

REDPILL: DISCURSOS DE GÊNERO NAS MÍDIAS SOCIAIS, GERAÇÃO Z, CAPITALISMO E PSICANÁLISE

Rodrigo Sampaio Rodrigues

Pós-Graduando na Especialização em Neuropsicologia - Universidade de Fortaleza

rodrigospaio@outlook.it

Área Temática: Teorias Psicanalíticas.

Área de Conhecimento: Psicologia

Encontro Científico: XIV Encontro de Pós-Graduação.

RESUMO

Introdução: Este trabalho propõe uma investigação psicanalítica sobre como a ideologia redpill, difundida nas redes sociais, atua como uma tecnologia de linguagem e subjetivação.

Objetivo: O objetivo principal é compreender como esse discurso, parte da “machosfera”, serve como um “espelho algorítmico” para homens heterossexuais cisgêneros da Geração Z.

Metodologia: A pesquisa exploratória de preparação de um anteprojeto de pesquisa para programas de pós-graduação em psicologia se ancora na releitura psicanalítica de Jacques Lacan e nos Estudos de Gênero de Judith Butler, Paul B. Preciado e Raewyn Connell.

Resultados: Teoricamente, o estudo sugere que a ideologia redpill articula um “nó borromeano algorítmico” entre o simbólico (o discurso do “homem de alto valor”), o imaginário (uma virilidade mitológica) e o real (a percepção de perda de status e a falta inerente). A pesquisa interpreta o movimento como um sintoma social que explora a vulnerabilidade psíquica de jovens, utilizando a pulsão escópica para gerar lucro dentro do que é chamado de neurocapitalismo e capitalismo de vigilância. **Considerações finais:** O estudo busca contribuir para a compreensão da saúde mental masculina e denunciar discursos misóginos e homofóbicos.

Palavras-chave: Teoria Lacaniana; Masculinidade; Mídias Sociais.

INTRODUÇÃO

A ideologia redpill disseminada nas redes sociais atua como uma tecnologia de linguagem e subjetivação, e a amarração de um nó borromeano digital. O objetivo principal deste estudo é compreender como esse discurso, parte da “machosfera” e disseminado principalmente por meio de conteúdos audiovisuais no YouTube e TikTok, atua como um espelho algorítmico para homens heterossexuais cisgênero da Geração Z, formada majoritariamente por pessoas nascidas entre 1995 e 2010 (Spada et al., 2024; Kovalchuk et al., 2024).

Ancorando-se na releitura psicanalítica de Jacques Lacan e nos Estudos de Gênero de Judith Butler, Paul B. Preciado e Raewyn Connell, o estudo tenciona compreender como a ideologia redpill disseminada nas redes sociais captura a pulsão escópica desses jovens e

molda seu imaginário sobre gênero, masculinidade e identidade. Teoricamente propõe-se que essa ideologia articula um nó borromeano algorítmico entre o simbólico, formado por uma linguagem e um discurso que prescrevem o que é e o que não é ser um “homem de alto valor” ou um “homem alfa”, o imaginário de uma virilidade mitológica, quase hereditária, e o real marcado pela percepção de perda de status na sociedade e pela falta inerente. O movimento redpill pode ser interpretado como um sintoma social causado pela percepção de perda de status na sociedade, e segundo Butler, também pode ser interpretado como um mecanismo de exclusão discursiva. No caso da ideologia redpill tudo aquilo que não é o “homem de alto valor” ou “homem alfa” é interdito, recalcado, da cadeia de significantes possíveis, permitindo apenas a existências de certas identificações e fantasias (Butler, 1997).

Na mitologia grega clássica, Adônis é um jovem belo que sofre as consequências da manipulação e rivalidade de duas deusas, Afrodite e Perséfone, que o disputam, e acaba sendo morto por Ares, devido à inveja que o deus da guerra sente do amor que Afrodite nutre pelo jovem. Adônis é descrito como um personagem cuja vida é curta, dependente dos desejos de outros, enquanto Ares é poderoso e independente. Ares encarna perfeitamente o falo imaginário como detentor de virilidade, enquanto Adônis representa a vulnerabilidade, ligada à feminilidade, ou seja, são dois pólos extremos de representação do masculino (Brandão, 1986; Lacan, 1958/1998).

