



INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)

ANTROPOLOGIA – DIVERSIDADE CULTURAL
LATINO-AMERICANA

**DESPERTAR OU ILUSÃO? UMA ETNOGRAFIA DIGITAL DA COMUNIDADE RED
PILL NO TIK TOK**

ISAAC PINHEIRO ASSIS

Foz do Iguaçu
2025



INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE
ARTE, CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)

ANTROPOLOGIA – DIVERSIDADE CULTURAL
LATINO-AMERICANA

**DESPERTAR OU ILUSÃO? UMA ETNOGRAFIA DIGITAL DA COMUNIDADE RED
PILL NO TIK TOK**

ISAAC PINHEIRO ASSIS

Trabalho de Conclusão de Curso em Antropologia – Diversidade Cultural Latino-Americana, da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), como requisito parcial para a obtenção do título bacharel em Antropologia.

Orientador: Prof. Dr. Waldemir Rosa.

Foz do Iguaçu
2025

ISAAC PINHEIRO ASSIS

**DESPERTAR OU ILUSÃO? UMA ETNOGRAFIA DIGITAL DA COMUNIDADE RED
PILL NO TIK TOK**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Antropologia – Diversidade Cultural Latino-Americana.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Waldemir Rosa

UNILA

Profa. Dra. Angela Maria de Souza

UNILA

Prof. Dr. Rodrigo Juan Villagra Carron

UNILA

Foz do Iguaçu, 30 de julho de 2025

Dedico este trabalho à minha família, que sempre acreditou no meu potencial mesmo nos momentos de incerteza. Aos meus pais, pelo exemplo de coragem, paciência e persistência. Às amigas que caminharam ao meu lado durante esta jornada, pelo apoio, pelas conversas e pelo acolhimento nos dias difíceis.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, ao meu orientador, professor Waldemir Rosa, expresso minha profunda gratidão pela escuta atenta, pelas provocações teóricas, pelas orientações cuidadosas e pela confiança ao longo de todo o processo de pesquisa.

À minha família, especialmente aos meus pais e minha irmã, que sempre estiveram presentes, mesmo nos momentos de distância, oferecendo amor, força e incentivo incondicionais. Obrigado por nunca deixarem que eu desistisse dos meus sonhos.

Aos amigos e amigas em especial a Aline que me acolheram em momentos de dificuldade e celebraram comigo cada pequena conquista: este trabalho também é de vocês.

Por fim, agradeço a todas as pessoas que contribuíram direta ou indiretamente para a realização deste trabalho, seja com uma palavra de apoio, uma crítica construtiva ou apenas acreditando no meu caminho.

Muito obrigado!

“O homem que reprime os seus desejos impede a própria satisfação e impõe ao outro a sua neurose.”

Sigmund Freud

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar como a comunidade Red Pill brasileira, presente na plataforma TikTok, constrói e dissemina discursos sobre masculinidade hegemônica. A pesquisa se fundamenta em uma abordagem qualitativa, por meio de uma etnografia digital, com base metodológica em Kozinets (2015). Foram analisados conteúdos de quatro perfis influentes Red Pill nacional, considerando estratégias discursivas, engajamento dos seguidores e categorias temáticas predominantes. O referencial teórico se ancora nos estudos de gênero e masculinidades, com destaque para os conceitos de masculinidade hegemônica (Connell, 1995), performatividade de gênero (Butler, 1990), e cultura algorítmica (Gillespie, 2014). A análise revelou que os influenciadores Red Pill utilizam uma retórica pedagógica para reafirmar padrões tradicionais de masculinidade, muitas vezes em oposição às conquistas feministas e aos ideais de igualdade de gênero. Ao se apropriar das lógicas algorítmicas das redes sociais, esses atores amplificam discursos de dominação, autoaperfeiçoamento e rejeição da figura do “homem desconstruído”. Conclui-se que as redes sociais se tornaram importantes espaços de rearticulação de ideologias patriarcais, moldando subjetividades masculinas por meio de fórmulas de sucesso, virilidade e controle emocional, com amplo alcance e poder de influência na contemporaneidade.

Palavras-chave: Masculinidade hegemônica; Etnografia digital; Redes sociais; Red Pill; Performatividade de gênero.

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar cómo la comunidad brasileña Red Pill, presente en la plataforma TikTok, construye y difunde discursos sobre la masculinidad hegemónica. La investigación se basa en un enfoque cualitativo, a través de la etnografía digital, con base metodológica en Kozinets (2015). Se analizó el contenido de cuatro perfiles influyentes en el nacional de Red Pill, teniendo en cuenta las estrategias discursivas, el compromiso de los seguidores y las categorías temáticas predominantes. El marco teórico está anclado en los estudios de género y masculinidad, con énfasis en los conceptos de masculinidad hegemónica (Connell, 1995), performatividad de género (Butler, 1990) y cultura algorítmica (Gillespie, 2014). El análisis reveló que los influenciadores de la píldora roja utilizan la retórica pedagógica para reafirmar los patrones tradicionales de masculinidad, a menudo en oposición a los logros feministas y los ideales de igualdad de género. Al apropiarse de la lógica algorítmica de las redes sociales, estos actores amplifican discursos de dominación, superación personal y rechazo de la figura del hombre deconstruido. La conclusión es que las redes sociales se han convertido en importantes espacios de rearticulación de ideologías patriarcales, moldeando subjetividades masculinas a través de fórmulas de éxito, virilidad y control emocional, con un amplio alcance y poder de influencia en la época contemporánea.

Palavras-chave: Masculinidad hegemónica; Etnografía digital; Redes sociales; Pastilla roja; Performatividad de género.

ABSTRACT

This paper aims to analyse how the Brazilian Red Pill community, present on the TikTok platform, constructs and disseminates discourses on hegemonic masculinity. The research is based on a qualitative approach, through digital ethnography, with a methodological basis in Kozinets (2015). Content from four influential profiles in the national Red Pill was analysed, taking into account discursive strategies, follower engagement and predominant thematic categories. The theoretical framework is anchored in gender and masculinity studies, with emphasis on the concepts of hegemonic masculinity (Connell, 1995), gender performativity (Butler, 1990), and algorithmic culture (Gillespie, 2014). The analysis revealed that Red Pill influencers use pedagogical rhetoric to reaffirm traditional patterns of masculinity, often in opposition to feminist achievements and ideals of gender equality. By appropriating the algorithmic logic of social networks, these actors amplify discourses of domination, self-improvement and rejection of the figure of the 'deconstructed man'. The conclusion is that social networks have become important spaces for rearticulating patriarchal ideologies, moulding male subjectivities through formulas of success, virility and emotional control, with a wide reach and power of influence in contemporary times.

KEY WORDS: Hegemonic masculinity; Digital ethnography; Social networks; Red Pill; Gender performativity.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – “Eu se fosse mulher”.....	30
Imagem 2 – Perfil de Rafael Aires no Tik Tok.....	31
Imagem 3 – “Cara, a mulher sente a fraqueza de longe”.....	32
Imagem 4 – “Existe promoção nessas idades?”.....	34
Imagem 5 – “A burrice da mulher não está na cabeça está na alma”.....	37
Imagem 6 – “O feminsmo só está de pé hoje, porque ainda tem homens que apoiam.”.....	39

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO I REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
1.1 CULTURA ALGORÍTMICA E PRODUÇÃO DE SUBJETIVIDADES DIGITAIS: A PEDAGOGIA DA MASCULINIDADE NA COMUNIDADE RED PILL.....	18
1.2 AS LIDERANÇAS DIGITAIS RED PILL NO TIK TOK: ANÁLISE PRELIMINAR DE QUARTO INFLUENCIADORES.....	19
CAPÍTULO II CONTEXTUALIZAÇÃO DA COMUNIDADE RED PILL NO BRASIL.....	22
2.1 ORIGEM E EXPANSÃO DO MOVIMENTO RED PILL.....	22
2.2 ADAPTAÇÃO DA RED PILL AO CONTEXTO BRASILEIRO.....	23
2.3 O TIK TOK COMO ESPAÇO DE SOCIALIZAÇÃO RED PILL.....	25
CAPÍTULO III ANÁLISE DOS DADOS.....	27
3.1 APRESENTAÇÃO GERAL DOS DADOS COLETADOS.....	27
3.2 CATEGORIA 1: MASCULINIDADE IDEALIZADA.....	27
3.3 CATEGORIA 2: CRÍTICAS AO FEMINISMO E À “MODERNIDADE FEMININA”	34
3.4 CATEGORIA 3: NARRATIVAS DE SUPERAÇÃO E AUTOAJUDA.....	39
3.5 CATEGORIA 4: DINÂMICAS DE ENGAJAMENTOS DOS SEGUIDORES.....	41
3.6 ESTRATÉGIAS DE REALIZAÇÃO E O PAPEL DO ALGORITMO.....	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS.....	48

INTRODUÇÃO

A escolha do tema sempre é uma das partes mais difíceis na criação de um projeto e sustentar este tema é outro problema. Tendo como base a trajetória deste projeto não foi diferente dos outros, percorrendo um longo caminho para chegar até o tema atual. O tema inicial seria sobre uma comunidade indígena os selk'nam baseado em uma notícia que dizia que os dependentes de povoado estavam em busca de reconhecimento e buscavam seus direitos ao reconhecimento e que os selk'nam não tinha sido dizimado como o governo da argentina declarava.

