



Recebido em 06/12/2024
Aceito em 07/02/2025
DOI: 10.26512/emtempos.v24i45.56393

ARTIGO

“Energia feminina” ou discurso de submissão?: as visões sobre a mulher, os usos do passado e o conservadorismo no Instagram

“Feminine Energy” or discourse of submission?: the perceptions
about women, the uses of the past and conservatism on Instagram

Alice Batista Guimarães

Mestranda em História pela Universidade Federal de Campina Grande

<https://orcid.org/0000-0002-8104-7198>

RESUMO: Nas redes sociais, principalmente após a onda de conservadorismo trazida pela extrema-direita do governo Bolsonaro, tem sido comum ver internautas de ambos os sexos transmitindo um discurso que tem como palavras de ordem os termos “energia feminina” e “mulher de verdade”. Tais falas são visivelmente contrárias à tendência emancipatória das mulheres, agindo no sentido de defender normas sociais para aquelas que não desejam afastar os homens ou se afastar da própria feminilidade, de modo que acabam por reduzir a mulher a postos e circunstâncias de submissão. Este artigo visa compreender este fenômeno à luz dos conceitos de gênero e representação, os quais serão confrontados com *posts* da rede social *Instagram* que abordem os tópicos destacados, a fim de perceber como tais discursos se constituem em usos do passado com fins de legitimar uma visão de mundo a respeito das mulheres.

PALAVRAS-CHAVE: História das Mulheres. Instagram. Usos do passado.

ABSTRACT: On social media, especially after the wave of conservatism brought about by the far-right of the Bolsonaro administration, it has been common to see internet users of both sexes broadcasting a discourse whose watchwords are the terms “feminine energy” and “real woman”. Such discourse is visibly contrary to the emancipatory tendency of women, acting to defend social norms for those who do not wish to alienate men or distance themselves from their own femininity, in a way that reduces women to positions and circumstances of submission. This article aims to understand this phenomenon in the light of the concepts of gender and representation, which will be confronted with posts on the social network Instagram,

which addresses the highlighted topics, in order to understand how these discourses constitute uses of the past to legitimize a worldview about women.

KEYWORDS: History of women. Instagram. Uses of the past.

Introdução

Já há algum tempo se tem visto a escalada rápida de um pensamento conservador em diversos âmbitos sociais, tais quais nas escolas, na política e, principalmente, na internet e nos discursos que ela permite veicular. Isso, com a onda de produção de conteúdo independente por indivíduos diversos, tem possibilitado e reforçado a divulgação de desinformação, *fake news* e mesmo ideias que reforçam preconceitos e perpetuam desigualdades. Na rede social *Instagram*, muito se vê o fenômeno de influenciadores que se colocam como determinados em dizer às mulheres que comportamentos elas devem manter, e quais devem evitar, geralmente visando conseguir, consolidar ou mesmo ‘curar’ um relacionamento. Contudo, mais do que uma suposta iniciativa com boa intenção, esta categoria de conteúdo representa um combate direto — e muitas vezes declarado — a ideias progressistas de emancipação feminina, defendidas principalmente pelo movimento feminista. Evocando uma suposta “energia feminina” ou “feminilidade” que, de acordo com esse discurso, está sob ameaça, esses produtores de conteúdo — ou seja, os comunicadores que atuam nas redes sociais — prometem auxiliar as mulheres em seu relacionamento, mas sempre a partir da evocação de um modelo único de feminilidade: tradicional, conservador e, em muitos casos, submisso.

Neste trabalho, pretendemos analisar estes discursos veiculados no *Instagram*, a fim de compreender que representações femininas eles evocam e como esta prática é, na realidade, o uso de um passado ou simplesmente de uma idealização tida sobre ele, a fim de reforçar ideias e normas sociais construídas sobre as mulheres — as quais, na atualidade, e principalmente pela atuação feminista, não têm mais a adesão e o apelo que tinham antigamente. Atualmente, através das publicações feitas em massa nas redes, renova-se o discurso para atender a um novo contexto social, no qual as mulheres têm ocupado mais espaços e usufruído de conquistas alcançadas em décadas anteriores. Com isso, vem a necessidade de alcançar as mulheres de forma a fazê-las questionar os valores hodiernos ou, talvez, unir esses mesmos valores a uma visão de mundo que, na verdade, as quer retornando para as posições que lhes eram reservadas antes — esposa, mãe, dona de casa, submissa. O que se quer compreender neste artigo é

quais discursos são esses, como se realiza esse empreendimento, que argumentos são utilizados, que promessas são feitas e com que finalidade isso ocorre. E, é evidente, de que modo tais discursos se utilizam de um passado idealizado para não só embasar o que se diz, mas também atrair as mulheres para esse modo de ser, que também é idealizado.

Importa deixar claro, desde o início, a relevância das fontes utilizadas, a saber, publicações do *Instagram*, também conhecidas como “postagens” ou simplesmente como *posts*. Em primeiro lugar, é essa rede social um dos ambientes virtuais mais utilizados para a divulgação dos conteúdos estudados neste trabalho. Do mesmo modo, por sua popularidade e alcance, o *Instagram* permite que múltiplas publicações, de autores diferentes, sejam veiculadas dia após dia, sendo inclusive passíveis de compilação nas seções delimitadas por *hashtags* (#), o que facilita infinitamente a reunião do material investigado. Consideramos, ainda, que o mundo virtual coloca o usuário como um produtor e organizador de objetos digitais (Lúcio, 2020), permitindo, portanto, acesso a ideias, pensamentos, falas e problemáticas diversas, através de variados formatos, tais quais as próprias postagens, comentários, vídeos, entre outros. Os usuários que representam o nicho para o qual são direcionadas as publicações em questão são, evidentemente, mulheres. Mas entendemos que há seções específicas desse grupo que estão mais sujeitas a esse tipo de conteúdo: mulheres conservadoras, solteiras e cristãs, mas mais especificamente, evangélicas.

No que se refere à metodologia, esta pesquisa se baseou em uma abordagem qualitativa¹, na qual o que se analisa são os discursos encontrados a partir da busca, no *Instagram*, por postagens atreladas às *hashtags* (marcadores) “feminilidade” (em torno de 400 mil resultados), “feminidade” (em torno de mil resultados) e “energia feminina” (contando com cerca de 72,6 mil publicações). Entre tantas fontes, selecionamos aquelas que cumprissem dois requisitos: o primeiro é o de que fossem publicações recentes; e em segundo lugar, deviam fazer referência a um passado exaltado e a um presente tido como ‘corrompido’ por quem elaborou a postagem — e conseqüentemente pelos indivíduos que acompanham o perfil. Assim, apesar dos números elevados de publicações que abordam esse tópico, analisamos somente cerca de trinta. Além disso, na seleção dos posts, optamos por

1 Segundo Pedro Demo (1998), a pesquisa qualitativa seria aquela que volta sua atenção para aspectos da realidade que são menos passíveis de sistematização. Ou seja, visa estudar elementos que não se resumem a dados e, portanto, não podem ser compreendidos somente a partir de métodos quantitativos. Bardin (2016), por sua vez, salienta a validade desse método para deduções ou variáveis precisas, não gerais. Além disso, aponta que há a importância do contexto em que a mensagem ou o documento foi produzido.

examinar aqueles pensados e divulgados por mulheres que sustentam, em relação ao público que as acompanha, uma relação de autoridade. Tal característica se apresenta, por vezes, por conta de sua formação — algumas se identificam no *Instagram* como psicoterapeutas ou mesmo psicólogas. Em outras situações, a autoridade é devida a posições conquistadas como empreendedoras, líderes religiosas, palestrantes, donas de cursos pagos ou influenciadoras de proeminência na rede social. Analisamos, portanto, os discursos divulgados por estas mulheres, entendendo-os a partir de conceitos e de uma literatura que ajude a elucidá-los.

