-se às arcaicas e repete compulsivamente as mesmas respostas. Essa doença, quando não tratada, tende a agravar-se. Seus sintomas se disseminam em edemas sociais que incham o tecido do imaginário masculino: “as doenças da alma não desaparecem; quando negadas, proliferam em novas formas e novos sintomas” (Hillman, 1984, p. 77). Assim, o que começa como paranoia em Schutz, mania científica em Loiola e narcisismo mercadológico em Ventura, pode degenerar em coletivos ainda mais agressivos, em que a masculinidade ressentida se torna identidade política e religiosa. Nesses grupos, o feminino não é apenas objeto de desconfiança, mas inimigo declarado. Não é apenas espelho narcísico, mas figura a ser combatida, humilhada e aniquilada simbolicamente.

É nesse contexto que surgem grupos como os Legendários e a Machonaria, que não se contentam em repetir a retórica Red Pill, mas buscam encarná-la como projeto existencial e comunitário. Os Legendários se apresentam como uma espécie de irmandade guerreira, um movimento de treinamento e disciplina viril que promete devolver aos homens uma identidade perdida. Seu imaginário é forjado na metáfora da guerra: não se trata apenas de conquistar mulheres, mas de reconquistar a própria honra masculina. Há em seus discursos uma mistura de religiosidade, militarização e pedagogia autoritária que propõe uma masculinidade ascética, endurecida e imune às influências do “mundo feminizado”. O nome “Legendários” não é casual: ele remete à ideia de façanhas heroicas e reifica a própria comunidade, oferecendo aos adeptos a sensação de fazer parte de uma saga maior, como se cada gesto cotidiano fosse um campo de batalha. Já a Machonaria opera em outro registro: menos disciplinar, mais

carnavalesco, mas igualmente marcado pelo ressentimento. Ali a virilidade é performada como espetáculo, como caricatura afirmativa. A ironia, o deboche e a agressividade verbal funcionam como rituais de iniciação e pertencimento. O grupo se sustenta na criação de uma identidade coletiva masculina que só existe na negação do feminino. A mulher não é vista como sujeito, mas como obstáculo, distração ou ameaça, uma alteridade que deve ser ridicularizada para que a comunidade masculina se fortaleça, transformando ressentimento em festa, ódio em riso, exclusão em camaradagem.

Esses coletivos são apenas parcós exemplos daquilo que se alastrá de forma mais ampla. Eles não surgem isolados, mas como sintomas de um cenário maior, uma Machosfera global. É nesse terreno que se articula a promessa da Red Pill: oferecer respostas fáceis a homens inseguros diante das transformações sociais. As mulheres ideais que circulam nesses discursos são avatares desse desejo masculinista, moldados em algoritmos, memes e estereótipos reciclados.

A Red Pill não pode ser entendida sem seu contexto: ela é parte das guerras culturais que atravessam o Ocidente. O mesmo ressentimento que sustenta o discurso contra o feminismo alimenta também a retórica política que elege líderes como Donald Trump e seus asseclas lambedores de botas em todo o globo, inclusive em terras tupiniquins, em nome de uma restauração de valores tradicionais e de uma masculinidade autoritária.

No Brasil, esse modus operandi se entrelaça em muitos outros, por exemplo, ao fenômeno evangélico neopentecostal, que oferece uma gramática religiosa para os mesmos anseios. A promessa de restauração masculina aparece ali com roupagem espiritual, abençoada pela teologia da prosperidade, em que o homem deve ser líder, provedor e senhor do lar.

A mediosfera é o terreno onde todo esse bloco narrativo se propaga com tanta força, sendo absorvido por igrejas, influenciadores, partidos políticos, mídia tradicional, clubes, comunidades etc. A mediosfera é o espaço em que mito e técnica se entrelaçam, onde a imaginação coletiva se reinventa continuamente por meio de narrativas midiáticas (Contrera, 2010). Não se trata apenas de um ambiente de circulação de informações, mas de um verdadeiro ecossistema simbólico, capaz de produzir, legitimar e naturalizar novos modos de existência. É nesse solo fértil que o discurso Red Pill germina: amparado por algoritmos que privilegiam o engajamento afetivo, retroalimentado pela lógica do escândalo e da polêmica, e amplificado por

lideranças religiosas e políticas que encontram nele uma gramática útil para sustentar seus próprios projetos de poder.

