

Discurso neoliberal, comercialização da (vontade de) verdade e antifeminismo

Neoliberal Discourse, commercialization of (the will to) truth, and antifeminism

Marcela Aianne Rebouças¹

Universidade Federal da Paraíba - UFPB

marcelaareboucas@gmail.com

RESUMO: Em um cenário político pautado por embates entre vontades de verdade (Foucault, 2014) cada vez mais antagônicas, possibilita-se a emergência de discursos altamente radicalizados, que, para além de dividir os sujeitos em termos políticos, diferenças produzem efeitos na constituição das subjetividades. As mulheres são, nesse cenário, envolvidas por discursos que visam enquadrá-las num padrão, às vezes mais conservador, noutros mais progressista. Assim, são reproduzidas práticas de silenciamento direcionadas a determinadas formas de subjetivação. Baseado em tal conjuntura, o presente trabalho realiza uma investigação dos discursos antifeministas reproduzidos por mulheres, que são disseminados nas redes sociais como “verdadeiros”. Nosso objetivo é analisar o modo como essa (vontade de) verdade é relacionada a fins neoliberais ao passo que é comercializada como um conhecimento superior. Para tanto, selecionamos um vídeo do Instagram da deputada estadual catarinense Ana Caroline Campagnolo, em que se verifica o discurso antifeminista mobilizando uma hierarquização de gênero como premissa para a comercialização de um saber – veiculado por cursos, livros ou outros meios. Teórica e metodologicamente alicerçada nos Estudos Discursivos Foucaultianos, a análise, que se dá pelo método arqueogenalógico, aponta para o uso de estratégias discursivas como forma de persuasão e propagação do antifeminismo, que alimenta, por sua vez, um embate pelo modo correto de ser mulher e reproduz a rivalidade feminina.

Palavras-chave: Antifeminismo; Vontade de verdade; Neoliberalismo; Campagnolo.

ABSTRACT: In a political context marked by clashes between increasingly antagonistic “wills to truth” (Foucault, 2014), highly radicalized discourses emerge. More than dividing subjects in political terms, these differences affect the constitution of subjectivities. Women, in this scenario, are targeted by discourses that seek to confine them within a standard, sometimes more conservative, at other times more progressive. As a result, practices of silencing directed at certain forms of subjectivation are reproduced. Based on this conjuncture, the present study investigates antifeminist discourses reproduced by women and disseminated on social media as “truths”. Our aim is to analyze how this (will to) truth is connected to neoliberal purposes while being commercialized as superior knowledge. To this end, we selected a video from the Instagram account of Ana Caroline Campagnolo, a state representative from Santa Catarina, in which antifeminist discourse mobilizes gender hierarchies as a premise for product marketing. Theoretically and

¹ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística (PROLING – UFPB). Bolsista Capes. Membro do grupo Observatório do Discurso (CNPq).

methodologically grounded in Foucauldian Discourse Studies, the analysis, conducted through the archeogenealogical method, points to the use of discursive strategies as tools of persuasion and dissemination of antifeminism, which, in turn, fuels disputes over the supposedly correct way of being a woman and reproduces female rivalry.

Keywords: Antifeminism; Will to truth; Neoliberalism; Campagnolo.

Introdução

O conceito de verdade tem rendido inúmeras discussões, em diferentes dimensões. Pela “verdade”, multidões são mobilizadas. Muitos são capazes de dar sua própria vida – e até mesmo se envolver em guerras, que ceifam a vida de outros – pelo que acreditam ser verdadeiro. Antes de atingir tais níveis, porém, o conceito de verdade produz outros efeitos, tão nocivos quanto aqueles que resultam em violência física. Em um grau mais insidioso, discursos que se dizem verdadeiros promovem mudanças na vida dos sujeitos. Nesse sentido, a célebre frase proferida por Jesus – “[...] Vocês conhecerão a verdade, e a verdade os libertará” – nos ajuda a ver o poder que pode ser exercido por meio de um discurso ao qual se atribui veracidade: promover independência e autonomia para aqueles que, em sentido conotativo ou denotativo, estão em uma condição de cárcere.