Consideramos que um objeto simbólico, como as postagens do *Instagram* neste caso, tem a capacidade de produzir sentidos e está investido de significância (Orlandi, 2015, p. 24). Assim, o que procuramos expressar nesse trabalho é, em primeiro lugar, o entendimento de que as publicações em questão produzem sentidos, os quais normalmente estão associados a uma ideologia, e têm, por trás, um interesse em jogo. Por conseguinte, em segundo lugar, o que se espera deste trabalho é contribuir para o longo debate a respeito do impacto da internet e das redes sociais nas maneiras como as pessoas se relacionam com o mundo, entre si e, em alguns casos, consigo mesmas. Aqui, enfocamos os sujeitos femininos, alvos históricos de discursos que buscavam regular os comportamentos, os interesses, as expectativas e a vida de modo geral. A importância desse trabalho reside na tentativa de compreender como essa agenda de regulação das mulheres se perpetua, com nova roupagem, no contexto atual.

Ainda é diminuta a discussão que aborda a temática da energia feminina. A ascensão do conservadorismo, que abarca movimentos como *Red Pill*, *Tradwives* e *incel*, já são estudados e são relevantes para este trabalho, como será evidenciado ao longo do desenvolvimento. Contudo, devido ao caráter recente do movimento conservador pela energia feminina, que se desenvolve por volta do ano de 2020, ainda há poucos estudos que se dedicam a analisá-lo. Tanto Berge (2023) quanto Drummond (2023), que estudam a temática de forma específica, o fazem tendo como foco a plataforma de vídeos *Tik Tok*, em alta entre o público mais jovem. Nesse estudo, contudo, colocamos em evidência esse discurso como visto no *Instagram*, por ser uma rede social utilizada por pessoas de idades variadas e que permite o compartilhamento de vídeos e de fotos. Entre essas últimas, é importante considerar os chamados carrosséis, que são um recurso que permite compartilhar múltiplas imagens de uma vez, as quais são vistas ou lidas na sequência delimitada pela pessoa que as publicou. São um

recurso muito utilizado pelos usuários, mas em especial por aqueles que se dizem influenciadores na plataforma, e compõem boa parte das fontes aqui analisadas.

É preciso deixar claro que optamos por analisar as múltiplas publicações encontradas através das *hashtags*², mas não nos ateremos em investigar a fundo os perfis das mulheres produtoras do conteúdo em foco. Entendemos estas mulheres como sendo reprodutoras e defensoras de um discurso que é produzido no seio de uma sociedade e sistema patriarcais. Mas, por mais que sejam oprimidas e também cúmplices dos opressores, nos dizeres de Beauvoir (2019), não almejamos transformá-las em alvos. Suas falas e conteúdos serão enxergados, portanto, como partes de um discurso complexo, divulgado por múltiplas vozes e de modo público, e justamente por isso não sendo analisados em suas particularidades relativas ao indivíduo que os escreveu, divulgou e defendeu. Os aspectos relacionados a essas influenciadoras que serão postos em evidência serão aqueles que sigam alguma regularidade e se mostrem importantes para o propósito deste artigo — o que logicamente não impede que análises particularizadas sejam realizadas em trabalhos futuros.

“Vinho velho em odre novo”: a “energia feminina” divulgada no *Instagram* e suas associações entre presente e passado

Não é novidade, deve-se dizer, que o Brasil experiencia, já desde as Jornadas de 2013, uma escalada rápida de um movimento conservador e de extrema-direita que teve como ponto culminante a eleição de Jair Bolsonaro como presidente em 2018. Norteados por um pensamento vinculado, principalmente, à religião evangélica, este conservadorismo tem empregado suas forças em múltiplos formatos, trazendo pautas relativas aos costumes e que normalmente são contrárias às lutas identitárias (Reis, 2020). Ocorre que isto não se mantém apenas no ambiente dos parlamentares e líderes políticos, mas tem também uma adesão por parte da sociedade, que é o que se vê principalmente nas redes sociais — entre elas, o *Instagram*, encarado como uma espécie de ‘banco de dados’ neste trabalho. Entre as vítimas deste conservadorismo, estão as mulheres, constantemente bombardeadas por conteúdos que, por mais que não levantem diretamente bandeiras de lado político ou de partidos, defendem uma

2 Destacamos, ainda, que todas as fontes foram publicadas em perfis abertos ao público, o que tornou possível que as postagens fossem encontradas a partir das *hashtags*. Não foi utilizada fonte de perfil restrito em nenhum caso e, na data da publicação deste artigo, todos os *links* funcionam e podem ser acessados por qualquer pessoa.

causa específica: a manutenção daquela que seria a ‘verdadeira feminilidade’, a instrução de ‘mulheres de valor’.

Assim, é nesse contexto que se tem a produção e exaltação de discursos como os da ex-ministra Damares Alves, pastora evangélica e fundamentalista religiosa responsável pelo que foi chamado de Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos. Como se vê, o nome do Ministério delatava sua missão dupla: vincular as mulheres ao cuidado do lar e dos familiares (Almeida, 2023), e secundarizar a atenção dada às questões envolvendo os direitos humanos, como os de raça, de classe social e de gênero — não é de se admirar que a própria Funai, durante a vigência desta pasta, tenha se subsumido entre as pautas (Canal Rural, 2018). Damares Alves, por sua vez, mostrou-se como escolha acertada para um ministério extremamente conservador. Sob a bandeira do “menino veste azul e menina veste rosa” (Pains, 2019), a ministra engajava na produção e reprodução de *fake news* destinadas a fazer cumprir sua agenda normatizadora, lgbtfóbica, antigênero e misógina. Estas, amplamente divulgadas nas mais diversas redes, contribuíram para criar uma ideia alarmista de que as esquerdas estariam ensinando sexo nas escolas, incentivando o ‘homossexualismo’ — o uso do sufixo visando classificar a homossexualidade como doença³ — e, talvez o que mais tenha pautado este discurso, impulsionando a dita ‘ideologia de gênero’. As camadas que aderiram a essas falácias não apenas acreditaram nelas: também, em muitos casos, buscaram trabalhar ativamente no combate a tais ‘problemas’, principalmente através da produção e compartilhamento de conteúdos em redes sociais.

No entanto, não é apenas o conservadorismo ou o bolsonarismo o combustível por trás das tendências verificadas nos meios digitais. Indivíduos que aderem ao movimento *Red Pill*, de abrangência internacional, também reforçam a mensagem direcionada às mulheres, embora de forma diferente. Os *Red Pill* teriam este nome em referência a uma cena do filme “Matrix” (1999), em que são oferecidas ao protagonista duas pílulas (*pills*): a azul, que o manteria alienado, e a vermelha, que permitiria que ele visse a realidade para além das ilusões da Matrix. O movimento nomeado a partir do filme argumenta, portanto, que há uma série de verdades que são originalmente ocultas, em especial por uma suposta lavagem cerebral realizada pelos movimentos feministas, e que eles, os *Red Pill*,

3 A ideia da homossexualidade como patologia ou desvio não é recente. Origina-se primeiramente no entendimento de pecado, que se transforma em patologia estudada pela medicina psiquiátrica já no século XIX. Ver Foucault (1988) e Quinalha (2022).

teriam sido capazes de desvendar — e, em seguida, combater. Há também, por sua vez, os *incels* — termo do inglês que vem de *involuntary celibates* (celibatários involuntários) —, que seriam os homens rejeitados por mulheres e que, por isso, adotam um discurso não somente antifeminista, mas mesmo antimulher (Lima-Santos; Santos, 2022). Tanto os *incels*, como os *Red Pill*, têm na internet o seu palco e local de disseminação global, e acabam se fortalecendo no Brasil a partir da base de extrema-direita e conservadora que se consolidou nos últimos anos.