Retornado ao tema sobre masculinidades, a escolha surgiu no quinto semestre quando foi abordado com uma discussão sobre alguns vídeos no *instagram* que abordavam o tema sobre *red pill*, mostrando homens pontuando suas ideias sobre alguns assuntos do cotidiano atual. A maioria dos vídeos eram pessoas reagindo e rebatendo os argumentos de um influencer que se denomina membro do movimento *red pill*, mas alguns comentários concordavam com o *influencer*, mesmo a maioria não concordando teve uma grande repercussão sobre os apoiadores.

Voltando para o ambiente universitário, em conversa com o Professor Waldemir foi trocada algumas informações sobre o tema e sobre a matéria que ele iria ministrar às relações sociais de gênero e masculinidades. Com essa disciplina foi possível obter mais informações, conceitos e textos voltado para o tema do tcc. Assim começou a pesquisa sobre os movimentos masculinistas e representações de masculinidade nas redes sociais, tendo o Professor Waldemir como orientador para este projeto.

As discussões sobre masculinidades têm ganhado crescente atenção nos estudos de gênero e cultura digital nos últimos tempos. No contexto das redes sociais, novas formas de expressão, disputa simbólica e performatividade de gênero emergem, especialmente em comunidades virtuais que se posicionam de maneira crítica em relação às mulheres e às transformações sociais contemporâneas. Entre essas comunidades, destaca-se a *Red Pill*, um movimento que propaga ideais de masculinidade hegemônica e valores tradicionalistas nas relações de gênero.

No Brasil, a comunidade *Red Pill* tem encontrado na plataforma TikTok espaço férteis para a disseminação de seus discursos. Por meio de vídeos curtos, cortes de entrevistas, frases de impacto e retóricas de autoajuda, influenciadores digitais produzem e compartilham conteúdos que reforçam a ideia de um “homem alfa”, centrado em poder, controle emocional, sucesso financeiro e superioridade sobre o feminino.

Diante desse cenário, este trabalho tem como objetivo investigar como a comunidade *Red Pill* brasileira constrói, performa e dissemina discursos sobre masculinidade nas plataformas digitais, com foco nas dinâmicas de produção de conteúdo, nas estratégias discursivas e no papel dos algoritmos na amplificação dessas narrativas.

Esta pesquisa, de caráter exploratório e descritivo, cujo objetivo central é compreender como a comunidade *Red Pill* brasileira, presente nas plataforma digital *TikTok*, constrói e dissemina representações sobre a masculinidade. A natureza da pesquisa justifica-se pela necessidade de apreender os sentidos, significados e práticas discursivas que emergem dos conteúdos analisados, priorizando a interpretação dos fenômenos sociais em seus contextos específicos.

A estratégia metodológica utilizada foi a etnografia digital, também conhecida como netnografia, conforme proposta por Kozinets (2015). A netnografia representa uma adaptação dos princípios da etnografia tradicional ao ambiente digital, permitindo ao pesquisador uma imersão sistemática nas comunidades virtuais. Segundo Kozinets (2015), a netnografia é especialmente adequada para investigar culturas online, pois oferece instrumentos para a análise de interações, significados e comportamentos manifestados em plataformas digitais. A escolha por essa abordagem permitiu mapear os modos como as masculinidades são performadas, negociadas e reforçadas no contexto específico das redes sociais analisadas.

O campo de pesquisa delimitou-se a plataforma *TikTok*, selecionada por seu expressivo alcance e relevância entre o público jovem-adulto brasileiro, faixa etária predominante entre os seguidores da comunidade *Red Pill*. Além disso, essa plataforma foi escolhida em função do formato dinâmico e audiovisual de seus

conteúdos, que favorecem a circulação rápida de discursos de gênero, oferecendo terreno fértil para a análise de manifestações performativas e discursivas.

A definição dos perfis a serem analisados seguiu critérios específicos, tais como número de seguidores, frequência de publicações, volume de engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos) e alinhamento ideológico com a filosofia *Red Pill*. Foram acompanhados quatro perfis de destaque: @cortesdocoelhooficial, @raiamsantosofc1, @rafael.airess e @thiagoschutzoficial. Cada um desses perfis apresenta um estilo próprio de abordagem da temática da masculinidade, mas todos convergem na defesa de uma masculinidade hegemônica, em resposta a um contexto percebido como crise de identidade masculina.

A coleta de dados ocorreu entre os meses de janeiro e maio de 2025. Durante esse período, foram observadas e registradas publicações em formato de vídeos, textos nas legendas, *hashtags*¹ associadas, além de interações nos campos de comentários. O trabalho foi constituído por capturas de tela, anotações em diário de campo digital e transcrição de trechos significativos dos conteúdos publicados. A observação foi de caráter não participativo, respeitando a integridade dos ambientes digitais e mantendo o pesquisador em uma posição de observador.

A análise dos dados seguiu os princípios da análise de conteúdo temática, orientada por uma leitura exaustiva e sistemática do material coletado. As categorias de análise emergiram de maneira indutiva, a partir da identificação de padrões discursivos, recorrências temáticas e práticas comunicativas observadas. Em consonância com as diretrizes de Kozinets (2015), a análise buscou compreender como os significados são socialmente produzidos, compartilhados e ressignificados nas interações *online*. As principais categorias que emergiram do material foram: masculinidade idealizada, críticas ao feminismo, discursos de autoajuda masculina e estratégias de mercado afetivo.

No que tange às questões éticas, a pesquisa foi conduzida em estrita observância aos princípios da ética em pesquisas nas ciências sociais e humanas, especialmente aqueles voltados ao ambiente digital. Conforme recomenda a

¹ *Hashtags* palavras ou frases precedidas pelo símbolo # (jogo da velha), usadas em redes sociais para categorizar e indexar conteúdo, facilitando a busca e o agrupamento de publicações relacionadas a um tópico específico.

Kozinets (2015), apenas conteúdos de acesso público foram analisados, evitando-se qualquer forma de exposição indevida de usuários não públicos. Além disso, os nomes de usuários comuns que interagiram com os conteúdos (por meio de comentários) foram preservados, garantindo seu anonimato e respeitando a privacidade dos participantes.

Por fim, é importante reconhecer algumas limitações metodológicas desta pesquisa. A análise concentrou-se em um recorte temporal específico e em perfis com grande alcance, o que pode restringir a generalização dos achados. Ademais, a ausência de interação direta com os participantes limita a compreensão mais aprofundada de suas motivações subjetivas. No entanto, apesar dessas limitações, a etnografia digital aplicada permitiu uma imersão analítica consistente, proporcionando uma compreensão detalhada das dinâmicas discursivas e performativas da masculinidade *Red Pill* na plataforma analisada.

O *TikTok* tem se consolidado como uma das principais plataformas digitais de socialização e disseminação de conteúdos relacionados à comunidade *Red Pill*. Sua estrutura técnica e dinâmica comunicacional favorecem a rápida propagação de ideias que apelam a emoções fortes, discursos polarizados e conteúdos provocativos. O formato de vídeos curtos, com duração que pode variar de alguns segundos a até dez minutos, proporciona um ambiente propício tanto para mensagens rápidas e impactantes quanto para conteúdos mais elaborados, como carrosséis, vídeos explicativos e textos que aprofundam os argumentos.

Lançado internacionalmente em 2017 pela empresa chinesa ByteDance, o *TikTok* rapidamente se tornou um fenômeno global, especialmente entre o público jovem. A plataforma não apenas redefiniu a forma como conteúdos audiovisuais são consumidos, mas também transformou as dinâmicas de interação social online, criando formas de engajamento e de produção de sentido coletivo.

Entre as principais características técnicas da plataforma, destaca-se o seu algoritmo de recomendação altamente personalizado, conhecido como "*For You Page*" (FYP). Esse sistema é projetado para analisar detalhadamente o comportamento dos usuários, levando em consideração suas interações (como curtidas, comentários, compartilhamentos e tempo de visualização), bem como

elementos intrínsecos aos vídeos (incluindo áudios utilizados, hashtags, legendas e efeitos visuais). Tal mecanismo permite a entrega contínua de conteúdos que dialogam com os interesses previamente demonstrados pelos usuários, mesmo que estes não sigam diretamente os criadores dos vídeos.

O conceito de masculinidade hegemônica, conforme desenvolvido por Connell (1995), oferece um aporte fundamental para a compreensão dos discursos produzidos pela comunidade *Red Pill*. Trata-se de uma forma de masculinidade que ocupa uma posição de domínio social, cultural e simbólico em relação às mulheres e a outras formas de masculinidade consideradas subordinadas ou marginalizadas.

Connell (1995) argumenta que a masculinidade hegemônica é construída e mantida através de práticas sociais que legitimam a dominação masculina. Entre suas características centrais estão a ênfase na força física, no controle emocional, na heterossexualidade compulsória e na rejeição de qualquer traço associado ao feminino.