Sem a pretensão de discutir o que é ou não verdadeiro em sentido religioso (mas entrando, direta ou indiretamente, nos discursos que circulam com essa temática), neste artigo, discutimos como o conceito de (vontade de) verdade (Foucault, 2014) é mobilizado no discurso político para tratar de questões de gênero, que não raro estão atreladas a um padrão rígido daquilo que é aceitável, desejável e permitido aos sujeitos. Nessa seara de permissões e impedimentos, daremos ênfase a um grupo que, ao longo da história, sofreu com as imposições, normalizações e efeitos repressivos das relações de poder-saber: as mulheres. Nosso interesse está em investigar o modo como aquelas que outrora foram tão atingidas por mecanismos opressivos – dos quais ainda continuam sendo alvo – passam a reproduzi-los por meio do antifeminismo, que emerge, nesse contexto, como a grande verdade libertadora. Afinal, como se constituem os sujeitos femininos em meio a tantos discursos que se dizem verdadeiros e que, por sua vez, produzem normas de conduta sobre o modo de ser, de agir e de estar no mundo? Essa é a questão que norteia nossas reflexões e nos leva a traçar nosso objetivo principal, que consiste em analisar o modo como a (vontade de) verdade antifeminista é relacionada a fins neoliberais ao passo que é comercializada como um conhecimento superior.

Em meio à circulação cada vez mais rápida dos saberes nas mídias digitais, as redes sociais se configuram como plataformas de emergência dos enunciados. É a partir deste suporte que montamos nosso corpus de análise, o qual foi constituído por meio de uma busca e verificação de perfis no Instagram que: (1) promovem um discurso explicitamente antifeminista e (2) promovem a venda de produtos com teor pedagógico. Selecionamos, então, a conta de Ana Caroline Campagnolo, deputada estadual catarinense, que produz ativamente conteúdo conservador e antifeminista ao passo que faz propaganda de cursos e livros com o mesmo teor.

De suas mais de 5 mil publicações, intercaladas entre fotos e vídeos, analisamos um *reel* postado no dia 05 de outubro de 2023. No entanto, considerando que as margens de um enunciado são sempre povoadas por outros enunciados, como aponta Foucault (2020), nossa análise não se restringe apenas a este vídeo, mas se estende a outras materialidades com as quais ele dialoga, ainda que estejam dispostos em um sistema de dispersão.

Nossa discussão é organizada em 3 tópicos principais, além desta introdução. No primeiro, abordamos o conceito de vontade de verdade (Foucault, 2014) em uma síntese teórica mesclada a enunciados que servem como exemplos práticos, embora não se configurem como análise propriamente dita. Desse modo, não só apresentamos alguns dos pressupostos teóricos que amparam o percurso analítico, como seguimos o método empregado pelos Estudos Discursivos Foucaultianos, em que teoria e análise não se configuram como independentes, ao passo que o *corpus* está sempre em diálogo com um campo associado de enunciados. Em seguida, partimos para a análise, que gira em torno da comercialização e da reprodução da rivalidade feminina. Por fim, no último tópico, apresentamos os resultados obtidos em nossas considerações finais.

As “mulheres femininas” e a vontade de verdade antifeminista

Inúmeras teóricas falaram sobre a mulher e sobre sua constituição na sociedade ao longo do tempo. Simone de Beauvoir, por exemplo, um dos nomes mais conhecidos do feminismo, afirma que um sujeito não nasce mulher, mas torna-se mulher (Beauvoir, 2016). Tal asseveração desestabiliza a noção biológica de sexo, que determinaria boa parte daquilo que alguém é e suas características, indicando que os sujeitos são envoltos por circunstâncias, acontecimentos e inúmeros fatores sociais que os moldam, fazendo com que sejam de uma forma e não de outra. Não à toa suas palavras são, até hoje, criticadas e rejeitadas por muitos. Ousar dizer algo diferente daquilo que se é aceito e tomado como “verdadeiro” – inclusive quando se trata de algo biológico, testado e comprovado por tantos estudiosos – é, em certa medida, um perigo. Nesse sentido, podemos compreender o que Michel Foucault (2014, p. 09) quer dizer quando afirma que “[...] não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa”.