A questão central na análise deste artigo, no entanto, reside no fato de que, por mais que estes grupos tenham sua ideologia construída por e para homens, é possível verificar, a partir da investigação nas redes sociais, que cada vez mais mulheres têm adotado e reproduzido os discursos *Red Pill* e *incel*, temperados pelo conservadorismo visto com Damares Alves e outras figuras. Em muitos casos, estas ideias são apresentadas de maneira reformulada, visando adequá-los melhor às crenças religiosas e construções morais destas mulheres, e inclusive utilizando-os como base para prestação de serviços, tais quais de consultoria de relacionamentos ou mesmo de imagem. Além do mais, são concepções construídas com base em uma representação da mulher, já vista em épocas passadas e considerada como ideal ou, para usar um termo empregado nos *posts* analisados, ‘de valor’. Observamos que esse modelo de mulher é idealizado, colocando como foco aquela que seguia a cartilha do casamento, filhos e cuidados da casa, juntamente com a submissão ao marido provedor. Seria, no fim das contas, a mulher de classe média ou burguesa, branca, a quem não era necessário sair de casa para garantir, por meio do trabalho remunerado, o sustento do lar e dos filhos. Um molde evidentemente muito restrito, no qual nem todas conseguiam ou podiam caber. É a utilização, portanto, de uma memória social, coletiva, que se utiliza de uma representação do passado — frequentemente baseada em distorções — para fomentar normas e criar a noção de um grupo coeso (Tosh, 2011) que deve lutar para se manter existindo. Nesse ponto, o grupo é o das “mulheres femininas” ou “de valor”.

Adiciona-se, ainda, nesse contexto, o movimento que ficou conhecido como *Tradwife*. De acordo com Paula e Teixeira (2021, p. 56), este é composto majoritariamente por mulheres brancas e abastadas, “em defesa de padrões de gênero e hábitos ultratradicionais”. Com uma estética que muitas vezes remete às décadas de 1950, as produtoras de conteúdo que adotam o movimento normalmente se dedicam a mostrar partes de suas rotinas, as quais envolvem o cuidado dos filhos, o zelo pelo marido e o ato de cozinhar grandes refeições

“do zero”. Alinhadas à direita no espectro político (Hopner; Skyes, 2024), essas mulheres se utilizam da estética agradável dos cenários — muitas vezes partes de suas casas ou propriedades — como suporte para divulgar sua ideologia, princípios religiosos e, com sorte, ‘viralizar’, tornando-se famosas. Muitas delas definem-se abertamente como antifeministas, considerando que foi esta ideologia a culpada por transformar em ‘tabu’ a ideia de que mulheres vivam de acordo com os moldes tradicionais (Paula; Teixeira, 2021).

A argumentação construída pelos produtores de conteúdo vinculados a tais movimentos, geralmente mulheres, também gira em torno de termos como “feminilidade”, “feminidade” e mesmo “energia feminina” — esta que pega emprestada e reformula a noção das polaridades de Carl Jung, como visto em várias postagens —, sendo utilizados para nortear os comportamentos ideais, ou de valor, para uma mulher. Não raro, estão vinculados a versículos da Bíblia que pregam submissão aos maridos, o foco na casa e na maternidade, e a aversão às ‘coisas do mundo’. São, ao fim e ao cabo, o vinho velho da ‘natureza feminina’, mas nos odres novos da ‘feminilidade’ e termos correspondentes: têm a mesma função de atar a mulher à sua biologia, entendendo que ela determinaria os comportamentos sociais, em uma espécie de biologização do social e sociologização do biológico (Bourdieu, 2021). Geram, portanto, uma série de representações, ou seja, as classificações, divisões e delimitações que organizam como o mundo social é apreendido pelos indivíduos (Chartier, 2002).

Segundo Sandra Pesavento (2007), essas representações acabariam por construir legitimidade social, teriam força mobilizadora, inserindo-se não em regimes de verdade, mas de verossimilhança. Logo, ajudariam a estabelecer valores, ideais e mesmo as noções de identidade e diferença, partindo do pensamento de um grupo social. Sendo especificamente relacionadas à mulher, estas representações se associariam à noção dos papéis de gênero, ideia vista em diversas instâncias da sociedade, inclusive no mundo virtual da atualidade, e que se utiliza da diferenciação entre os corpos masculinos e femininos para legitimar a compreensão a respeito do que é “ser homem” ou “ser mulher” (Scott, 1995). Ou, para utilizar os termos da pesquisa, a noção de que haveria uma “energia feminina” e uma “energia masculina”.

A partir disso, ao analisarmos as postagens selecionadas para este trabalho, é possível compreender claramente a ideia de que a energia feminina cabe à mulher, enquanto a masculina cabe ao homem. Para as produtoras e produtores desse tipo de conteúdo, qualquer desbalanceamento existente nessa dinâmica

— que é sempre entre um casal heterossexual, vale destacar — é o provocador de problemas nos relacionamentos e famílias. Desse modo, a energia feminina, associada à docilidade, ao cuidado e à submissão, opõe-se à masculina, ligada à proteção, à força, à virilidade e à firmeza. A mulher “no masculino” é, assim, uma anomalia comumente associada, nos posts, a relacionamentos fracassados e a uma personalidade de vilã perante o homem. Em “Ciclo vicioso das relações” (Barbosa, 2023b), explica-se como funciona um relacionamento disfuncional entre homem e mulher. Nele, um homem desconectado do seu masculino faz com que a mulher se torne insegura, o que faz com que ela “entre no masculino” para compensar. Isso, por sua vez, faz com que o homem seja “empurrado” para o feminino, o que o enfraquece ainda mais e faz com que a mulher fique mais irritada, o que culmina na diminuição da atração e no distanciamento por parte dos dois lados.

É perceptível que, na publicação apresentada, a mulher “no masculino” é tida como a vilã. Por mais que seja o homem o suposto provocador do desequilíbrio, é ela que fica irritadiça, vitimizando o homem e que, posteriormente, inicia o decréscimo da atração e o aumento do distanciamento. Em certo sentido, é uma publicação que lembra as palavras de Michelet (1995, p. 243), que diz: “quando o virde abater-se, entristecido, desanimado, o mais das vezes o remédio seria abater-vos vós mesma, ser mais mulher e mais jovem — até mesmo, quando necessário, ser criança.” Por mais que esta seja uma fala de um historiador do século XIX, vemos nela a mesma defesa de que a mulher diminua a si mesma em prol do homem, para que ele se acredite forte e se sinta consolado (Michelet, 1995). É um pensamento antigo, mas que se repete na atualidade, com nova roupagem, novos argumentos e porta-vozes majoritariamente femininas.