Paralelamente, Judith Butler (1990) introduz o conceito de performatividade de gênero, que compreende gênero não como uma essência inata, mas como um conjunto de atos socialmente regulados e reiterados. Essa perspectiva permite entender as performances dos influenciadores *Red Pill* como tentativas de reafirmar uma masculinidade hegemônica por meio de repetições discursivas e visuais nas plataformas digitais.

Aqui busca-se analisar de que modo a comunidade *Red Pill* brasileira constrói, performa e dissemina discursos sobre masculinidade hegemônica na plataforma digital *TikTok*, a partir da aplicação de uma etnografia digital. Para alcançar este propósito, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: 1) investigar as principais narrativas, símbolos e categorias discursivas utilizadas tanto pelos influenciadores quanto pelos seguidores da comunidade *Red Pill*; 2) compreender como as dinâmicas algorítmicas das plataformas digitais contribuem para a visibilidade e a legitimação dos discursos produzidos por esse grupo; 3) identificar as estratégias de performatividade de gênero adotadas pelos principais produtores de conteúdo vinculados ao movimento; e 4) analisar o engajamento dos

seguidores, com atenção aos mecanismos de reprodução e circulação desses discursos no ambiente digital.

Quanto à estrutura, este trabalho está organizado em três capítulos. O primeiro capítulo apresenta o referencial teórico que fundamenta a análise, abordando os conceitos de masculinidade hegemônica e performatividade de gênero. O segundo capítulo contextualiza a comunidade *Red Pill* no cenário brasileiro, descrevendo suas principais características, estratégias discursivas e perfis mais relevantes nas redes sociais. O terceiro capítulo é dedicado à análise dos dados coletados, interpretando as dinâmicas discursivas e performativas da masculinidade *Red Pill*. Por fim, o quinto capítulo apresenta as considerações finais, destacando as principais conclusões da pesquisa, suas limitações e possíveis caminhos para investigações futuras.

CAPÍTULO 1 – REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Cultura algorítmica e produção de subjetividades digitais: A pedagogia da masculinidade na Comunidade *Red Pill*

O ambiente digital, particularmente nas redes sociais, não é neutro na produção e circulação de discursos. Gillespie (2014) discute o papel dos algoritmos como mediadores de visibilidade, apontando que eles tendem a favorecer conteúdos que geram maior engajamento, muitas vezes por meio de apelos emocionais, polêmicas ou sensacionalismo.

Nesse sentido, os discursos da comunidade *Red Pill* são amplificados pelos próprios mecanismos de funcionamento do *TikTok* e do Instagram. A lógica algorítmica favorece conteúdos de rápida viralização, o que faz com que vídeos com linguagem provocativa e de confronto com movimentos feministas tenham maior alcance. Além disso, Kozinets (2015), ao desenvolver o conceito de netnografia, destaca que a construção de identidades no ambiente online se dá por meio de interações mediadas por tecnologias, com forte influência dos formatos e funcionalidades das plataformas.

Os produtores de conteúdo associados à comunidade *Red Pill* desempenham um papel de “pedagogos digitais da masculinidade”, responsáveis por difundir normas de comportamento consideradas adequadas ao “ser homem” na contemporaneidade. De acordo com Connell (1995), as práticas pedagógicas de gênero têm como função ensinar aos sujeitos os modos de agir e se posicionar socialmente dentro de padrões culturalmente estabelecidos. Nesse sentido, os influenciadores *Red Pill* operam como mediadores simbólicos que orientam seus seguidores a internalizarem um modelo específico de masculinidade, vinculada a ideia de uma “masculinidade hegemônica”.

A pedagogia *Red Pill* fundamenta-se em conceitos-chave como o “valor de mercado sexual”, o “homem alfa” e o denominado “despertar masculino”. Tais categorias são apresentadas por meio de discursos com forte apelo à autoajuda, permeados por uma linguagem de *coaching*, metáforas de guerra, superação pessoal e estratégias de controle emocional. Essa retórica constrói uma narrativa

que parte da ideia de uma crise da “masculinidade tradicional”, seguida de uma proposta de recuperação e fortalecimento dos valores considerados típicos do homem de “alto valor”.

1.2 As lideranças digitais Red Pill no TikTok: análise preliminar de quatro influenciadores

Na pesquisa analisou-se alguns perfis no *TikTok* se destacaram pelo volume expressivo de seguidores, frequência de publicações e consistência ideológica com os “preceitos” do movimento *Red Pill*. Foram selecionados, para análise preliminar, quatro influenciadores cujos conteúdos apresentam relevância significativa dentro da comunidade brasileira.

O primeiro perfil analisado, [@cortesdocoelhooficial](#), caracteriza-se por apresenta um conteúdo que é fortemente crítico ao que o influenciador denomina como “homem moderno”, considerado frágil e desconectado dos valores tradicionais da masculinidade. Além das publicações na plataforma, o influenciador mantém um site pessoal com três principais produtos comerciais: um livro intitulado *Mente de Aço*, descrito como um “manual de guerra mental”; o livro *Designer Feminino*, que se propõe a desvendar comportamentos femininos e explicar as razões pelas quais mulheres rejeitam o “cara legal”; e, por fim, uma mentoria individualizada intitulada “Mentoria com Gustavo Coelho”, oferecida ao valor de R\$ 1.497,00.

Em sua apresentação no site, Gustavo Coelho se descreve como empreendedor autodidata, natural de Governador Valadares (MG), atualmente radicado nos Estados Unidos, com trajetória profissional construída fora dos circuitos acadêmicos formais. Sua narrativa biográfica valoriza a experiência prática, o aprendizado autodidata e uma cosmovisão anunciada como influenciada por autores como Olavo de Carvalho, George Orwell, Machado de Assis e Dostoiévski.

O segundo perfil, [@raiamsantosofc1](#), também encontrado sob o nome [@raiaminc](#), adota uma abordagem centrada no autoaperfeiçoamento masculino. Seus discursos enfatizam o autocontrole emocional, a racionalidade estratégica nas relações afetivas, o foco em resultados e a busca por uma mulher ideal. Embora

não se declare explicitamente como pertencente ao movimento *Red Pill*, seu conteúdo apresenta notáveis convergências ideológicas com a filosofia em questão.

No *link* disponível em seu perfil no *TikTok*, o influenciador oferece um curso online intitulado *Nômade Digital*, composto por 13 módulos, cujo objetivo é ensinar estratégias para geração de renda no ambiente digital e proporcionar aos alunos a possibilidade de viajar pelo mundo. Em sua descrição biográfica, Raiam Santos se apresenta como “o homem mais livre de toda a internet brasileira”, destacando sua origem no Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, além de ressaltar sua formação acadêmica na *University of Pennsylvania*, a publicação de 10 livros, o domínio de nove idiomas e uma carreira consolidada como especialista em monetização de canais digitais.

O terceiro perfil analisado, @rafael.airess, apresenta uma combinação de conteúdos voltados ao *coaching* emocional com críticas contundentes ao feminismo contemporâneo. Seu estilo comunicativo é marcado por uma linguagem direta, emocional e, muitas vezes, provocativa. A maior parte de suas postagens consiste em vídeos de reação, nos quais comenta e interpreta conteúdos de outros usuários da própria plataforma. Rafael Aires é fundador de diversas páginas reconhecidas nas redes sociais, como @sejahomem.oficial, @saberdoslobos e @condutavaliosa, tendo iniciado sua atuação digital em 2011.

Sua trajetória é apresentada como um percurso de superação pessoal, após vivenciar situações negativas atribuídas a “más influências sociais”. Com base nessa experiência, o influenciador propõe-se a ajudar outros homens a evitarem as mesmas armadilhas emocionais, promovendo o desenvolvimento da inteligência emocional como fundamento para conquistas pessoais e profissionais. Como produto comercial, oferece o chamado *Manual do Antiotário*, cujo objetivo é orientar os homens a se posicionarem de maneira mais assertiva nas relações interpessoais.

O quarto perfil, @thiagoschutzoficial, diferencia-se dos anteriores por adotar uma linguagem mais formal, que busca conferir um caráter “cientificista” ao discurso. Seus conteúdos frequentemente apresentam dados, gráficos e estatísticas com o intuito de justificar argumentos relacionados à hierarquia sexual e ao

chamado mercado de relacionamentos. Thiago Schutz destaca-se como palestrante e autor de cinco livros voltados para a temática da masculinidade, contando com uma audiência expressiva, com mais de 400 mil seguidores no Instagram e mais de 300 milhões de visualizações acumuladas em suas publicações audiovisuais. Em sua autoapresentação, o influenciador reforça o discurso de superação pessoal, afirmando ter vivenciado um período de frustração e desorientação, até se tornar uma das principais referências no debate sobre masculinidade no Brasil.

Cada um desses perfis representa uma variação interna da comunidade *Red Pill* brasileira, refletindo diferentes estratégias de engajamento, estilos retóricos e formas de construção discursiva da masculinidade. Apesar das diferenças de abordagem, todos os influenciadores convergem em um ponto central: a reafirmação da masculinidade hegemônica como resposta a uma crise de gênero percebida, reforçando padrões tradicionais e normativos de masculinidade.

Contudo, todos convergem na defesa e na reafirmação de uma masculinidade hegemônica como solução proposta para uma suposta crise de gênero que, segundo os discursos analisados, estaria afetando negativamente os homens na sociedade contemporânea.