O Complexo de Adônis, como dismorfia muscular, é interpretado na literatura psicanalítica como um sintoma (*symptôme*) da castração, uma busca simbólica de encarnar o falo imaginário no real do corpo por meio de um corpo e de um *moi* hipermasculinos (Feitosa Filho, 2014; Lacan, 1958/1998). Propõe-se neste projeto que movimento *redpill* também pode ser considerado uma tecnologia de subjetivação contemporânea que explora as fissuras e vicissitudes da masculinidade, que causa um *Complexo de Adônis Algorítmico* como uma formação de compromisso social e coletiva análoga ao sintoma. O “macho alfa” é representado pelo imaginário mitológico na persona de Ares, forte e viril, o “pólo masculino”, enquanto Adônis é o “pólo feminino”, o homem que ainda não conheceu seu valor, o homem dominado por mulheres, o homem que ainda não foi *redpillado*. O Complexo de Adônis Algorítmico é uma dismorfia imaginária do eu, exposta exageradamente no ambiente digital pela imagem e pela linguagem. O uso de significantes que marcam o território do que é um “homem de alto valor”, o “pólo masculino” ou um “macho alfa”, um “homem de verdade”, como sucesso profissional, resiliência emocional, assertividade, potência sexual, independência, virilidade, corpo atlético, força física e agressividade, organiza-se em uma

cadeia de significantes que expressa uma necessidade de autoafirmação e vela uma vulnerabilidade típica do sujeito barrado.

Nesse outro contexto, pode-se observar a aderência à ideologia como uma espécie análoga de *sinthoma* (*sinthome*) social, uma invenção coletiva de homens cujo *moi* está fragilizado que permite amarrar as falhas simbólicas e imaginárias em um nó, operação que permite aos sujeitos cuja fantasia da masculinidade está em ruínas se organizarem psiquicamente e suportarem a intrusão do Real que a falta lhes causa (Lacan, 1975-1976/2007).

Pretende-se compreender como esse recalçamento como tecnologia de linguagem e subjetivação e o nó borromeano algorítmico são explorados pelas plataformas de redes sociais, capturando a pulsão escópica no mercado livre da atenção e explorando o objeto *a*, por meio de algoritmos e estratégias descritas por Giorgio Griziotti e Shoshana Zuboff como formações contemporâneas do capitalismo, causando um espécie de Complexo de Adônis Algorítmico.

METODOLOGIA

Trata-se de uma experiência de pesquisa exploratória e preliminar de preparação de um anteprojeto de pesquisa para ser submetido a programas de pós-graduação em Psicologia em universidades públicas federais e estaduais. Foram utilizadas como referência na reflexão do fenômeno digital *redpill* as obras e textos originais de Jacques Lacan, seus comentadores e a literatura científica em sociologia de referência em Estudos de Gênero já produzida sobre temas adjacentes, representada principalmente por obras de Judith Butler, Paul B. Preciado e Raewyn Connell.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo Lacan, a masculinidade não é um dado biológico, mas uma posição discursiva estruturalmente marcada pela falta e pela precariedade. A falta e a precariedade resultam da tentativa do sujeito de encarnar esse significante do falo, uma tarefa fadada ao fracasso (Lacan, 1958/1998). A entrada do sujeito na ordem da linguagem e do Simbólico é marcada pela castração, uma operação simbólica em que o sujeito reconhece a finitude do seu desejo e a impossibilidade do gozo pleno, insere-se no mundo das relações sociais mediadas pela lei e se estrutura como neurótico. Sem a castração, o sujeito se estrutura como psicótico, negando a lei e inserindo-se de modo precário no mundo das relações sociais (Lacan, 1955-1956/1985).

A castração, portanto, é a operação necessária para que o sujeito homem, marcado pela cadeia de significantes “homem heterossexual cisgênero”, ocupe uma posição subjetiva na rede de significantes que estrutura o “mundo das relações sociais dos homens”, posição que tenha o semblante da virilidade (Lacan, 1972-1973/1985). Todavia, essa posição subjetiva é constituída em um impasse, pois o sujeito, no registro do Imaginário, acredita que ter o pênis é o mesmo que “ser o falo”. O sujeito acaba descobrindo que o órgão em si, o pênis, não garante que ele seja o falo, pois o órgão de carne pode falhar ou ser cortado, e é necessariamente levado a criar uma fantasia — a virilidade como significante, o falo — que sustente seu desejo diante da angústia causada pela castração, diante de sua impossibilidade de gozo pleno (Lacan, 1958/1998).

A ideologia *redpill* é baseada nessa fantasia fundamental de virilidade e na frustração decorrente de uma percepção de crise e perda de status do sujeito heterossexual cisgênero e masculino na sociedade contemporânea. A premissa principal do movimento *redpill* é a de que há uma realidade oculta que oprime os homens em uma sociedade supostamente dominada por mulheres e valores feministas (García Mingo & Díaz Fernández, 2022; Van Valkenburgh, 2021). Este fenômeno das mídias sociais se popularizou no Brasil principalmente a partir de 2010, em um contexto mais amplo de debates sobre política, cultura e comportamento. A “red pill”, ou pílula vermelha, representa uma libertação da opressão por meio do conhecimento dessa verdade oculta, metáfora inspirada no filme Matrix (1999) (García Mingo & Díaz Fernández, 2022; Ging, 2017).