Em outras publicações, encontramos exemplos de como classificar um homem que “está no masculino” e uma mulher que “está no feminino”. Vejamos:

o8 sinais de que você está no lugar do homem da relação

1. Enquanto seu parceiro adora dormir de conchinha e curte o lado mais romântico do relacionamento, você é do tipo prática e que não liga se ele esquecer algumas datas aliás, [sic] é mais provável você esquecer do que ele.
2. Você está sempre a frente tomando as decisões mais importantes da relação enquanto ele está mais preocupado com o horário do jogo de futebol ou com a última versão lançada no mundo dos vídeo games [sic].
3. Você já tem alguma liberdade financeira enquanto ele ainda está se descobrindo profissionalmente.
4. Você mora sozinha e paga suas contas enquanto ele ainda mora com

os pais e não demonstra nas ações dele, [sic] nenhum movimento para mudar isso.

5. Seu parceiro gosta mais de shopping que você e demora horas escolhendo uma única peça de roupa enquanto você se arruma em questão de minutos e inclusive reconhece que ele é mais valioso que você. [...] (Totolo, 2023).

No texto acima, a influenciadora recrimina os comportamentos considerados inapropriados para mulheres por serem “masculinos”. Nesse sentido, compreende-se que a frieza emocional, a tomada de decisões, a liberdade e independência financeira, e mesmo o relacionamento desapassionado com o próprio consumo, são elementos que compõem — ou deveriam compor, para a autora do *post* — a dita “energia masculina”. Por outro lado, quando associados às mulheres, estes comportamentos, mesmo que representem avanços nas vidas pessoais e profissionais das mulheres, lhes são reprováveis, visto que não se associam com o que as representações sobre o que é “ser mulher” delimitam para elas. Assim, o que se interpreta do que diz a autora do texto é que a mulher deve ser dependente financeira e emocionalmente, além de desligada das “decisões mais importantes da relação” e, por fim, vaidosa — visando ser uma mulher “de valor”, “valiosa”, como diz a postagem.

A legenda dessa mesma publicação também é esclarecedora. “Infelizmente nos dias de hoje, ensinam nossos jovens que não existe isso de ‘papel de mulher ou de homem’”, diz a autora (Totolo, 2023). Esta fala coloca em perspectiva um discurso que se utiliza do passado a partir de um apelo à tradição, partindo do princípio de que o que foi feito, pensado ou elaborado no passado é um guia para o que deve ser feito no presente (Tosh, 2011). A nostalgia também cumpre aqui um papel, colocando agora a mudança histórica como algo prejudicial e demonstrando, a partir da valoração negativa contida em “infelizmente, nos dias de hoje”, um sentimento de perda de um passado recente em uma sociedade que tem experienciado mudanças rápidas (Tosh, 2011). É o que se percebe na continuação do texto: “desde cedo a falta de orientação e o estímulo à quebra de padrões faz com que, na vida adulta não tenhamos noção do que avaliar, de como se comportar, de como fazer a relação dar certo e do que oferecer/esperar em um relacionamento amoroso” (Totolo, 2023). Os padrões ‘quebrados’, segundo a autora, seriam necessários para a sociedade e, vale destacar, para os relacionamentos românticos. É, portanto, uma leitura do presente que evoca um passado específico, colocando em perspectiva uma mudança que ocorreu entre

esses dois tempos (Oakeshott, 2003). Assim, se a valoração atribuída ao presente é negativa, o passado automaticamente ganha um valor positivo em resposta.

Em tal perspectiva, encaixa-se a ideia de que a memória é geradora da identidade, e essa última influencia em comportamentos e escolhas. Joël Candau (2012) argumenta, inclusive, que pode haver casos de nostalgia identitária, na qual se projeta no passado uma identidade almejada, que rivaliza com a que se tem no tempo presente. É isso que, pelo que interpretamos, ocorre com as influenciadoras que defendem a “energia feminina”. Atribuindo um valor negativo ao presente e à(s) identidade(s) que as mulheres podem ter nele, colocam como identidade ideal e esperada aquela que encaram como legítima. Negam, portanto, as alterações ligeiras do mundo, dos costumes, das ideias, em prol daquilo que elas próprias gostam de ser ou ao menos gostariam de ter sido. E nisso se utilizam de representações, crenças ou ideias (Candau, 2012) que naturalizam — no sentido de defender como natural — algo que, na realidade, é social.

É válido analisar outros aspectos, tais quais a ideia de que a mulher sempre estará empenhada em sua vida amorosa. Essa é, também, uma representação, na medida em que, já desde o século XIX, existe o entendimento — na época, supostamente científico — de que os sujeitos femininos seriam indivíduos mais emocionais e menos racionais, com comportamentos decretados por sua suposta fragilidade biológica (Guimarães, 2022). Enfoca-se também, na postagem, o fato de que o relacionamento em evidência é sempre heterossexual, visto que é preciso que haja um equilíbrio entre o masculino e o feminino. Isso, em teoria, automaticamente descarta a possibilidade de relacionamento entre duas mulheres, uma vez que o desequilíbrio existiria em qualquer caso: se ambas forem portadoras da “energia feminina”, se ambas fossem portadoras da “energia masculina” e se uma estivesse “no masculino” — sendo, portanto, disfuncional, desviante — e a outra “no feminino”. De acordo com o que diz Simone de Beauvoir, nessa perspectiva defendida pela postagem, a mulher “aguarda o Homem” (2019, p. 75). Contudo, segundo o que se discute na publicação, na verdade, a mulher deve deixar de invadir o “espaço masculino” e permitir que o “Homem” o assuma para reaver o equilíbrio.

Tais ideias têm base na chamada heterossexualidade compulsória, que também deriva das representações que norteiam a ideia de gênero. Joan Scott (1995) argumenta que um dos elementos que compõem a categoria de gênero seria um conjunto de conceitos normativos, expressos nas doutrinas que influenciam o meio social, e que visam sustentar uma aparência de eternidade na representação

dos gêneros. A ideia de mulher de valor, que se dedica unicamente à casa, marido e filhos, e, portanto, exerce sua energia feminina, se encaixa muito bem na definição da autora. Scott (1995) reforça, ainda, que essas afirmações requerem que outras alternativas sejam rejeitadas ou reprimidas. É o que Adrienne Rich (2012, p. 26) comenta quando defende que há um “feixe de forças pelo qual as mulheres têm sido convencidas de que o casamento e a orientação sexual voltada aos homens são vistos como inevitáveis componentes de suas vidas — mesmo se opressivos e não satisfatórios”. A heterossexualidade compulsória visaria, assim, assegurar aos homens o direito de acesso físico, econômico e também emocional às mulheres. Tanto Rich quanto Scott mencionam as instâncias que trabalham para que heterossexualidade seja a norma, como é o caso da religião, da política, da mídia ou da propaganda. Consideramos que também as redes sociais podem ser espaço de disseminação e defesa desses ideais, e o discurso da energia feminina é um exemplo de como eles foram reelaborados para atingir o público que faz uso dessas ferramentas digitais.