CAPÍTULO 2 – CONTEXTUALIZAÇÃO DA COMUNIDADE RED PILL NO BRASIL

2.1 Origem e expansão do movimento Red Pill

O termo "*Red Pill*" (pílula vermelha) surgiu a partir do filme *Matrix* (1999), no qual a personagem principal, Neo, interpretado pelo ator libanês Keanu Reeves, é convidado a escolher entre uma pílula azul, que o manteria na ignorância, e uma pílula vermelha, que o permitiria enxergar uma suposta "verdade oculta" sobre a realidade. No filme a analogia é que a pílula vermelha seria uma escolha por abandonar padrões de entendimento da realidade e rebelar-se contra o sistema, representado pelo domínio das máquinas em uma realidade virtual denominada *Matrix*. Cabe ressaltar ainda que o filme é dirigido pelas irmãs Lana Wachowski e Lilly Wachowski, duas mulheres trans que transicionaram após a direção do filmes, reafirmaram em entrevistas que o roteiro da obra é inspirado em teorias políticas críticas do campo do marxismo e, por tal razão, tem uma preocupação com o questionamento da hierarquias de classe, e uma filiação com o antirracismo, antifascismo e pela igualdade de gênero.

Nas décadas seguintes, o conceito foi apropriado por comunidades *online* masculinas, tornando-se uma metáfora para um suposto "despertar" em relação às dinâmicas de gênero e à natureza considerada "real" ou "biológica" das mulheres, o que representa um contrassenso em relação a proposta inicial na narrativa ficcional no filme e a própria trajetória de vida e militância das diretoras Lana Wachowski e Lilly Wachowski.

Inicialmente, o discurso Red Pill começou a se consolidar em fóruns como o *Reddit*², sobretudo na comunidade "*The Red Pill*", e em ambientes como o *4chan*³, espaço já conhecido por sua cultura de *trolling*⁴ (uma busca por provocações direcionadas a outros usuários), anonimato e linguagem provocativa. Nessas plataformas, o *Red Pill* passou a ser difundido como um conjunto de ideias que

²O *Reddit* é uma plataforma de rede social e agregador de notícias onde os usuários podem criar, compartilhar e discutir conteúdo, organizado em comunidades chamadas *subreddits*, que abordam diversos temas.

³ O *4chan* é um *imageboard* (fórum online com foco em imagens) criado em 2003, conhecido por sua anonimidade e por ser a origem de muitos memes da internet.

⁴ *Trolling*, no contexto online, refere-se ao ato de publicar mensagens provocativas, ofensivas ou irritantes em plataformas digitais com o objetivo de gerar conflitos, discussões acaloradas ou simplesmente irritar outros usuários.

questionavam o feminismo, criticavam as mudanças nos papéis de gênero e defendiam uma visão hierárquica e tradicionalista das relações entre homens e mulheres.

Segundo Angela Nagle (2017), movimentos como a *Red Pill* são parte de um fenômeno mais amplo conhecido como "*culture wars*" (guerras culturais), onde grupos online disputam narrativas políticas, sociais e culturais, frequentemente utilizando linguagem provocativa, memes e estratégias de desinformação. A autora destaca que a radicalização de discursos nas comunidades digitais é alimentada por uma lógica de confronto contínuo, em que o objetivo principal é atacar as ideias do adversário e ganhar visibilidade no ambiente online.

O processo de transposição do *Red Pill* para o contexto brasileiro ocorreu principalmente por meio da tradução de conteúdos estrangeiros, da legendagem de vídeos, da criação de canais no *YouTube*⁵ com forte apelo masculinista e, mais recentemente, através de plataformas de grande alcance como *Instagram*⁶ e *TikTok*. Nessas redes, os criadores de conteúdo *Red Pill* adaptaram as mensagens ao contexto cultural local, mas mantiveram as estratégias de polarização e ataque ao feminismo.

A disseminação do discurso *Red Pill* nas plataformas digitais também se beneficia das dinâmicas algorítmicas que regem a visibilidade nas redes sociais. Como observa Gillespie (2014), os algoritmos de plataformas como *YouTube*, *Instagram* e *TikTok* tendem a privilegiar conteúdos com alto potencial de engajamento emocional, o que favorece a circulação de mensagens polarizadoras e sensacionalistas, frequentemente encontradas nas narrativas *Red Pill*.

Além disso, a forma de sociabilidade digital desses grupos seguem um padrão já analisado por estudos de etnografia digital, como o de Kozinets (2015), que destaca a importância de entender as práticas culturais, os rituais discursivos e os códigos compartilhados dentro das comunidades *online*. Essa perspectiva é fundamental para compreender como o movimento *Red Pill* constrói sua identidade,

⁵ O YouTube é uma plataforma online que permite aos usuários assistir, enviar, compartilhar e comentar vídeos.

⁶ O Instagram é uma rede social online focada no compartilhamento de fotos e vídeos.

estabelece vínculos entre seus membros e promove a radicalização discursiva a partir de interações cotidianas nas redes.

Dessa forma, o *Red Pill* pode ser entendido como um fenômeno transnacional, que se alimenta das lógicas de visibilidade algorítmica, da estética do conflito e da guerra de narrativas, funcionando como uma expressão contemporânea das tensões que caracterizam as disputas ideológicas no ambiente digital.

2.2 Adaptação da *Red Pill* ao contexto brasileiro

A chegada e difusão da *Red Pill* no Brasil passou por um processo de tropicalização discursiva, em que os conceitos originalmente formulados em inglês foram reconfigurados para dialogar com a realidade sociocultural brasileira. Termos como *sexual market value* (valor de mercado sexual), *high value man* (homem de alto valor) e *female hypergamy* (hipergamia feminina) foram traduzidos e adaptados à linguagem cotidiana das redes sociais nacionais, especialmente no *Tik Tok*. Essa apropriação linguística facilitou a popularização dos conceitos junto a um público mais amplo e diverso.

Além da simples tradução, houve também uma ressignificação simbólica desses termos, que passaram a incorporar elementos específicos da cultura brasileira. A *Red Pill* brasileira absorveu fortemente aspectos da cultura da autoajuda, do empreendedorismo motivacional e do discurso de alta performance, muito presente no mercado de *coaching*. Tal fusão de discursos amplia o alcance da *Red Pill* para além da discussão sobre gênero e relacionamentos, conectando-se a temas como sucesso financeiro, melhoria corporal e desenvolvimento pessoal.

Esse fenômeno dialoga com a noção de dispositivos de gênero discutida por Zanello (2018). Segundo a autora, os dispositivos de gênero operam culturalmente para regular e produzir modos de ser e de agir. No contexto brasileiro, o discurso *Red Pill* atua como um dispositivo que combina masculinidade hegemônica com imperativos neoliberais de autossuperação e empreendedorismo emocional. Essa combinação gera novas formas de subjetivação masculina, nas quais o homem

ideal é aquele que, além de dominar afetivamente as mulheres, é bem-sucedido financeiramente e fisicamente imponente.

Outro aspecto marcante da tropicalização do movimento *Red Pill* é a utilização de referências culturais locais. Os influenciadores *Red Pill* brasileiros costumam incluir em seus conteúdos críticas a comportamentos associados às "mulheres modernas brasileiras", frequentemente retratadas como materialistas, interesseiras e emocionalmente manipuladoras. Tais narrativas reforçam estereótipos de gênero e de classe, criando uma representação negativa e homogênea da mulher brasileira, o que evidencia o caráter misógino desse movimento. Esse tipo de abordagem revela o caráter misógino do movimento, a manifestação de uma lógica de dominação patriarcal que busca submeter e controlar os corpos e as subjetividades das mulheres, naturalizando relações de poder e violência simbólica.

Essa apropriação discursiva também é permeada por elementos do mercado de produtos digitais, com a oferta de cursos, mentoria e *e-books* prometendo ensinar homens a "se tornarem alfas", "seduzir mulheres" ou "elevar o próprio valor de mercado sexual". Essa lógica de mercantilização da subjetividade masculina se articula com o que Zanello (2018) descreve como a captura do sofrimento psíquico por dispositivos que reforçam normas de gênero excludentes.

Além disso, a visibilidade de celebridades nacionais e influenciadores digitais com posicionamentos antifeministas contribuiu para a consolidação desse discurso. Personalidades do meio artístico, do entretenimento e do coaching acabam, intencionalmente ou não, retroalimentando a retórica *Red Pill* ao reforçar ideais de masculinidade tóxica, sucesso material e dominação afetiva.

Esse processo de adaptação e expansão da *Red Pill* no Brasil demonstra a capacidade dos dispositivos de gênero de se moldarem às especificidades culturais, mantendo sua função de controle e regulação das subjetividades masculinas. Como resultado, há uma produção de sujeitos masculinos que, ao mesmo tempo que buscam um suposto empoderamento, acabam reproduzindo ciclos de sofrimento emocional, isolamento afetivo e reforço de práticas misóginas, como discutido por Zanello (2018) e Connell (1995).