É preciso, sobretudo para que o dito tenha valor, que ele se enquadre em determinada ordem do discurso, isto é, que se alinhe às normas de uma polícia discursiva (Foucault, 2014). À época em que Beauvoir (2016) pôs em questão a influência do biológico no que faz os sujeitos

serem aquilo que são – no caso, as mulheres –, o horizonte social e científico não permitia que isso fosse bem aceito, pois não condizia com o discurso considerado “verdadeiro” naquele momento. Mesmo hoje, com o avanço das discussões de gênero e de outros campos de estudo que apontam a influência exercida pelo meio nos indivíduos, o apontamento da feminista francesa ainda causa agitação. Sobretudo entre aqueles que defendem um certo tipo de essência entre os sexos, o “tornar-se mulher” é inconcebível, pois abre margem para diferentes formas de ser, de pensar, de expressar e de agir. E, em uma sociedade onde há muito se estabeleceram regras de conduta para os sujeitos, não é aceitável que as mulheres digam e façam qualquer coisa – pelo menos não se quiserem ser consideradas “verdadeiramente” mulheres.

As noções de feminilidade, construídas ao longo dos séculos, orientam a da vida da mulher e seu papel na sociedade. Em seu livro *Mística feminina*, Betty Friedan (1971) indica como as mulheres norte-americanas se sentiam, na década de 60, ao seguir o padrão recomendado para a realização feminina, que se alinhava ao “kinder, küche, kirche” (crianças, cozinha, igreja) defendido anteriormente pelos nazistas a respeito da mulher. Ao estruturar suas vidas em torno do matrimônio e da família, preenchendo seus dias com tarefas domésticas, no fim do dia, elas se sentiam infelizes e angustiadas, como se algo lhes faltasse – apesar de, materialmente, terem tudo. Friedan (1971) relata que esses sentimentos coletivos foram objeto de estudo de muitos psicólogos e sociólogos, que chegaram à conclusão de que a educação era o real problema. Poder estudar e seguir uma carreira, tal como faziam livremente os homens, foi apontado como a causa de suas ansiedades, já que

[...] isso lhes deu a sensação de poder ser e realizar o que bem entendessem, com a mesma liberdade que os rapazes. Não as preparou para o papel de mulher. A crise ocorre quando são obrigadas a se adaptar a esse papel. A alta incidência de conflitos emocionais e esgotamentos nervosos em mulheres de vinte e trinta anos é atribuída a essa crise de situação. Se fossem educadas para *o seu papel* não a sofreriam, dizem os orientadores (Friedan, 1971, p. 67, grifos meus).

À época em que Friedan (1971) escreveu, mesmo com a relativa liberdade que as mulheres recebiam por compartilhar direitos iguais, asseverava-se o teor prejudicial de agir “como os homens” e negar “seu propósito”. A anatomia anunciava seu destino e, negá-lo, gerava crise e sofrimento. Muitas décadas depois, vemos esse mesmo discurso ecoando nas palavras dos nossos dias.

Aqueles que defendem rígidos padrões de gênero atribuem muitos dos problemas enfrentados pelas mulheres à subversão das normas. Conforme aponta Campagnolo (2025, p. 267):