Os discursos mencionados anteriormente se repetem de formas diferentes. Em “Carta para os ex-amores de uma mulher que está voltando para o feminino” (Barbosa, 2023a), a autora diz que, para não ser vista como fraca, a mulher veste uma “armadura de mulher independente” — sendo a independência feminina um valor ou meta muito celebrada na contemporaneidade — e se coloca em um lugar de competição com o homem com quem se relacionava. Completa dizendo, em seguida, que quando o término ocorreu, ela não tinha ideia de que sua “força maior” estava no feminino. Outra influenciadora, por sua vez, em “Por isso ele não te dá flores” (Pastorio, 2023), diz que o problema dos relacionamentos são as mulheres da atualidade, que estão deixando os homens enfraquecidos. Isto ocorreria porque, dizendo que “podem tudo”, as mulheres desestimulariam os homens em seus papéis de protetores e provedores. Em outras palavras, as mulheres seriam sempre as culpadas por relacionamentos fracassados, visto que se recusaram a seguir as normas sociais tradicionais e a obedecer aos papéis de gênero pré-determinados.

Michael Oakeshott (2003), tratando de questões envolvendo as relações entre Passado, Presente e Futuro, diz que um tipo comum de existência humana tem dentro de si um presente que se relaciona a nós como objeto de atenção. Diz, ainda, que essa atenção normalmente tem um foco, mesmo que “ao redor” haja outros objetos que não tenham status de objetos de interesse. Ora, no caso das publicações aqui postas em evidência, o que é entendido como objeto de

interesse são as supostas falhas da mulher, as quais contribuem para o insucesso do relacionamento. Não se coloca em evidência, no entanto, a preguiça, as falhas de caráter, a falta de comprometimento e iniciativa, ou mesmo a masculinidade frágil — no sentido de que sempre tem necessidade de reafirmar a própria virilidade — dos homens com que estas mulheres infelizmente se relacionaram. Assim, retomando “os sinais de que você está no lugar do homem da relação” (Totolo, 2023), por mais que o homem não demonstre interesse na vida em casal, na própria vida profissional ou em seu desenvolvimento pessoal, é a mulher que é a culpada, por “estar no masculino”.

É ainda mais esclarecedor quando consideramos que Oakeshott (2003) também aponta que as respostas aos objetos de atenção são apreciações do significado e valor que eles têm para as pessoas que os enfocam. Ou seja, o foco está na mulher desviante porque, nessa perspectiva, a mulher existe para servir o homem ou, como diria Michelet, para ter e querer um “amo e senhor” (1995, p. 202). Do mesmo modo, a mulher é, de acordo com esse pensamento, o Outro do homem (Beauvoir, 2019) e, portanto, tudo que ele não é e tudo que ele não quer ser. Assim, uma mulher que “cruza a linha” e se coloca no posto de Sujeito, invade um território que não é seu: “estar no masculino” a diminui, uma vez que diminui o homem que está com ela ou os homens em um contexto geral. É uma estratégia, na realidade, que visa manter a mulher no lugar de submissão ao valorar negativamente a mulher que ousa sair dele, mesmo que essa saída tenha sido benéfica. Há aí, também, uma oposição à ideia da mulher “masculinizada”, na estética e no comportamento, que se origina de uma sociedade ainda notavelmente homofóbica, preconceituosa e conservadora. Por outro lado, um homem “estar no feminino” também o diminui, visto que o coloca na posição de submissão originalmente delineada para as mulheres.

Mais um aspecto que importa ressaltar é o de que a ideia da “energia feminina” e “energia masculina” permite, em muitos casos, um discurso de patologização da mulher, não muito diferente daquele já visto ao longo dos séculos XIX e XX. Neste momento histórico, desvios de conduta considerados questionáveis ou reprováveis eram, muitas vezes, associados à temida histeria feminina, que se manifestava na sexualidade, na interação com marido e filhos, no humor e nas interações sociais em geral (Rohden, 2001; Pereira, 2018). Atualmente, também são os ditos “desvios de conduta” associados a um comportamento “masculino” que determinam, para as influenciadoras, que as mulheres desviadas necessitam de ajuda, muitas vezes profissional. Não é à toa

que diversas autoras das postagens investigadas são psicoterapeutas e psicólogas, que inclusive oferecem cursos online que prometem auxiliar a mulher em sua jornada pela “recuperação do feminino”.

Em uma das publicações encontradas, o que se evoca é a busca por um relacionamento saudável, nos moldes da energia feminina, prometendo que a mulher o atingirá em 5 semanas (Sistêmico, 2023). É um discurso que evoca não apenas a ideia de saúde, mas também oferece diagnóstico, tratamentos ou terapias, e mesmo um prognóstico destinado a animar as ditas pacientes que se empenharem pela suposta e prometida cura. Pode se considerar, inclusive, que os “sinais” de excesso de energia masculina tomem o lugar de “sintomas”, atingindo inclusive a performance da mulher: “dificuldade em desfrutar” momentos de descanso, negligenciamento do autocuidado, cansaço constante, entre outros (Roberta, 2023). E todos esses sintomas seriam parte do ciclo que levaria ao pior momento da enfermidade: um relacionamento disfuncional, uma família falida.

É um discurso de patologização, mas que também, por vezes, investe em uma tentativa de desconectar a mulher independente daquilo que a religião prega, colocando-a como desviante não só das normas sociais, mas também dos desígnios de Deus. Em uma publicação intitulada “5 motivos pelos quais a Bíblia é o livro mais antifeminismo que existe” (Sterque, 2021), a autora convida as mulheres a olhar o mundo pelas lentes das escrituras, e não pelo feminismo, com um discurso que tenta apagar o fato de que a opressão exercida sobre as mulheres é realizada por homens. Nesse sentido, diz que “as mazelas sociais não está [sic] no machismo, ou no preconceito, mas no coração humano, independente de gênero, cor ou classe social” e que “a Bíblia apresenta satanás como inimigo, das mulheres, [sic] e não os homens”, além de outros argumentos que vão nessa mesma toada (Sterque, 2021). Esse discurso, tendo como alvo declarado o movimento feminista e sua ideologia, parte de uma perspectiva embasada na religiosidade cristã. Desqualifica, portanto, o feminismo e o processo histórico de emancipação das mulheres, colocando-o como supérfluo, já que, se a opressão “não é realizada pelos homens”, mas sim pelos seres humanos em geral, não haveria motivo para que as mulheres reivindicassem mudança ou direitos que a elas eram negados pela sociedade patriarcal. O próprio feminismo seria um problema: desnecessário e caótico, colocaria as mulheres contra os homens.

Mais do que intelectualmente desonesto em relação ao histórico da opressão sobre as mulheres, esse é um discurso que tenta inocentar os homens, aqueles que a praticam. A responsabilidade sobre as “mazelas” cai sobre uma entidade

sobrenatural e é retirada daqueles que de fato têm influência sobre as questões sociais. Ao mesmo tempo, deslegitima o feminismo: se é o Diabo o verdadeiro responsável pela violência e pela desigualdade de gênero, de que serviria uma ideologia libertadora contra ele? No fim das contas, além do pacote da mulher adepta aos valores tradicionais, a publicação prega também a não-contestação, o ato de calar-se e mesmo de perdoar o opressor e a opressão, já que o único culpado é o “Inimigo”.

Em outro *post*, que também tem o componente religioso de fundo, o título, acompanhado por uma imagem da artista mexicana Frida Kahlo, reconhecida por sua incisiva atuação política, diz que “O feminismo destrói as mulheres”, e a legenda segue repetindo esta ideia:

O feminismo é um movimento que tem destruído as mulheres; as universidades estão cheias de doutrinadores, a sociedade está cheia de mulheres vazias, amarguradas e tristes vivendo em rebeldia, sendo enganadas, desperdiçando uma breve vida, com vidas vazias, elas pensam que são livres, mas na realidade escravas, elas trabalham para dizer que são auto-suficientes [sic], isso tudo é orgulho, pecado! (Sabedoria, 2021).