2.3 O TikTok como Espaço de Socialização *Red Pill*

O TikTok oferece um conjunto acessível e robusto de ferramentas de edição, que incluem desde uma ampla biblioteca de músicas licenciadas até filtros, efeitos visuais, adesivos, legendas automáticas e recursos de realidade aumentada. Essas funcionalidades democratizam a produção de conteúdo, permitindo que usuários com pouca ou nenhuma experiência em edição audiovisual produzam vídeos de qualidade profissional.

Outro aspecto central da plataforma é o incentivo à interatividade e à viralidade. Recursos como os "Duetos", que permitem a criação de vídeos em tela dividida com conteúdo pré-existent, e a funcionalidade "Costurar", que possibilita a inserção de clipes de outros vídeos, estimulam a participação ativa dos usuários. Ademais, os desafios (*challenges*) e as tendências (*trends*), geralmente impulsionados por áudios populares ou *hashtags* específicas, reforçam o caráter colaborativo e viral da plataforma.

O ambiente criado por essas dinâmicas favorece o surgimento de micro celebridades e influenciadores digitais, muitos dos quais emergem de nichos específicos como a própria comunidade *Red Pill*. Graças à lógica algorítmica da plataforma, qualquer conteúdo, independentemente da base de seguidores do criador, pode alcançar ampla visibilidade, desde que apresente alto potencial de engajamento.

No contexto da *Red Pill*, esse sistema algorítmico atua como um catalisador da circulação de discursos misóginos, antifeministas e baseados na retórica da masculinidade tradicional. O uso estratégico de *hashtags* como #redpill, #masculinidade e #relacionamentos contribuem para a construção de uma comunidade digital coesa e interconectada, reforçando valores e percepções compartilhadas entre os membros.

Essa dinâmica é potencializada por aquilo que Gillespie (2014) denomina de "filtros de visibilidade". Segundo o autor, os algoritmos de recomendação das plataformas digitais funcionam como mecanismos que selecionam e priorizam os

conteúdos exibidos aos usuários, com base em suas interações anteriores. Essa lógica cria um efeito de bolha algorítmica, no qual os indivíduos passam a ser constantemente expostos a conteúdos que reafirmam suas crenças e visões de mundo. No caso da *Red Pill*, tal efeito contribui para a consolidação de uma visão homogênea e reforçadora dos discursos de gênero ali presentes.

Dessa forma, o *TikTok* se apresenta não apenas como um canal de entretenimento, mas também como um espaço de socialização ideológica, onde narrativas ligadas à masculinidade hegemônica e à retórica *Red Pill* encontram terreno fértil para expansão e consolidação.

Durante a fase de coleta de dados desta pesquisa etnográfica, foram selecionados quatro perfis de destaque no cenário da comunidade *Red Pill* brasileira na plataforma *TikTok*. Cujo a análise do conteúdo será realizado adiante.

CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DOS DADOS

3.1 Apresentação geral dos dados coletados

Durante o período de coleta, entre janeiro e maio de 2025, quatro contas se destacaram tendo um maior número de seguidores e um alcance maior, essas contas foram acompanhadas durante todo o período da pesquisa no *TikTok*: @cortesdocoelhooficial, @raiaminc, @rafael.airess e @thiagoschutzoficial. Complementarmente, alguns conteúdos dessas mesmas lideranças também foram observados no *Instagram*, visando compreender estratégias de *crossposting*⁷ e adaptação de conteúdo entre plataformas.

Foram analisados aproximadamente 150 vídeos, além de descrições, *hashtags* e comentários de seguidores. A análise de conteúdo revelou padrões discursivos recorrentes que foram organizados em cinco categorias temáticas.

3.2 Categoria 1: Masculinidade idealizada

Nesta etapa da pesquisa, apresentamos os principais achados da etnografia digital realizada nos perfis *Red Pill* brasileiros no *TikTok*. A análise foi orientada pelo conceito de masculinidade hegemônica, conforme elaborado por R. W. Connell (1995), que nos permite compreender as dinâmicas de poder, dominação e subordinação de gênero presentes nos conteúdos observados.

De acordo com Connell (1995), a masculinidade hegemônica representa a forma culturalmente exaltada de masculinidade que garante a posição dominante dos homens na hierarquia de gênero, ao mesmo tempo que marginaliza outras formas de masculinidade e subjuga as mulheres.

Uma das categorias mais recorrentes nos conteúdos analisados foi a construção de um ideal de masculinidade, com críticas ao modo que os homens atuais não possuem essa dominação. Os influenciadores *Red Pill* promovem uma visão de homem bem-sucedido, emocionalmente controlado, financeiramente

⁷ Crossposting é a prática de compartilhar o mesmo conteúdo ou conteúdo similar em várias plataformas de redes sociais ou outros canais online.

independente e sexualmente dominante. Vídeos curtos, com frases de efeito como "Nunca mais seja feito de Otário" ou "Eu te ajudo a ser um homem respeitado", reforçam a ideia de que os homens devem se aprimorar constantemente para manter sua posição hierárquica nas relações sociais e afetivas.

Ao observar os perfis @cortesdocoelhooficial e @rafael.airess, identifica-se uma construção discursiva que articula a reafirmação da masculinidade hegemônica, conforme descrito por Connell (1995), e a prática de performances de gênero reiterativas, conforme definidas por Butler (1990). Essas figuras digitais operam como pedagogos da masculinidade, divulgando comportamentos, valores e expressões tipicamente associados ao modelo de "homem alfa".

Em vídeo publicado em 30 de abril de 2025, o influenciador Gustavo Coelho (@cortesdocoelhooficial) afirma: *"Eu, se fosse mulher, não saía com homem que não tem arma."* Na sequência, ele narra uma situação hipotética de invasão domiciliar, caracterizando um suposto comportamento de um "homem fraco" que, desarmado, recorreria ao número 190 enquanto sua companheira estaria em perigo. Ele conclui com a frase: *"Se seu homem não tem coragem nem pra se armar, ele não vai ter coragem pra te proteger."*

Essa narrativa articula-se com a construção simbólica da masculinidade protetora, um dos pilares do discurso *Red Pill*, ao associar coragem, virilidade e capacidade de proteção ao porte de armas. A frase de impacto assume um caráter performativo no sentido proposto por Butler (1990), pois invoca um ideal de "homem de verdade" que se materializa pela repetição pública de signos de força, poder e prontidão para a violência. Ao mesmo tempo, reproduz o modelo da masculinidade hegemônica conforme definido por Connell (1995), cuja centralidade está na dominação e no controle, inclusive sobre a segurança das mulheres com quem se relaciona.

Imagem 1- “Eu se fosse mulher”

Fonte: @cortesdocoelhooficial no *Tik Tok*⁸.

<https://www.tiktok.com/@cortesdocoelhooficial/video/7499128551065570566?lang=pt-BR>

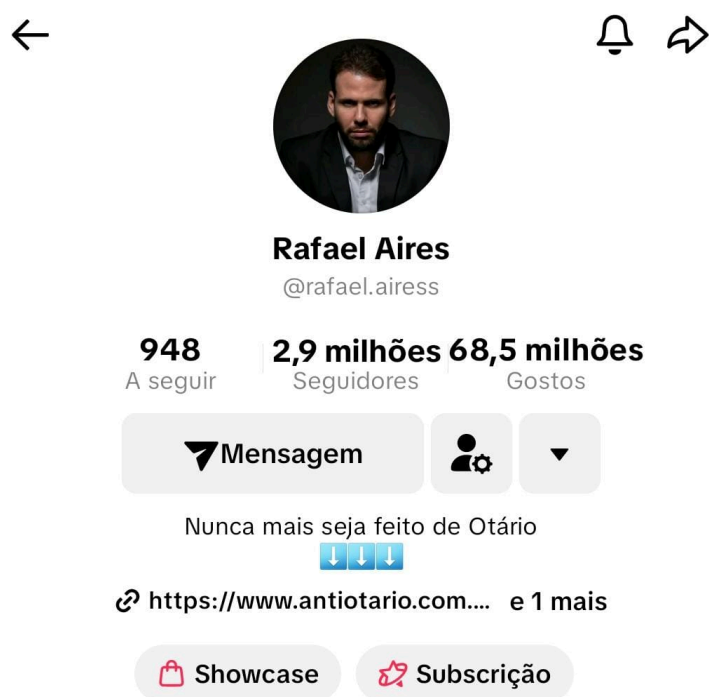
O perfil @rafael.airess apresenta uma abordagem similar, mas com nuances distintas. Rafael Aires, que possui cerca de 2,7 milhões de seguidores, utiliza reações a vídeos da plataforma para fundamentar seu discurso crítico e emocionalmente carregado contra o feminismo moderno. Na descrição do seu perfil no *Tik Tok*, o influenciador afirma: “Nunca mais seja feito de otário”, reforçando a noção de que o homem deve transcender a submissão emocional e assumir uma postura autossuficiente. Em um vídeo publicado no dia 02 de fevereiro, ele declara: “Cara, a mulher sente a fraqueza de longe”, afirmando que as mulheres gostam de um líder, o comando performativo que remete à pedagogia da masculinidade,

⁸ Disponível em:

<<https://www.tiktok.com/@cortesdocoelhooficial/video/7499128551065570566?lang=pt-BR>>. Acesso em: 10 jul. 2025

convocando a audiência masculina a adotar comportamentos de fortaleza e resistência. Os vídeos de Aires também reproduzem a lógica de mercantilização do afeto, ao instituí-lo como uma conquista a ser alcançada e mantida similar ao “valor de mercado sexual” promovido por outros influenciadores *Red Pill*.