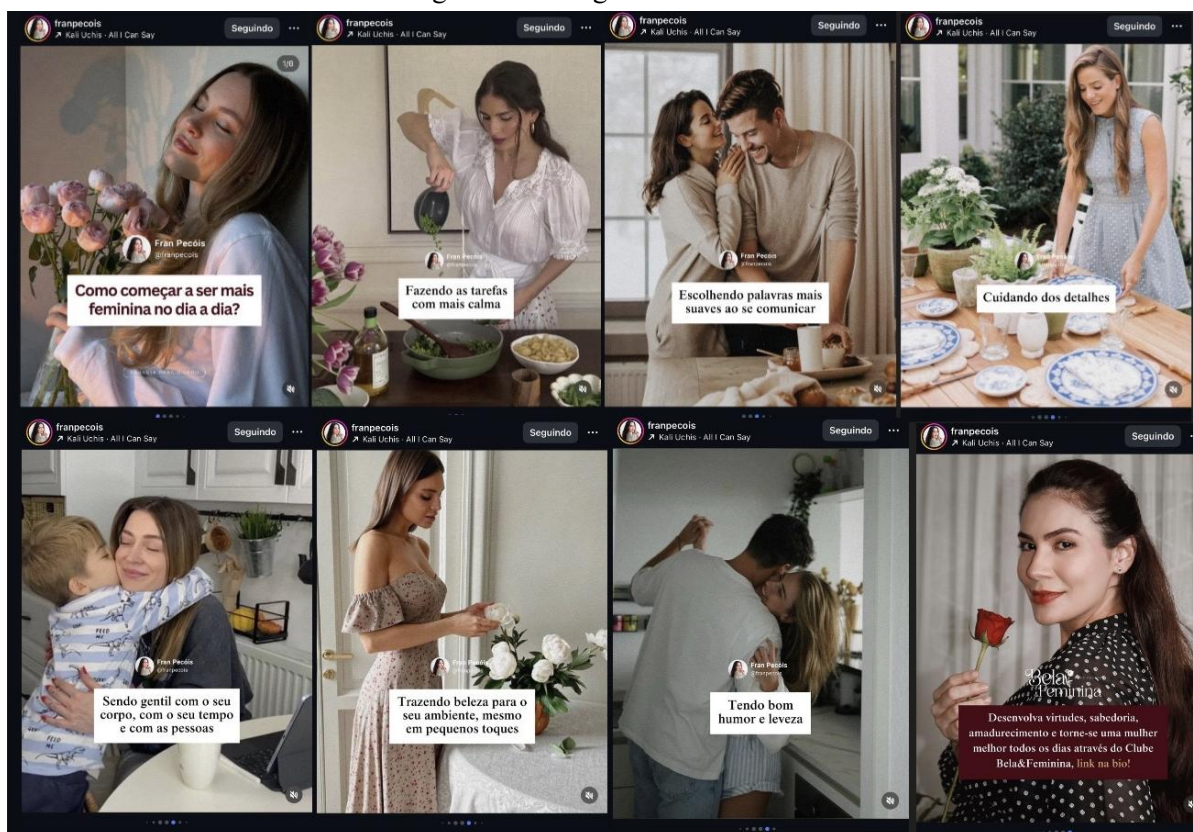
[...] os papéis tradicionais masculinos e femininos e seus imperativos biológicos foram subvertidos sob a ideia de gênero como uma construção social. Como consequência, muitas mulheres se afastaram de padrões que se provaram historicamente funcionais, e a perseguição pela ideia de ‘ter e ser tudo’ acabou gerando uma sobrecarga emocional (Campagnolo, 2025, p. 267).

Diante disso, se uma mulher não aceita seu destino biológico – isto é, ser mãe e cuidar de seus filhos e de seu lar, fazendo disso seu principal objetivo de vida –, ela está negando a si mesma. Isso tornar-se-ia se tornaria ainda pior caso ela resolvesse fazer algo que seja atribuição “masculina”. Nessa esteira de pensamento, não se alinhar aos papéis tradicionais, além de não ser “funcional”, se constitui como negação de uma suposta “essência” que, por sua vez, resulta em problemas de toda sorte, como a sobrecarga emocional mencionada pela autora. Essas mulheres que rejeitam seu destino biológico, portanto, deixam de ser femininas e não são encaradas da mesma forma nem mesmo por suas congêneres. Elas são vistas sob a ótica da anormalidade ou como objeto de restauração, visando a retomada de sua “essência”. Para tanto, são promovidos discursos que visam libertá-las daquilo que as afastou de seu “propósito”.

Na era das mídias digitais, há inúmeras páginas criadas com o objetivo de promover um retorno à suposta feminilidade “natural” das mulheres. O perfil de Fran Pecóis é um deles. Em uma de suas postagens no Instagram, feita em maio de 2025, ela dá “dicas de como começar a ser mais feminina no dia a dia”². Nas imagens, são exibidas frases curtas e, ao fundo, mulheres praticando ações variadas.

² Disponível em: https://www.instagram.com/p/DJ1msUmyX7D/?img_index=1. Acesso em: 10 abr. 2025.

Imagem 1 - Postagem de Fran Pecóis



Fonte: Instagram.

Na primeira imagem, que serve como capa para o conteúdo, há uma mulher segurando um buquê de flores e uma pergunta norteadora. Em seguida, uma mulher diferente prepara uma refeição e a primeira dica surge: “Fazendo as tarefas com mais calma”. A segunda sugestão tem ao fundo um casal interagindo e instrui: “Escolhendo palavras mais suaves ao se comunicar”. Na quarta imagem do carrossel, outra mulher é apresentada. Dessa vez, arrumando a mesa, a orientação é: “Cuidando dos detalhes”. A próxima imagem exibe uma mulher interagindo com uma criança de forma carinhosa, ao passo que a recomendação é: “Sendo gentil com seu corpo, com o seu tempo e com as pessoas”. Na sétima imagem, uma mulher organiza um arranjo floral, que se completa pela dica seguinte: “Trazendo beleza para o seu ambiente, mesmo em pequenos toques”. O último aconselhamento, “Tendo bom humor e leveza”, mais uma vez exibe um casal. E a imagem que encerra o compilado traz a própria Fran Pecóis segurando uma rosa, em conformidade com as instruções que fornece.