Uma das hipóteses que se levantaram por meio da reflexão psicanalítica desse fenômeno é a de que *smartphones* e redes sociais se tornaram uma espécie de espelho algorítmico no qual projetamos um ideal-de-eu curado, projetamos formações do inconsciente e abrigamos uma fantasia. É como se o estádio do espelho (Lacan, 1966/1998) fosse reeditado continuamente, mediado pelos algoritmos das redes sociais e por dispositivos inteligentes que formam e refletem uma imagem especular coesa que temos, ou desejamos ter, de nós mesmos.

O movimento *redpill* se insere nesse contexto ao se posicionar como um nó entre o simbólico, o real e o imaginário da masculinidade hegemônica, em um nó borromeano algorítmico. Influenciadores *redpill* utilizam-se de uma estética corporal hipermasculina enquanto disseminam discursos misóginos, mesclada com um discurso de autoajuda. Parte de sua estratégia é utilizar essa estética corporal em uma articulação entre imagem e discurso.

Em sinergia mercadológica com as indústrias *fitness*, *wellness*, *cosmética*, estética e farmacêutica, influenciadores *redpill* moldam seus corpos, em uma materialização muscular e

estética do discurso do “macho alfa”. Preciado (2023) associou este fenômeno ao capitalismo farmacopornográfico, como uma produção de corpos e desejos por meio de discursos, representações, hormônios e fármacos, para serem idealizados e consumidos. Outra hipótese derivada da reflexão é que os algoritmos estão participando ativamente da subjetivação dos usuários. O movimento *redpill* se insere neste contexto, do livre mercado digital da atenção, transformando a performatividade de gênero masculino em *commodity* e conteúdo audiovisual. Influenciadores *redpill* estilizam sua performatividade de gênero de modo fabricado para capturar a atenção, performatividade marcada pelo significante do “macho alfa” que nega intensamente a castração e ao mesmo tempo se insere radicalmente na prescrição de masculinidade ideal do Simbólico (Butler, 1990/2003).

O modelo de negócio de plataformas de mídias digitais para gerar mais-valia é explorar a pulsão escópica dos usuários, na fronteira entre o somático, o psíquico e o digital (Freud, 1905/2010). Essa expropriação da pulsão escópica como matéria-prima é a base do que Shoshana Zuboff (2021) chamou de capitalismo de vigilância. Os algoritmos são treinados para transmitir conteúdos audiovisuais personalizados que manterão a atenção sob sequestro por horas a fio, em um circuito pulsional algoritmizado. A exploração escópica e cognitiva das mídias sociais é o cerne do que Giorgio Griziotti (2019) chamou de neurocapitalismo, um sofisticado ecossistema em que a atenção e outras funções cognitivas dos usuários — o que para a psicanálise se trata dos afetos e da pulsão escópica, impulsionada pelo objeto *a* — são sequestradas e exploradas, gerando um excedente de dados, que Zuboff nomeou de superávit comportamental. Esse excedente de dados é transformado em *commodity* e vendido em um mercado de comportamentos futuros, quando se torna lucro para essas grandes corporações de tecnologia. Ambas são formações contemporâneas do capitalismo. Em um *feedback* circular entre tecnologia, subjetivação e capitalismo, as plataformas colhem seus “*bitcoins* cognitivos” nos córtices cerebrais dos usuários e lucram com a misoginia e a vulnerabilidade psíquica de adolescentes e jovens adultos, enquanto estes perseguem exaustivamente um ideal-de-eu masculino inalcançável, presos em um Complexo de Adônis Algorítmico, análogo ao *sinthoma*, criado para reforçar e explorar seus sentimentos de inadequação (Lacan, 1962-1963/2005).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, este projeto propõe que a ideologia *redpill* se constitui como uma tecnologia de linguagem e subjetivação que opera por meio de um mecanismo de exclusão discursiva.

Este fenômeno discursivo, midiático e digital impede a circulação de significantes na cadeia de identificações dos sujeitos — especificamente daqueles que se identificam como do gênero masculino, heterossexuais e cisgêneros —, vetando tudo aquilo que não se alinha a uma masculinidade idealizada e mitológica.