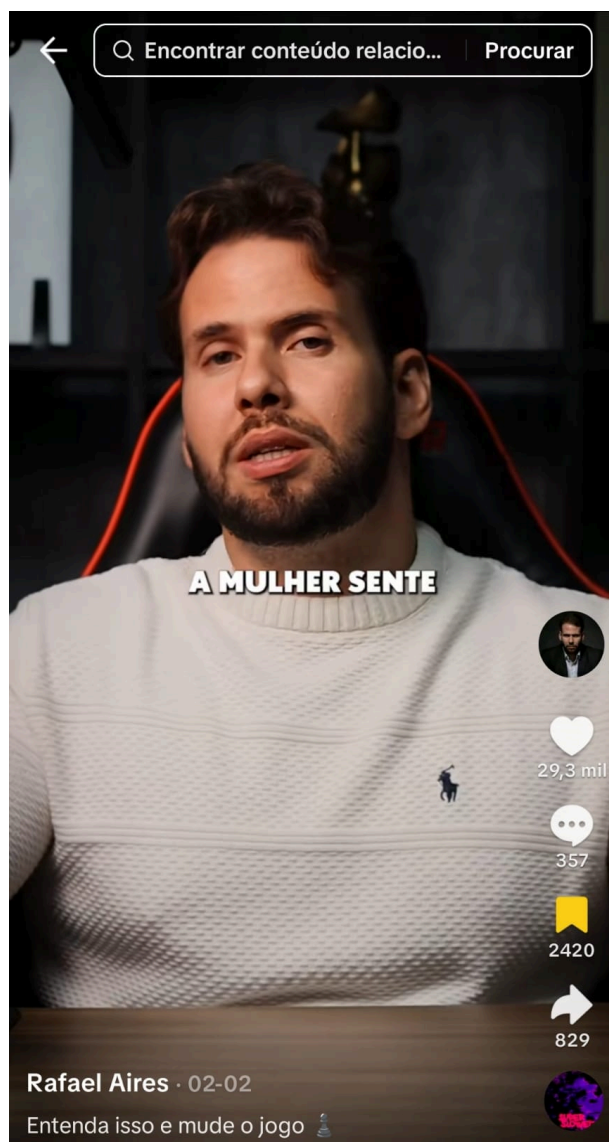
Imagem 2 - Perfil de Rafael Aires no *Tik Tok*



Fonte: Perfil @rafael.airess no *Tik Tok*⁹

⁹ Disponível em: < <https://www.tiktok.com/@rafael.airess> >. Acesso em: 10 jul. 2025.

Imagem 3- “Cara, a mulher sente a fraqueza de longe”



Fonte: Perfil @rafael.airess no *Tik Tok*¹⁰

Em ambos os casos, os vídeos utilizam recursos visuais e discursivos que favorecem a circulação dentro das plataformas: frases em destaque, trilhas sonoras motivacionais, cortes rápidos, perguntas retóricas e legendas convidativas ao

¹⁰ Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@rafael.airess/video/7466971693731286278?lang=pt-BR>>. Acesso em: 10 jul. 2025.

engajamento. Esses elementos operam como ferramentas estratégicas para garantir a viralização e eficácia comunicativa dos discursos, alinhando-se à lógica algorítmica discutida por Gillespie (2014).

A identificação de públicos com perfis de engajamento elevado, como no caso de Aires, demonstra que as performances discursivas em consonância com a masculinidade hegemônica encontram ressonância relevante entre os seguidores. As interações subsequentes baseadas em frases de concordância como “Isso sim é verdade” configuram-se como atos coletivos que reiteram e validam, em comunidade, tais normas de gênero (Butler, 1990).

Portanto, os perfis @cortesdocoelhooficial e @rafael.airess exemplificam, em suas falas e estratégias comunicacionais, o entrelaçamento entre a pedagogia digital da masculinidade hegemônica, a performatividade reforçada por atos discursivos reiterados, e a operacionalização algorítmica que amplia a visibilidade dessas narrativas nas plataformas digitais.

Além de Gustavo Coelho (@cortesdocoelhooficial) e Rafael Aires (@rafael.airess), o perfil de Thiago Schutz (@thiagoschutzoficial) também exerce um papel relevante na construção de uma pedagogia digital da masculinidade, com uma abordagem que combina argumentos racionais e dados objetivos, conferindo legitimidade ao discurso *Red Pill*.

Em um dos seus vídeos, publicado em 17 de fevereiro, Schutz explica que homens bem-sucedidos atingem seu ápice de “valor social e sexual” entre 35 e 45 anos, enquanto mulheres, segundo ele, perdem esse valor após os 30 anos. Essa fala exemplifica uma construção sob o viés da “prateleira do amor” Zanello(2023) e reforça a ideia de que a masculinidade hegemônica se mantém com o tempo, enquanto o valor feminino diminui. Em outra postagem, Schutz insere o argumento de que o autocontrole, desempenho e conquistas são medidas objetivas do valor masculino. Esse posicionamento dialoga diretamente com as proposições de Connell (1995), ao legitimar uma masculinidade baseada na supremacia econômica, emocional e social.

Imagem 4- “Existe promoção nessas idade?”

Fonte: @thiagoschutzoficial no *Tik Tok*¹¹

¹¹ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thiagoschutzoficial/video/7476192080348384517?lang=pt-BR>. Acesso em: 10 jul. 2025.

O formato dos vídeos também evidencia a performatividade discursiva. A utilização de cortes precisos, voz pausada e ênfase em números e estatísticas reforça o caráter “cientificista” e técnico do discurso, atribuindo maior autoridade ao enunciado. Este estilo diferenciado, alinhado às propostas de Butler (1990), reforça repetidamente padrões de comportamento esperados do “homem de sucesso”, contribuindo para a naturalização dessas normas.

Assim como nos outros perfis analisados, Thiago Schutz não apenas descreve o que entende por masculinidade, mas atua como um agente pedagógico que dota seus seguidores de um repertório comportamental. Ele mobiliza discursos que fundem lógica racional com retórica emocional, orientando estratégias práticas de comportamento e posicionamento social.

Dessa forma, a inclusão do perfil @thiagoschutzoficial amplia a diversidade de abordagens dentro da comunidade *Red Pill*. Enquanto Coelho e Aires enfatizam carisma e liderança emocional, Schutz reforça a ideia de masculinidade via evidências empíricas e racionalização dos afetos. Todos, entretanto, convergem para a consolidação da masculinidade hegemônica como elemento central para enfrentar o que consideram uma crise de identidade masculina. A masculinidade é apresentada como um projeto contínuo de aperfeiçoamento, em que a vulnerabilidade emocional é vista como fraqueza, e onde o sucesso é mensurado por conquistas materiais, físicas e sexuais.

3.3 Categoria 2: Críticas ao feminismo e à “modernidade feminina”

A crítica constante ao feminismo, presente nos vídeos e legendas, reforça o aspecto da dominação simbólica de gênero descrito por Connell (1995). Nos conteúdos analisados, as mulheres são retratadas como uma ameaça ao equilíbrio emocional e social dos homens.

Frases como "o feminismo destruiu as relações", "as mulheres modernas são hiper seletivas e manipuladoras" ou "o homem precisa se proteger emocionalmente" criam um clima de “medo masculino” da emasculação e de oposição entre homens

e mulheres e da existência de uma suposta “guerra dos sexos”. Essa construção narrativa serve para reafirmar o papel tradicional masculino como dominador e racional, contrastando com a figura feminina, apresentada como emocionalmente instável e estrategicamente manipuladora. Outra constante nos perfis analisados é a crítica ao feminismo. As influências teóricas da *Red Pill* aparecem em vídeos que descrevem o feminismo como um movimento que teria prejudicado as relações homem-mulher.

A análise dos conteúdos dos perfis *Red Pill* revela uma crítica reiterada ao feminismo e à modernidade feminina, articulada por meio de linguagens reativas que se fundamentam na negação dos valores emancipatórios promovidos pelo movimento feminista. Os vídeos analisados explicitam discursos que retratam as mulheres como manipuladoras e emocionalmente instáveis, ao passo que posicionam os homens como vítimas de uma suposta agenda feminista.

No perfil @cortesdocoelhooficial, o vídeo postado dia 15 de maio de 2025 “A burrice da mulher não está na cabeça está na alma” argumenta que a modernidade feminina conspira contra a racionalidade e o senso de responsabilidade moral, apontando que “trocou o dom da maternidade por um vibrador, tudo isso com campanha feminista, trocou o instinto de família por curso de autoconhecimento... a mulher quando corrompe com seu arquétipo natural entra em colapso”.

Imagem 5- “A burrice da mulher não está na cabeça está na alma”



Fonte: @cortesdocoelhooficial no *Tik Tok*¹²

¹² Disponível em:
<<https://www.tiktok.com/@cortesdocoelhooficial/video/7504830707886296375?lang=pt-BR>>. Acesso em: 10 jul. 2025.