O trecho citado estabelece um paralelo. A mulher amargurada-triste-incompleta é aquela que, por influência do feminismo, deixa-se levar pelos ideais de independência e, por conseguinte, abandona as aspirações tradicionais que a ela seriam reservadas. Ao contrário da mulher feliz e completa, que se dedica à família e à casa, a enganada pelo feminismo é infeliz justamente por ter se afastado do caminho previamente estabelecido. O trabalho, além de não ser suficiente para cobrir o “vazio” que lhe aflige, serve para que ela dê vazão a seu orgulho. Não à toa se fala em pecado: a falta capital citada se associa, também, ao afastamento dos desígnios de Deus. A mãe e a esposa, a quem comumente são atribuídos os “dons” da abnegação e da caridade, são figuras santificadas cuja função terrena teria sido atribuída pelo Criador. De acordo com o que se pode depreender da publicação, o feminismo ameaça a própria existência desse modelo ideal de mulher. É impossível não lembrar das palavras de Michelet (1995, p. 24) ao discutir sobre o destino da mulher letrada: “uma infinidade de possibilidades escabrosas, em suma, uma vida confusa, um destino abortado, por vezes trágico”.

Necessitamos nos atentar para o fato de que em momento algum se considera que o trabalho feminino possa se originar da mais pura necessidade, e não por simples ideal feminista. Não se menciona as mães que criam seus filhos sozinhas, por motivo de morte do marido ou de abandono parental, e que necessitam de uma renda para fazê-lo. Não se alude àquelas filhas de famílias

pobres, que precisam ajudar nas contas de casa. Não se abrem exceções para as que necessitam de um emprego. O problema está no desvio da “função natural da mulher” e a solução simplista seria redirecioná-las para o lar, o marido e os filhos. Nesse sentido, a(s) pessoa(s) por trás da postagem não considera(m) que há aquelas mulheres que, ainda que de modo diferente, mantêm-se no posto de Anjo do Lar, sacrificando-se todos os dias em prol de outros (Woolf, 2020, p. 12). A crítica, mesmo que não seja personalista, baseia-se em um modelo a ser seguido e em um outro a ser evitado, nenhum deles com variações ou exceções. Se não cuida do lar, certamente é por egoísmo e orgulho. Novamente, percebendo como tal discurso deriva de pensamentos remanescentes de tempos passados, remetemos a Michelet (1995, p. 33), que sela de vez o destino da mulher que se desvia de sua “natureza”: “quanto mais morta está no coração, mais bem colocada está na vida”.

Seguindo com exemplos, um vídeo intitulado “NÃO! Eu não quero ser ‘EMPODERADA’” (Elegancia, 2023) opõe o empoderamento feminino à constituição de família, aos cuidados da casa e dos filhos, ao mesmo tempo em que diz “quero amar e servir ao meu marido” e “com muito carinho me arrumar para o meu belo marido”. Nesse caso, o recurso visual também fala muitíssimo, aludindo inclusive às já mencionadas *Tradwives*: todas as imagens que acompanham as frases mostram mulheres brancas, em cenários quase paradisíacos, estendendo roupas lavadas, cozinhando, abraçando marido e filhos, arrumando-se e maquiando-se com um grande sorriso no rosto. Um detalhe importante está nas roupas utilizadas nos vídeos: a maioria delas remete a uma estética dos anos 50, com cores suaves e estampas delicadas, “femininas”, sempre modestas. Não parece ser coincidência que a estética dessa publicação — e de outras que seguem o mesmo movimento tradicionalista — remeta a um período em que as mulheres eram ainda mais oprimidas e tinham ainda menos direitos do que na atualidade.

No caso das publicações citadas, é comum o uso de versículos da Bíblia articulados de maneira a reforçar as construções de gênero e ao discurso da energia feminina. E mesmo em perfis que não têm como prioridade a bandeira religiosa, está presente esse pensamento na forma dos próprios versículos ou nas menções a Deus. No entanto, entendendo que a ideia da “feminilidade” não é definida somente pela religião, também é comum ver perfis “laicos” se colocando como contrários ao movimento. Alguns chegam a utilizar termos presentes no repertório feminista, mas modificando seu sentido para que eles possam aderir à ideologia defendida. É como vemos a seguir:

O teu verdadeiro empoderamento é a tua feminilidade. Deixa os homens serem homens contigo. Não queira ser igual a eles. Lembra que a mulher feminina é sábia e inteligente, ela sabe que é realmente empoderada quando usa o poder que só ela tem – o poder feminino (Cunha, 2021).

Pode-se dizer que essa estratégia visa, ao mesmo tempo, manter a mulher que a aprova em consonância com os discursos vistos na modernidade, mas sem renunciar às representações femininas tradicionais e dos papéis de gênero.

Por fim, é possível concluir que esses discursos são, na realidade, mais uma estratégia patriarcal para culpabilizar mulheres por um sistema que as sobrecarrega. Sob as ideias da maternidade, do trabalho de cuidado e da necessidade do homem, a ideologia da feminilidade compulsória serve como justificativa para que mulheres tomem para si mais uma responsabilidade: a da coesão dos relacionamentos e da família. No entanto, a falta de responsabilização do homem nas publicações deixa bastante claro o porquê dos relacionamentos falirem: há uma sistemática de culpabilização e de sobrecarga emocional das mulheres. Ditas como “mais emotivas”, são elas que são socializadas para “lutar” pela felicidade conjugal, dentro do lar, enquanto aos homens este caminho fica livre sob a bandeira do “provedor”.

Assim, em um compromisso firmado por duas pessoas, apenas uma é encorajada, nas publicações do *Instagram*, a mudar para o bem do relacionamento. É apenas a mulher que recebe conselhos como “Não use esses tipos de verbos no imperativo no seu relacionamento” (Barbosa, 2023c) ou “Como exalar energia feminina” (Roz, 2023), enquanto há, ao mesmo tempo, influenciadoras que dizem que homens não podem ser compreensivos ou demonstrar sentimentos exacerbados (Bertonazi, 2023). O que tais discursos incentivam, no fim das contas, é o sacrifício irrestrito das mulheres, um silenciamento de suas vontades e a permanência em relacionamentos nocivos, em favor da exaltação dos sujeitos masculinos.

Além do mais, considerando o exposto ao longo do artigo, concordamos com o que argumenta Wolf (2021), ao dizer que sempre que as mulheres conquistam direitos e vencem obstáculos, mais rigidez encontram na delimitação de um padrão imposto a elas. Wolf falava originalmente do mito da beleza, que teria substituído a mística feminina. O primeiro demandaria que as mulheres encarnassem um ideal de beleza, que corresponderia à sua fertilidade e seria a moeda corrente para atribuir valores às personagens femininas (Wolf, 2021). O segundo, por sua vez, afirma que o valor e o compromisso da mulher seria a

realização de sua feminilidade, a qual estaria ligada ao mundo familiar e voltado para o cuidado do doméstico (Friedan, 1971). Mas entendemos que a nova roupagem dada a uma ideologia já antiga também é um mecanismo que atua no mesmo sentido que o mito da beleza. Também advém, portanto, da “necessidade da cultura, da economia e da estrutura do poder contemporâneo de criar uma contraofensiva contra as mulheres” (Wolf, 2021, p. 30).