Nesse sentido, a Red Pill é menos um conjunto de ideias e mais um fenômeno de propagação algorítmica: memes, reels, vídeos curtos e frases de efeito que circulam como mantras digitais, atingindo públicos distintos e reconfigurando-se em diferentes arenas: da estética dos coaches aos púlpitos das igrejas, das timelines pessoais às campanhas eleitorais. Mas talvez o aspecto mais perverso dessa circulação esteja na forma como ela atinge também as próprias mulheres. A mulher ideal Red Pill não é uma invenção apenas dos homens: ela é também reiterada por mulheres que consomem, reproduzem e validam esse discurso. Nas páginas utilizadas como corpus deste trabalho, observam-se comentários de mulheres que, já “redpilladas”, ecoam a narrativa de que a realização feminina está em ser escolhida pelo “homem certo”, em adequar-se ao molde de alta performance relacional, em alinhar-se às regras do jogo amoroso. O ideal de “ser digna de um príncipe encantado” ressoa como imperativo moral e estético: a mulher deve ser compreensiva, dócil, estrategista, equilibrada entre modernidade e tradição, e, sobretudo, consciente de que sua felicidade depende de corresponder ao desejo masculino.

Assim, a mediosfera não apenas difunde a narrativa da mulher ideal como objeto de desejo masculino, mas o converte em aspiração feminina, incentivando-as a viver como personagens de uma narrativa já escrita, moldando-se em função daquilo que o algoritmo premia: frases de “autoajuda amorosa”, reels sobre “ser a Mulher de Alto Valor”, ou mesmo conteúdos religiosos que reforçam a ideia da esposa virtuosa. O discurso Red Pill, portanto, funciona como um didatismo circular: o que os homens projetam como ideal retorna como expectativa internalizada pelas próprias mulheres, que o exibem nas redes como prova de adesão a um padrão.

Nesse jogo, a alteridade feminina se dissolve em dois polos caricaturais: de um lado, a “Mulher de Alto Valor”, dócil, adaptada, virtuosa e; de outro, a “mulher tóxica”, demonizada como ameaça à ordem amorosa.

Conclui-se, assim, que a Red Pill é apenas uma das faces de uma crise mais profunda. Ela revela como, em um mundo marcado pela aceleração tecnológica, pela globalização do capital, pelas unilateralidades, pelo desencantamento, mas também pela emancipação feminina, emergem respostas regressivas que buscam restaurar uma ordem impossível. Sua força não está na verdade que carrega, mas na facilidade com que se propaga: memes, cursos, sermões, discursos políticos. Tudo entrelaçado

num grande mercado de capitalização do imaginário. E se a pergunta que nos guiou foi “o que esses homens querem?”, a resposta final seja: querem salvar um mundo que já acabou e, no entanto, ao tentar resgatá-lo com técnicas arcaicas, contribuem apenas para aprofundar sua ruína. E essa mulher ideal é um fantasma: um espectro inventado para justificar ressentimentos, uma boneca inflável inflada por algoritmos, uma Afrodite de plástico comprada em financiamento com a pobreza do espírito deste tempo. Ela é dócil, mas não chata; sexy, mas não promíscua; jovem, mas eternamente madura; trabalhadora, mas dependente; independente, mas submissa.

Esse ideal é o milagre de um patriarcado em crise: um desejo que não deseja, um amor que não ama, um corpo sem voz. A querem obediente como uma serva medieval, com o corpo de uma modelo esculpida a anabolizantes e cirurgias, a devoção de uma santa e a conta bancária de quem nunca pede nada. Querem, sobretudo, que ela não exista de verdade, porque a realidade (cheia de contradições, subjetividade e liberdade) é insuportável para quem precisa de manuais de relacionamento.