Em todos os casos, as frases são apresentadas em formas de resposta à questão principal (Como começar a ser mais feminina no dia a dia?). Todas as orações são iniciadas com um verbo no gerúndio, indicando ações que estão sendo realizadas. Não se tratam de ordens, mas a forma verbal escolhida indica frequência e continuidade, demonstrando como as ações devem

ser feitas de forma constante pelas mulheres para se alcançar a feminilidade. Fazer, escolher, cuidar, ser, trazer e ter são os verbos usados para orientar.

É somente na última frase, com o encerramento da série de fotos, que se observa uma alteração nesse padrão verbal. Ao flexionar o verbo no modo imperativo (desenvolva), Fran Pecóis dá continuidade às suas orientações, mas dessa vez de forma mais apelativa. Ela mostra que, além das “dicas” breves, há um caminho a ser traçado para se tornar uma mulher melhor. E isso se intensifica pela legenda da publicação, com a indicação de “um guia completo” para se tornar “a mulher que nasceu para ser”, que consiste no curso vendido pela própria autora da postagem. Dessa forma, além da disseminação da visão tradicional de feminilidade, que se dá por meio do texto verbal e visual, em que observamos mulheres na esfera doméstica, realizando atividades voltadas ao cuidado, há também as marcas de uma sociedade neoliberal, em que os sujeitos são incentivados a trabalhar a si mesmos e buscar sua melhor versão. No caso das mulheres, a melhoria de si consiste em aceitar sua “essência” e tornar-se cada vez mais “feminina”. Por conseguinte, vemos o ecoar do discurso salientado por Friedan (1971), que relega às mulheres um papel bem específico na sociedade: o da dimensão doméstica e suas atividades da ordem do cuidar.

Assim, cria-se uma divisão entre os sujeitos: as mulheres que aceitam seu “papel natural” e as mulheres que se contrapõem a ele. Isso, por sua vez, fomenta, direta e indiretamente, o discurso de rivalidade feminina. Tal discurso tem uma longa duração histórica. Desde as mais antigas narrativas, as mulheres são postas como inimigas umas das outras (hooks, 2019). Vemos a reprodução dessa separação em muitas instâncias, mas é no discurso político (em que constantemente há um imbricamento com a religião e com elementos do sagrado) que ela parece produzir efeitos e afetos mais frequentes e antagônicos. Para exemplificar, podemos tomar o ato bolsonarista realizado no Rio de Janeiro, em 2024. Na ocasião, a ex-primeira-dama Michelle Bolsonaro reproduziu um discurso de separação entre os sujeitos femininos. Ao falar sobre “mulheres femininas e não feministas”³ que edificam seus lares e sua nação, ela aponta: “[...] É essa mensagem que nós queremos passar pra vocês, mulheres femininas. Mulheres fazendo uma política feminina e não feminista. Nós estamos aqui pra fazer uma política colaborativa, juntos... mulheres ajudando seus esposos, juntos na construção de um país melhor, por mais igualdade, por mais amor, o verdadeiro amor! O amor que cuida, o amor que protege, não o amor que escraviza”. Por meio da clara separação entre os sujeitos, ela deixa evidente

³ Transcrição do vídeo a partir de 3:33s. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aI2OoyFkZwU>. Acesso em: 10 abr. de 2025.

como existe um modo “correto” para a mulher se portar, que deve ser guiado por um determinado viés de feminilidade.

Nesse caso, o ideal pode até envolver sair da esfera privada do lar e ir à rua, posicionando-se por aquilo em que se acredita – tal como fazem muitas mulheres feministas em manifestações. Mas a motivação, o propósito e o modo como fazem isso é o principal elemento a colocar um abismo entre elas. Enquanto as “femininas” saem de seu espaço “natural” para apoiar seus cônjuges (seguindo o modelo estabelecido desde a criação, no relato de Gênesis 2:18, quando Eva é descrita como uma “ajudadora” para Adão) e defender a “verdade” e o “verdadeiro amor”, as feministas o fazem em prol de revoluções que visam impor uma nova e perturbadora ética, que corrompe os papéis sociais (histórica e discursivamente construídos).