A idealização do passado como um “lugar melhor” e sua utilização no discurso como alternativa óbvia e possível, contribui, simultaneamente, para deslegitimar as práticas e pensamentos da atualidade, e esconder que o passado pode não ter sido tão melhor quanto se pensa. Ao mesmo tempo, a atualização desse discurso, de modo a tentar expressar uma suposta preocupação com as vidas das mulheres no presente, é estratégia para, a um só tempo, atrair adeptas que pensam fazer o melhor para si próprias e transformá-las novamente em símbolos da submissão aos homens.

Considerações Finais

A partir desse trabalho, conseguimos ver quais representações o discurso da “energia feminina” e da “mulher de valor” constrói e defende a respeito da mulher. Elaborando um pensamento que patologiza, problematiza e coloca como perigosos comportamentos diferentes daqueles que são esperados das mulheres, os conteúdos aqui estudados se encaixam em um período em que o conservadorismo tenta reivindicar e defender posturas e ideias que, na atualidade, têm sido combatidas. Podemos dizer que os discursos analisados são uma espécie de resposta a uma contemporaneidade que questiona as representações tradicionais e as construções de gênero. E para fortalecer o poder dessa mesma resposta, estas ideias têm sido aderidas por profissionais de diversas áreas, que se utilizam de sua autoridade perante os usuários do *Instagram* para divulgar e consolidar essa ideologia. Normalmente, mulheres brancas, de classe média ou acima, heterossexuais e cristãs, que utilizam o *Instagram* como espaço de disseminação da ideologia e valores que consideram não apenas certos, mas naturais e determinados por Deus.

Do mesmo modo, entendemos que tais discursos defendem um passado e se utilizam dele para reivindicar sua própria legitimidade. Questionando valores, ideologias e costumes das mulheres, dos homens e das famílias da atualidade, essas publicações exaltam um passado idealizado, no qual as mulheres cumpriam com os papéis que, teoricamente, seriam naturais a elas. Simultaneamente,

condenam diversas mudanças que aconteceram ao longo da Era Contemporânea e que seguem acontecendo, concedendo à mulher direitos e maior independência em relação aos homens. É uma forma, também, das mulheres que produzem esses conteúdos defenderem seus valores e suas representações a respeito da sociedade e do papel da mulher, na esperança de que ocorra uma reversão aos padrões antigos. Acontece, porém, que esse mesmo passado é uma representação, visto que nem todas as mulheres que o viveram se adequavam às expectativas da sociedade. Ao fim e ao cabo, o que a ideia da feminilidade reivindica é meramente uma construção social, que deve ser historicizada, a fim de que se perceba que não é algo natural ou biológico.

Como apontamos neste estudo, a maior parte dos conteúdos produzidos sobre a “energia feminina” tem como disseminadoras, na maior parte das vezes, mulheres brancas, provavelmente partindo da classe média, que se colocam em posições de autoridade. Importa, em estudos futuros, compreender como essas ideias atingem não os pares dessas mulheres — ou seja, outras mulheres brancas de classe média —, mas mulheres negras e/ou pobres. No caso das mulheres negras, é válido que este debate possa ser analisado a partir de uma perspectiva interseccional, colocando em foco as questões de gênero, raça e também classe social. Os conteúdos produzidos geralmente enfocam a questão dos relacionamentos, mas ignoram como essa faceta da vivência social é experienciada por mulheres negras e como estas lidam com as vivências de cuidado com a família — que muitas vezes as têm como chefes (Buono; Gorziza; Machado, 2023) —, com a casa, e no mundo do trabalho, por vezes intenso e precarizado. A interseccionalidade também será importante para entender com mais profundidade o efeito dos discursos em relação às mulheres lésbicas, que também são um grupo invisibilizado pelo que é argumentado sob a bandeira da energia feminina. Além disso, é relevante considerar outras variáveis, tais quais idade, formação, emprego, vivências abusivas em relacionamentos, e ver como diferentes mulheres recebem a mensagem de feminilidade divulgada pelas influenciadoras digitais.

Argumentamos no início do trabalho que as postagens normalmente eram direcionadas para um público composto por mulheres conservadoras, solteiras e cristãs, não sendo necessário que cumprissem todos esses requisitos. Não é correto dizer, entretanto, que esses grupos são os únicos que recebem as postagens, visto que o algoritmo do *Instagram* provavelmente deve relacionar tais conteúdos a outros que, em alguma medida, se associam. É possível, aliás, que mulheres que

acessem *posts* ou perfis que abordem moda, etiqueta, maternidade ou cuidados da casa também recebam as publicações sobre energia feminina. Além disso, trata-se de uma rede social, na qual textos, imagens e vídeos são compartilhados entre membros de uma comunidade. Mesmo que não acompanhem conteúdos que se relacionem à temática em questão, as usuárias podem ter acesso a eles a partir de compartilhamentos realizados por conhecidos, seja na seção de mensagens — as chamadas *Direct Messages* ou simplesmente DMs — ou nas próprias contas dos indivíduos. Assim, devido a essas razões, temos alguma noção a respeito dos usuários que consomem tais publicações de modo mais frequente, mas não é possível ter acesso aos dados reais a respeito do público geral que, por interesse ou acaso, acabou por visualizar as publicações. Isto se configura como um problema enfrentado ao longo da pesquisa, mas que pode se tornar uma pergunta a ser feita em outros trabalhos, a fim de entender melhor o fenômeno da energia feminina e seu alcance entre as mulheres.

Este trabalho trata de um tema que ainda é pouco analisado, mas que já tem grande expansão nas redes sociais. Com a ascensão dos valores conservadores e da extrema-direita, é preciso que nos mantenhamos atentos aos elementos que rodeiam essas ideologias e que, além disso, as fortalecem. E sabendo que as redes sociais são um poderoso motor das massas, importa que nos dediquemos a estudar ainda mais os fenômenos que nela se originam, o que nela se discute ou se defende. As mulheres que divulgam o pensamento da energia feminina muito provavelmente acreditam nele e querem que outras mulheres acreditem também. Compreender suas origens e, principalmente, o fato de que não se trata de um discurso novo, mas sim meramente revisitado e reimaginado, é essencial para que se possa enfrentá-lo e conscientizar os indivíduos de seus riscos.

Referências

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. É urgente tirar a família do foco do Ministério das Mulheres e dos Direitos Humanos. **The Intercept Brasil**. 2023. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2023/01/04/ministerio-das-mulheres-urgente-tirar-familia-do-foco/> Acesso em: 15 nov. 2023.

BARBOSA, Jaque (@jaquebarbosa). **Carta para os ex-amores de uma mulher que está voltando para o feminino**. Instagram, 31 mar. 2023a. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CqdRoE3uzho/?img_index=1 Acesso em: 5 dez. 2023.

BARBOSA, Jaque (@jaquebarbosa). **Ciclo vicioso das relações**. Instagram, 28 ago. 2023b. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CwgKiSdtBv3/> Acesso em: 5 dez. 2023.

BARBOSA, Jaque (@jaquebarbosa). **Não use esses tipos de verbos no imperativo no seu relacionamento**. Instagram, 12 abr. 2023c. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cq899kbLCkn/?img_index=1 Acesso em: 10 dez. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2019.

BERGE, Laila van. The dark and divine feminine: Secular stereotypes and theological tropes on TikTok. **Tijdschrift voor genderstudies** 2, Amsterdam University Press, Vol. 26, Issue 3/4, 1 dez. 2023, p. 293-312.