Assim, a mulher ideal Red Pill não é uma mulher: é um espelho. Reflete o medo masculinista diante da alteridade, devolve a paranoia que os consome e exibe a megalomania do “homem de alto valor” consumista, consumido. Não é Vênus, não é Eva, não é Maria. É um meme com filtro do Instagram em resposta a um box de pergunta ruim. E, como toda ilusão, só se sustenta porque é vendida em cursos, reels e lives que prometem curar uma ferida que, no fundo, é deles mesmos. Portanto, se a pergunta que guiou esta pesquisa foi “quem é essa mulher ideal?”, a resposta final é tão simples quanto trágica: ela não existe. É um delírio coletivo, uma miragem patriarcal norteada por uma racionalização que, ao tentar restaurar um mundo morto, só expõe a falência de quem o remenda.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Miriam. **Feminismo e tensões de poder**. São Paulo: Boitempo, 2019.
- BAITELLO JR, Norval. **A era da iconofagia**: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Hacker, 2005.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Relogio d'Agua, 1991.
- BAUMAN, Zigmunt. **Amor Líquido**: Sobre a Fragilidade dos Laços Humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2004
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.
- BEAUVIOR, Simone de. **O segundo sexo**. Trad. Sérgio Milliet. 2. ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 2009. v. 1: Fatos e mitos.
- BENJAMIN, Jessica. **The Bonds of Love**: Psychoanalysis, Feminism, and the Problem of Domination. New York: Pantheon, 1988.
- BROWN, Wendy. **Nas ruínas do neoliberalismo**: a ascensão da política antidemocrática no ocidente. São Paulo: Editora Filosófica Politéia, 2019.
- CANGUILHEM, Georges. **O normal e o patológico**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.
- CARDOSO, Renato. **Casamento Blindado**: o seu casamento à prova de divórcio. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2012.
- CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera**: mídia, imaginário e cotidiano. São Paulo: Paulus, 2010.
- CONTRERA, Malena Segura. **Mito na mídia**: os mitos fundadores do Ocidente e a sociedade de massa. São Paulo: Annablume, 2002.
- DIJCK, José Van; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **A cultura da conectividade**: uma história crítica das mídias sociais. Tradução de Carolina Matos. Porto Alegre: Sulina, 2018.
- DURAND, Gilbert. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: Difel, 2001.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. 4 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2019.
- FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**: curso dado no Collège de France (1978-1979). Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber.** Tradução de Maria Thereza da Costa e J. A. Guilhon Albuquerque. 22. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2012.

FREUD, Sigmund. Introdução ao narcisismo (1914). In: **Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud.** Rio de Janeiro: Imago, 1996.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica:** o neoliberalismo e as novas técnicas de poder. Trad. Lucas Matos. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2017.

HILLMAN, James. **O mito da análise:** três ensaios de psicologia arquetípica. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984

HILLMAN, James. **Paranóia.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

HILLMAN, James. **Revendo a Psicologia:** uma nova visão da alma humana. São Paulo: Editora Cultrix, 1997

HILLMAN, James. **O código do ser:** um guia arquetípico para o destino pessoal. Tradução de Cássia Zanon. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997a.

HOLLIS, James. **Sob a Sombra de Saturno, a ferida e a cura dos homens.** São Paulo: Paulus, 1997.

JUNG, Carl G. **O Homem e Seus Símbolos.** São Paulo: Editora Cultrix, 2009.

JUNG, Carl G. **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo.** Petrópolis: Vozes, 2013a.

JUNG, Carl G. **Presente e futuro.** 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2013

JUNG, Carl G. **O eu e o inconsciente.** Tradução de Maria Luiza Appy. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

JUNG, Carl Gustav. **Memórias, sonhos, reflexões.** Organização de Aniela Jaffé. Tradução de Lygia Machado. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

KEHL, Maria Rita. **O Tempo e o Cão:** A Atualidade das Depressões. São Paulo: Boitempo, 2009.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0:** do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

MARIANO, Ricardo. **Neopentecostais:** sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 2005.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A ideologia alemã.** São Paulo: Boitempo, 2007.

MBEMBE, Achille. **Necropolítica.** São Paulo: N-1 Edições, 2018.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.

MORIN, Edgar. **O método 5**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

MOSCHKOVICH, Marina. A resistência masculina no contexto digital: A machosfera brasileira e os discursos antifeministas. **Revista Estudos de Gênero e Sociedade**, v.6, n. 1, 2018.

SCHUTZ, Thiago. **Livro das Red Flags**: Os 30 comportamentos femininos que podem arruinar a vida do homem moderno. Wireplex Editora & Conteúdo, 2023.

SILVA, Cauan Esplugues; SERBENA, Carlos Augusto. A teoria dos complexos culturais: uma perspectiva junguiana do social. **Estudos Interdisciplinares em Psicologia**, Londrina, v. 12, n. 1, p. 158-182, abr. 2021. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2236-64072021000100009&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 06 ago. 2025.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Editora Martin Claret, 2005.