O perfil de Thiago Schutz (@thiagoschutzoficial) também critica com frequência o feminismo. Em um vídeo publicado dia 12 de maio de 2025 com o título “O feminismo só está de pé hoje, porque ainda tem homens que apoiam.”, Schutz sustenta que o feminismo só tem força porque tem ajuda de outro homens, mostrando sua indignação com o movimento e o que ele trouxe, além de criticar mudanças na lei para favorecer as mulheres na extorsão de bens na hora do divórcio.

Imagem 6 – “O feminismo só está de pé hoje, porque ainda tem homens que apoiam.”



Fonte: @thiagoschutzoficial no *Tik Tok*¹³.

¹³ Disponível em:
<<https://www.tiktok.com/@thiagoschutzoficial/video/7503256532868402487?lang=pt-BR>>. Acesso em: 10 jul. 2025.

As falas dessas publicações exemplificam a construção de um discurso onde o feminismo é pintado como adversário da masculinidade, e a mulher moderna, como portadora de uma fragilidade moral e intelectual. Essa representação carrega claros traços de domínio simbólico de gênero, pois, conforme Connell (1995), a negação da agência feminina funciona como forma de reafirmação da superioridade masculina.

Através de uma lógica que mescla crítica sociológica e moral, os influenciadores *Red Pill* extrapolam o campo de ideias para instituir discursos de medo e rejeição a transformações sociais. A narrativa do “feminismo como inimigo” opera como justificativa para a manutenção de hierarquias tradicionais de gênero, utilizando estratégias retóricas que reforçam a percepção de crise emocional e moral masculina.

3.4 Categoria 3: Narrativas de superação e autoajuda

O discurso *Red Pill* no Brasil também se articula com o universo da autoajuda e do *coaching*. Influenciadores como @raiaminc e @thiagoschutzoficial promovem conteúdos que misturam masculinidade com empreendedorismo, foco, disciplina e inteligência emocional. Expressões como "Controle suas emoções", "Vença na vida para ser desejado" e "Pare de ser um homem fraco" são utilizadas para incentivar os seguidores a assumirem posturas mais assertivas, frias e estrategicamente calculadas nas relações interpessoais. Os conteúdos tendem a ser acompanhados de dicas práticas, como rotinas de produtividade, leitura de livros de desenvolvimento pessoal e treinamento físico.

Uma das principais estratégias discursivas observadas na comunidade *Red Pill* brasileira nas plataformas *TikTok* e *Instagram* é a mobilização de narrativas de superação e autoajuda. Essas narrativas funcionam como uma pedagogia emocional voltada à reabilitação da masculinidade, sempre dentro dos parâmetros da masculinidade hegemônica, tal como definido por Connell (1995).

Os conteúdos analisados promovem a ideia de que o homem, antes “fragilizado” ou “confuso” diante das mudanças nos papéis de gênero, deve se reconstruir a partir de práticas de autocontrole emocional, melhoria física, sucesso

financeiro e domínio das interações afetivas. Este discurso não apenas descreve um ideal de masculinidade, mas o performa e convoca os seguidores a reproduzi-lo, seguindo a lógica da performatividade de gênero conforme elaborada por Butler (1990).

O perfil @raiaminc, por exemplo, é um dos que mais enfatizam a narrativa de superação pessoal. Raiam Santos compartilha sua trajetória de superação socioeconômica, partindo de origens periféricas até se tornar um influenciador de sucesso e empresário digital. Suas frases reforçam o princípio da meritocracia emocional e material.

De forma semelhante, no perfil @rafael.airess, ele retrata a jornada de transformação de um homem fragilizado para um sujeito emocionalmente forte e estrategicamente racional. Rafael utiliza uma linguagem de autoajuda misturada com críticas ao feminismo, responsabilizando as mudanças sociais pelos dilemas emocionais vividos pelos homens contemporâneos.

O perfil @cortesdocoelhooficial também recorre a metáforas de batalha e guerra para simbolizar a superação masculina. Em vídeos, Coelho sugere que o sofrimento e a dor emocional são etapas necessárias para que o homem alcance o *status* de “homem de valor”.

Já Thiago Schutz (@thiagoschutzoficial) adota uma abordagem mais racional, porém igualmente centrada na ideia de superação. Schutz apresenta dados que descrevem o ciclo de ascensão masculina: de um período de invisibilidade social na juventude até um suposto auge financeiro, sexual e social após os 35 anos.

A lógica de superação expressa por esses influenciadores está profundamente relacionada às noções de masculinidade hegemônica, conforme discutido por Connell (1995). Segundo a autora, a masculinidade não é uma condição natural, mas sim uma construção social hierárquica, onde determinados modelos de ser homem são valorizados em detrimento de outros. Nesse cenário, a masculinidade torna-se um capital simbólico a ser conquistado e performado. Os discursos analisados reforçam a ideia de que homens considerados de baixo “valor” social e afetivo devem se transformar por meio de disciplina, controle emocional e

sucesso financeiro para alcançar reconhecimento e desejabilidade, reproduzindo, assim, os ideais de masculinidade dominante.

Dessa forma, as narrativas de superação presentes nesses perfis não apenas motivam, mas funcionam como dispositivos de reforço da masculinidade hegemônica, ao posicionar o homem como responsável único pela sua “redenção social”, mascarando as dimensões estruturais das desigualdades de gênero.

3.5 Categoria 4: Dinâmicas de engajamento dos seguidores

A seção de comentários dos vídeos é um espaço de reforço coletivo dos valores propagados. Observou-se um alto volume de comentários que validam os discursos dos influenciadores, utilizando termos como "Faz todo sentido", "Essa é a verdade que ninguém fala" ou "*Red Pill* salvando vidas".

Também é comum encontrar desabaços pessoais de homens relatando experiências frustrantes com relacionamentos, além de pedidos de conselhos sobre como lidar com mulheres, rejeições e desenvolvimento pessoal. Por outro lado, comentários críticos, quando surgem, tendem a ser rapidamente atacados por outros seguidores, caracterizando um ambiente de forte endogrupo (grupo social ao qual uma pessoa se identifica ou se sente pertencente), com baixa tolerância a discordâncias.

A análise dos perfis *Red Pill* brasileiros no *TikTok* revela que as dinâmicas de engajamento dos seguidores são fundamentais para a reprodução e legitimação dos discursos de masculinidade hegemônica nesses ambientes digitais. Seguindo a perspectiva de Kozinets (2015) sobre netnografias e comunidades *online*, observa-se que o público não ocupa uma posição passiva diante do conteúdo produzido, mas, ao contrário, participa ativamente na circulação, reforço e coprodução das narrativas apresentadas pelos influenciadores.

Nos comentários dos vídeos de perfis como @cortesdocoelhooficial, @rafael.airess, @thiagoschutzoficial e @raiaminc, é possível identificar padrões recorrentes de respostas que reforçam os discursos centrais da *Red Pill*. Termos

como “verdades que ninguém fala”, “esse é o caminho do homem de valor”, e “finalmente alguém dizendo a realidade” aparecem com frequência, demonstrando o alinhamento ideológico dos seguidores. Esse tipo de resposta funciona como uma forma de reconhecimento simbólico, legitimando o conteúdo produzido e estimulando o influenciador a continuar com o mesmo tipo de produção discursiva.

Além disso, observa-se um padrão de engajamento performativo, onde os próprios seguidores replicam as falas e os conselhos recebidos em suas rotinas. Em diversas postagens, os usuários relatam que passaram a adotar as condutas sugeridas, como cortar contatos com mulheres consideradas "problemáticas", adotar uma postura emocionalmente fria ou investir mais em aspectos financeiros e físicos de sua vida. Essa repetição discursiva pode ser interpretada, segundo Butler (1990), como um ato de performatividade de gênero, no qual o sujeito se constitui na repetição de normas e práticas culturalmente legitimadas.

Outro elemento importante das dinâmicas de engajamento é a polarização nos comentários. Enquanto parte do público demonstra forte adesão aos conteúdos, outro grupo contesta as ideias apresentadas, acusando os produtores de discurso misógino ou tóxico. Essa polarização acaba por aumentar ainda mais o alcance dos vídeos, uma vez que o algoritmo do *TikTok* e do Instagram tende a favorecer conteúdos com alta taxa de comentários e interações, sejam elas positivas ou negativas.

Observa-se também que os influenciadores incentivam explicitamente o engajamento, solicitando que os seguidores curtam, comentem e compartilhem os vídeos. Frases como “Compartilhe com aquele amigo que precisa ouvir isso”, são muito frequentes nos vídeos de Rafael Aires e Thiago Schutz, demonstram a preocupação estratégica com a amplificação algorítmica dos conteúdos.

Essas dinâmicas refletem o que Kozinets (2015) denomina como “comunidades de prática discursiva online”, em que os participantes não apenas consomem informações, mas colaboram ativamente na legitimação e expansão de ideologias comuns. No caso da comunidade *Red Pill*, essa dinâmica fortalece a normatização de práticas que reforçam a masculinidade hegemônica, consolidando

o *TikTok* e o Instagram como espaços privilegiados de socialização e aprendizado de gênero.