Propõe-se que essa ideologia articula um nó borromeano algorítmico entre o Simbólico, formado por uma linguagem que prescreve o “homem de alto valor”; o Imaginário, de uma virilidade mitológica; e o Real, marcado pela impossibilidade de elaborar simbolicamente a angústia catalisada pela falta inerente à masculinidade mitológica e pela perda de status do homem na sociedade contemporânea.

A ideologia *redpill*, ao fixar o sujeito a uma fantasia fundamental de masculinidade fálica, atua como uma formação análoga ao sintoma social que revela o mal-estar inerente à busca por uma imagem inatingível. Ao recusar certos significantes, o discurso *redpill* tenta velar a falta e a castração inerentes à masculinidade, buscando uma identificação com uma imagem mitológica de homem, o que causa sofrimento. Os algoritmos das plataformas de redes sociais reforçam seletivamente esses significantes, criando um espelho algorítmico em uma reedição contínua do estádio do espelho. Essa circulação algoritmizada de significantes e imagens molda a subjetivação e contribui para um sofrimento subjetivo explorado pelas formações do capitalismo contemporâneo, configurando o que denominamos Complexo de Adônis Algorítmico: uma formação sintomática de dismorfia imaginária do eu que opera tanto no plano individual quanto no coletivo.

REFERÊNCIAS

BRANDÃO, J. de S. **Mitologia grega**. Petrópolis: Vozes, 1986. v. 1.

BUTLER, J. **Excitable Speech: a Politics of the Performative**. New York: Routledge, 1997.

BUTLER, J. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Tradução de Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CONNELL, R. W. **Masculinities**. 2. ed. Berkeley: University of California Press, 2005.

FEITOSA FILHO, O. A. Um olhar psicanalítico sobre a vigorexia. **Revista Subjetividades**, Fortaleza, v. 14, n. 1, p. 162-171, abr. 2014. Disponível em: <https://ojs.unifor.br/rmes/article/view/3313>. Acesso em: 10 set. 2025.

FREUD, S. **Três ensaios sobre a sexualidade**. Tradução de Paulo César de Souza. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

GARCÍA MINGO, E.; DÍAZ FERNÁNDEZ, S. Wounded men of feminism: exploring

regimes of male victimhood in the Spanish manosphere. **European Journal of Cultural Studies**, [s.l.], v. 26, n. 1, p. 1-19, 2022. DOI: 10.1177/13675494221141856. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/13675494221141856>. Acesso em: 10 set. 2025.

GING, D. Alphas, betas, and incels: theorizing the masculinities of the manosphere. **Men and Masculinities**, [s.l.], v. 22, n. 4, p. 638-657, 2017. DOI: 10.1177/1097184X17706401. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1097184X17706401>. Acesso em: 10 set. 2025.

GRIZIOTTI, G. **Neurocapitalism: technological mediation and vanishing lines**. Tradução de J. F. McGimsey. New York: Minor Compositions, 2019.

KOVALCHUK, S. et al. Integrating digital technologies into Generation Z marketing strategies: studying values, channel effectiveness, and consumer trends. **Revista Gestão & Tecnologia**, Pedreira, v. 24, n. 2, p. 45-65, 2024. Disponível em: <https://revistagt.fpl.emnuvens.com.br/get/article/view/2835>. Acesso em: 10 set. 2025.

LACAN, J. **Escritos**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

LACAN, J. **O Seminário, livro 3: As psicoses (1955-1956)**. Tradução de Aluisio Telles. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

LACAN, J. **O Seminário, livro 10: A angústia (1962-1963)**. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

LACAN, J. **O Seminário, livro 20: Mais, ainda (1972-1973)**. Tradução de M. A. de Moraes. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

LACAN, J. **O Seminário, livro 23: O sintoma (1975-1976)**. Tradução de Sérgio Telles. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

PRECIADO, P. B. **Dysphoria mundi: o som do mundo desmoronando**. Rio de Janeiro: Zahar, 2023.

SPADA, R.; GONÇALVES, J.; RUFFATTO, J. Perspectivas da Geração Z sobre valores no trabalho: uma revisão da literatura. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, v. 25, n. 2, 2024. DOI: 10.26707/1984-7270/2024v25n0205. Disponível em: https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-72702024000200005. Acesso em: 10 set. 2025.

VAN VALKENBURGH, S. P. Digesting the Red Pill: masculinity and neoliberalism in the manosphere. **Men and Masculinities**, [s.l.], v. 24, n. 1, p. 84-103, 2021. DOI: 10.1177/1097184X20972458. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1097184X20972458>. Acesso em: 10 set. 2025.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova do poder**. Tradução de George Schlesinger. São Paulo: Intrínseca, 2021.