BERTONAZI, Pietra (@doutrinazero). **Como saber quem é o homem certo?** Instagram, 12 jun. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CtaKNgYLj6K/> Acesso em: 10 dez. 2023.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 19ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2021.

BUONO, Renata; GORZIZA, Amanda; MACHADO, Lara. A cada 10 mulheres chefes de família no Brasil, 6 são negras. **Piauí**, 2023. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/cada-10-mulheres-chefes-de-familia-no-brasil-6-sao-negras/> Acesso em: 9 dez. 2023.

CANDAU, Joël. **Memória e identidade**. São Paulo: Contexto, 2012.

CHARTIER, Roger. **A História Cultural: entre práticas e representações**. Trad. Maria Manuela Galhardo. Lisboa: DIFEL, 2002.

CUNHA, Cynthia (@cynthiabcunha). **O teu verdadeiro EMPODERAMENTO é a FEMINILIDADE**. Instagram, 18 nov. 2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CWbWmrVvMBI/> Acesso em: 4 dez. 2023.

DEMO, Pedro. Pesquisa qualitativa - Busca de equilíbrio entre forma e conteúdo. **Revista latino-americana de enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 6, n. 2, p. 89-104, 1998.

DRUMMOND, Thaís Pires. **“Feminina, leve e feliz”**: ideologias de gênero no TikTok. Rio de Janeiro, 2023. Monografia (graduação em Letras Portugueses – Inglês) — Faculdade de Letras, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11422/22337> Acesso em: 5 fev. 2025.

ELEGANCIA, Feminilidade e (@femininitywithelegance). **NÃO! Eu não quero ser “EMPODERADA”!** Instagram, 12 dez. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CyTXADnO6_z/ Acesso em: 6 dez. 2023.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: A Vontade de Saber**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FRIEDAN, B. **Mística Feminina** – O livro que inspirou a revolta das mulheres americanas. Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

GESTÃO DA FUNAI VAI PARA MINISTÉRIO DA MULHER, DA FAMÍLIA E DOS DIREITOS HUMANOS. **Canal Rural**, 2018. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/diversos/gestao-da-funai-vai-para-ministerio-da-mulher-familia-e-direitos-humanos/> Acesso em: 15 nov. 2023.

GUIMARÃES, Alice Batista. **Mulher em papel**: as representações femininas no correio de Aracaju no início do século XX (1906-1910). São Cristóvão, 2022. Monografia (graduação em História) – Departamento de História, Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2022.

HOPNER, Veronica; SKYES, Sophia. Tradwives: Right-Wing Social Media Influencers. **Journal of Contemporary Ethnography**, Vol. 53, Issue 4, Aug. 2024, p. 453-487.

LIMA-SANTOS, André Villela de Souza; SANTOS, Manoel Antônio dos. Incels e Misoginia On-line em Tempos de Cultura Digital. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, [S. l.], v. 22, n. 3, p. 1081–1102, 2022. DOI: 10.12957/epp.2022.69802. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/revispsi/article/view/69802>. Acesso em: 15 nov. 2023.

LÚCIO, T. S. O historiador e um método: a memória social de um desastre via hashtag. **V!RUS**, São Carlos, n. 20, 2020. [online]. Disponível em: <http://www.nomads.usp.br/virus/virus20/?sec=4&item=16&lang=pt>. Acesso em: 10 nov. 2023.

MICHELET, Jules. **A mulher**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

OAKESHOTT, Michael. **Sobre História & Outros Ensaaios**. Rio de Janeiro: Topbooks Editora, 2003.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 12^a ed. Campinas: Pontes Editores, 2015.

PAINS, Clarissa. “Menino veste azul e menina veste rosa”, diz Damares Alves em vídeo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 3 jan. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/menino-veste-azul-menina-veste-rosa-diz-damares-alves-em-video-23343024> Acesso em: 15 nov. 2023.

PASTÓRIO, Camila (@camipastorio). **Por isso ele não te dá flores**. Instagram, 26 out. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Cy4FDNgOVWd/> Acesso em: 5 dez. 2023.

PAULA, Luciane de; TEIXEIRA, Laura Pereira. Barbies perfeitas: o antifeminismo contemporâneo. In: ABREU-TARDELLI, Lília Santos; FERREIRA, Anise de Abreu G. D’Orange GARCIA, Talita Storti (Orgs.). **Pesquisas em Linguagem**: Diálogos com a contemporaneidade. 1. ed. Campinas: Pontes Editores, 2021, p. 54-86. Disponível em: https://lucianasalazarsalgado.net/wp-content/uploads/2021/07/versacc830_pdf_divulgacca7acc830.pdf Acesso em: 22 nov. 2024.

PEREIRA, Bruna dos Santos B. **Entre a loucura e a norma:** mulheres internadas no Sanatório Pinel (São Paulo, 1929–1944). São Paulo: e-Manuscrito, 2018.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História e História Cultural.** Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

QUINALHA, Renan. **Movimento LGBTI+:** uma breve história do século XIX aos nossos dias. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2022.

REIS, D. A. Notas para a compreensão do Bolsonarismo. **Estudos Ibero-Americanos**, [S. l.], v. 46, n. 1, p. e36709, 2020. DOI: 10.15448/1980-864X.2020.1.36709. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/iberoamericana/article/view/36709>. Acesso em: 15 nov. 2023.

RICH, A. Heterossexualidade compulsória e existência lésbica. **Bagoas - Estudos gays: gêneros e sexualidades**, [S. l.], v. 4, n. 05, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/bagoas/article/view/2309>. Acesso em: 6 fev. 2025.

ROBERTA, Karla (@karla.roberta.psi). **Sinais que a Energia Feminina está em Desequilíbrio.** Instagram, 5 jul. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CuVQC2aNltL/>. Acesso em: 6 dez. 2023.

ROHDEN, Fabíola. **Uma ciência da diferença:** sexo e gênero na medicina da mulher. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2001.

ROZ, Aline (@eusoualineroz). **Como exalar energia feminina.** Instagram, 4 dez. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CocdFzvJ3Ch/?img_index=1. Acesso em: 10 dez. 2023.

SABEDORIA, Feminilidade & (@feminilidade.e.sabedoria). **O feminismo destrói as mulheres.** Instagram, 28 ago. 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CTISghL_8n/. Acesso em: 4 dez. 2023.

SCOTT, Joan. “Gênero: uma categoria útil para a análise histórica”. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, 16 (2): 5-22, jul./dez., 1995.

SISTÊMICO, Horizonte (@horizontesistemico). **A realidade hoje é triste.** Instagram, 21 nov. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cz4dYFNueof/?img_index=1. Acesso em: 7 dez. 2023.

STERQUE, Ana Clara (@discipulaemulher). **5 motivos pelos quais a Bíblia é o livro mais antifeminismo que existe.** Instagram, 15 fev. 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/p/CLU58bnnb8-/?img_index=1. Acesso em: 4 dez. 2023.

TOSH, John. **A busca da história:** objetivos, métodos e as tendências no estudo da história moderna. Petrópolis: Vozes, 2011.

TOTOLO, Ariana Schavarski (@ari_stotolo). **o8 sinais de que você está no lugar do homem da relação.** Instagram, 24 jan. 2023. Disponível em: https://www.instagram.com/p/Cnz5ZouJCHq/?img_index=1. Acesso em: 5 dez. 2023.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza:** como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021.

WOOLF, Virgínia. Profissões para mulheres. In: **Profissões para mulheres outros artigos feministas.** Porto Alegre: L&PM, 2020, p. 9-19.