3.6 Estratégias de viralização e o papel do algoritmo

A análise dos perfis investigados evidencia a adoção de estratégias específicas de viralização, que demonstram o conhecimento técnico dos influenciadores sobre o funcionamento das lógicas algorítmicas do *TikTok* e do Instagram. Esses produtores de conteúdo mobilizam recursos comunicacionais planejados para potencializar o alcance de suas postagens e ampliar a disseminação de seus discursos, sobretudo no que se refere à promoção da masculinidade hegemônica dentro da perspectiva *Red Pill*.

Entre as principais estratégias observadas destaca-se o uso de vídeos curtos, geralmente com duração entre 15 e 30 segundos, nos quais são exploradas frases de impacto e conteúdo de fácil compartilhamento. Essa tática, comumente conhecida como “cortes rápidos”, favorece a rápida absorção da mensagem central, facilitando sua circulação nas *timelines*¹⁴ dos usuários.

Outro elemento recorrente é o forte apelo emocional presente nas publicações. Os conteúdos analisados frequentemente buscam provocar reações intensas nos espectadores, como indignação, identificação ou revolta, o que, segundo os influenciadores, aumenta as taxas de engajamento e amplia a probabilidade de viralização. Além disso, observa-se o uso estratégico de hashtags direcionadas, tais como *#redpill*, *#masculinidade* e *#relacionamentos*, as quais operam como marcadores temáticos e contribuem para a indexação dos conteúdos dentro dos mecanismos de busca e recomendação das plataformas. O recurso amplamente utilizado é o estímulo explícito ao engajamento dos seguidores. Os produtores de conteúdo frequentemente inserem chamadas à ação nas legendas e nos próprios vídeos, convidando o público a comentar, compartilhar ou marcar outros usuários, ampliando, assim, o alcance das publicações por meio das interações sociais.

¹⁴ No contexto do *TikTok*, “*timeline*” geralmente se refere aos vídeos que você vê quando abre o aplicativo.

Conforme argumenta Gillespie (2014), a chamada “cultura algorítmica” privilegia conteúdos que geram alta retenção de audiência e elevadas taxas de interação. Essa lógica algorítmica, ao favorecer o engajamento como critério de visibilidade, contribui para a proliferação dos discursos *Red Pill* nas *timelines* de usuários que já demonstraram algum interesse por esse tipo de conteúdo. Cria-se, assim, um ciclo de retroalimentação, no qual o algoritmo identifica as preferências do público e passa a recomendar de maneira recorrente materiais semelhantes, reforçando o consumo de narrativas alinhadas à masculinidade hegemônica.

Dessa forma, os influenciadores *Red Pill*, ao compreenderem e manipularem as regras implícitas das plataformas digitais, tornam-se agentes ativos na potencialização da visibilidade de seus discursos, o que amplia o impacto cultural e social de suas mensagens junto a públicos cada vez mais amplos.

Considerações Finais

Esta etnografia digital teve como objetivo analisar como a comunidade *Red Pill* brasileira, especialmente atuante na plataforma *TikTok*, constrói, performa e dissemina discursos ligados à masculinidade hegemônica. A partir de uma abordagem netnográfica, foi possível observar que os conteúdos produzidos por influenciadores como Gustavo Coelho (@cortesdocoelhooficial), Rafael Aires (@rafael.airess), Thiago Schutz (@thiagoschutzoficial) e Raiam Santos (@raiaminc) operam como uma forma de pedagogia digital de gênero, ancorada em ideais tradicionais de masculinidade.

Os influenciadores investigados utilizam recursos discursivos diversos como narrativas de superação, críticas ao feminismo, idealizações da figura feminina tradicional e estratégias de viralização que contribuem para a disseminação dos valores associados ao movimento *Red Pill*. Observou-se que seus seguidores não apenas consomem esse conteúdo, mas também o reproduzem, configurando uma comunidade discursiva coesa com linguagem, valores e objetivos compartilhados.

Do ponto de vista teórico, o trabalho fundamenta-se no conceito de masculinidade hegemônica, conforme elaborado por Connell (1995), e na noção de performatividade de gênero, desenvolvida por Butler (1990). A análise demonstrou que a masculinidade promovida por esses influenciadores é construída por meio de performances interativas, que visam produzir legitimidade social. Essas performances ocorrem através de vídeos, falas, desafios e engajamento nas redes sociais, o que reforça e naturaliza determinadas formas de ser homem.

Uma limitação metodológica do estudo foi a ausência de entrevistas com os influenciadores ou seus seguidores, o que restringiu a análise aos dados públicos disponíveis nas plataformas. No entanto, a profundidade das observações permitiu a identificação de padrões discursivos e estratégias recorrentes. Para pesquisas futuras, recomenda-se a combinação entre netnografia e entrevistas em profundidade, assim como o estudo comparado com outras comunidades de masculinidade nas redes sociais.

A análise dos dados indicou que a comunidade *Red Pill* brasileira mobiliza elementos como retórica emocional, linguagem de autoajuda, crítica à modernidade

feminina e uso eficaz das lógicas algorítmicas das plataformas digitais. Os discursos analisados promovem uma imagem de masculinidade em crise, sugerindo que os homens devem recuperar sua “essência” por meio de disciplina, controle emocional e sucesso financeiro. Trata-se de uma resposta simbólica à percepção de perda de privilégios masculinos, que se traduz em uma narrativa de crise e restauração identitária.

Apesar das variações estilísticas entre os perfis analisados que vão de abordagens agressivas a discursos mais racionalizados, todos convergem para um objetivo comum: a reafirmação de uma masculinidade normativa. A crítica sistemática ao feminismo e à figura da “mulher moderna” evidencia o caráter reativo do movimento, configurando-se como uma tentativa de reposicionar os homens em estruturas sociais percebidas como ameaçadas pelas transformações contemporâneas nas relações de gênero.

O papel central dos algoritmos também se destacou como fator determinante para a visibilidade desses discursos. O uso de vídeos curtos com frases de impacto, hashtags específicas e apelos diretos ao engajamento demonstram o domínio técnico dos produtores de conteúdo sobre as dinâmicas das plataformas, ampliando o alcance das mensagens.

Dessa forma, esta pesquisa contribui para os estudos de gênero e antropologia digital ao mostrar como determinadas formas de masculinidade são produzidas e legitimadas no ambiente online. Os resultados apontam que os discursos da comunidade *Red Pill* não apenas resistem às mudanças sociais, mas também se adaptam criativamente às plataformas digitais, potencializando seu impacto entre os jovens brasileiros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIRES, R. **Cara, a mulher sente a fraqueza de longe.** [*@rafael.airess*]. 02 fev. 2025. [vídeo]. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@rafael.airess/video/7466971693731286278?lang=pt-BR>
Acesso em: 10 jul. 2025.

AIRES, R. *TikTok* – *rafael.airess*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@rafael.airess>. Acesso em: 10 jul. 2025.

BUTLER, J. **Problemas de Gênero: Feminismo e subversão da identidade.** 1. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

COELHO, G. **A burrice da mulher não está na cabeça está na alma.** [*@cortesdocoelhooficial*]. 15 mai. 2025. [vídeo]. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@cortesdocoelhooficial/video/7504830707886296375?lang=pt-BR> . Acesso em: 10 jul. 2025.

COELHO, G. **Eu se fosse mulher.** [*@cortesdocoelhooficial*]. 30 abr. 2025. [vídeo]. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@cortesdocoelhooficial/video/7499128551065570566?lang=pt-BR> . Acesso em: 10 jul. 2025.

COELHO, G. *TikTok* – *cortesdocoelhooficial*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@cortesdocoelhooficial>. Acesso em: 10 jul. 2025.

CONNELL, R. W. **Masculinidades.** 1ª. ed. Mexico D.F: PROGRAMA UNIVERSITARIO DE ESTUDIOS DE GÉNERO, 2003.

GILLESPIE, T. **A relevância dos algoritmos.** Tradução de Amanda Jurno. Parágrafo, São Paulo, v. 6, 2018. 95-121 p. ISBN 23174919.

KOZINETS, R. V. **Netnografia: Realizando Pesquisa Etnográfica Online.** 1º. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

NAGLE, A. **Kill all normies: online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right.** Winchester: Zero Books, 2017.

SANTOS, R. *TikTok* – *raiamsantosofc1*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@raiamsantosofc1> . Acesso em: 10 jul. 2025.

SCHUTZ, T. **Existe promoção nessas idade?** [*@thiagoschutzoficial*]. 17 fev. 2025. [vídeo]. *TikTok*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thiagoschutzoficial/video/7476192080348384517?lang=pt-BR>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SCHUTZ, T. **O feminismo só está de pé hoje, porque ainda tem homens que apoiam.** [*@thiagoschutzoficial*]. 12 mai. 2025. [vídeo]. *TikTok*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thiagoschutzoficial/video/7503256532868402487?lang=pt-BR>. Acesso em: 10 jul. 2025.

SCHUTZ, T. *TikTok* – *thiagoschutzoficial*. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thiagoschutzoficial>. Acesso em: 10 jul. 2025.

ZANELLO, V. **A prateleira do amor: sobre mulheres, homens e relações.** Curitiba: Appris, 2023.

ZANELLO, V. **Saúde mental, gênero e dispositivos: cultura e processos de subjetivação.** Curitiba: Appris, 2018.