Jogando também com o conceito de “verdade”, Michelle Bolsonaro atribui àquelas que seguem os princípios conservadores de feminilidade a essência do amor, do cuidado e da proteção que, segundo ela, são fundamentais para a reconstrução da nação. Nesse sentido, são as mulheres femininas, isto é, que seguem ao padrão naturalizado de como uma mulher deve ser, as “verdadeiras” mulheres. Isso porque, além de cuidarem de seu lar, elas também agem em prol da sociedade. As demais, que não se encaixam nesse padrão, são desqualificadas como mulheres femininas. Sua fala atua, então, de modo a valorizar um grupo de mulheres em prol de outro.

O posicionamento da ex-primeira-dama, de caráter antifeminista, é direcionado a um público específico de apoiadores que se fazem presentes na manifestação. Mas suas palavras não se restringem àquele cenário. Em vez disso, se expandem. E esse enunciado, embora não se repita da mesma forma e nas mesmas circunstâncias (Foucault, 2020), apresenta regularidades em outras dimensões e por meio de outros sujeitos. Podemos ver um funcionamento similar no que é dito pela deputada Ana Campagnolo, conforme demonstraremos adiante.

Gênero, comercialização e lucro

No vídeo (*reel*) postado por Ana Campagnolo em seu perfil do Instagram⁴, em 5 de outubro de 2023, a deputada inicia sua fala indicando a existência de um problema sério,

⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CyBagAvu6e3/>. Acesso em: 29 ago. 2025.

presente em todos os lugares, inclusive nos lares das famílias por meio de programas de TV: o feminismo. Tal situação se intensifica, segundo ela, quando visualizamos o campo político, onde há um número expressivo de propostas legislativas com a temática “mulher” – mais de dezesseis mil, sendo quase duas mil vinculadas ao feminismo. Enquanto sua fala ecoa, os quadros se alteram, exibindo imagens de mulheres em diferentes situações: comendo, manifestando, segurando cartazes e megafones. Essas representações, por si só, não dizem muito, afinal, são exemplificações cotidianas e comuns. Porém, conforme pontua Michel Foucault (2014, p. 25), “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta”. Assim, quando as unimos ao que é dito por Campagnolo, percebemos um minucioso trabalho de escolha, que por sua vez, promove e reforça os estereótipos negativos ligados ao feminismo pela extrema-direita. Ao exibir uma mulher corpulenta e de cabelo curto comendo um sanduíche, cena que poderia facilmente estar em um comercial de fast-food, e mulheres com placas, cartazes e um cassetete, olhando fixamente para a câmera, em uma posição de enfrentamento e provocação, num vídeo em que se aponta o feminismo como um problema a ser combatido, temos, indiretamente, a associação das mulheres feministas a características negativas: gordas, feias, rebeldes, imorais, etc.

Imagem 2 - Cena 1 do vídeo



Fonte: Instagram.

Imagem 3 - Cena 2 do vídeo



Fonte: Instagram.

Frequentemente, para desqualificar o movimento e seus adeptos, os antifeministas recorrem ao modelo “ideal” de mulher, construído ao longo dos séculos sob os moldes do machismo e do conservadorismo. Dessa forma, aquelas que não se encaixam no padrão de

beleza e feminilidade estabelecido como correto, são desqualificadas. Mas, não somente. Considerando “[...] os valores morais de pudor, obediência, polidez, renúncia, sacrifício... que tecem a coroa das virtudes femininas” (Perrot, 2019, p. 93), as mulheres que aparecem no vídeo são exatamente o oposto do desejável, tornando-se aquilo que se deve evitar. Seu corpo (gordo, fora do padrão) é a materialização de seu descuido consigo mesma, da sua transgressão aos princípios de feminilidade que, por sua vez, a tornam feia e indesejável.

A aparência física, porém, não é o único ponto negativo. Nas imagens seguintes, em que mulheres magras e com a aparência “padrão” são exibidas, ainda há um problema a persistir. Uma vez que a fisionomia não é o único aspecto desejável em uma “mulher de valor”, a atitude e a conduta entram em cena como elementos determinantes. Por estarem na posição de manifestantes pelos direitos das mulheres, aquelas que levantam a bandeira do feminismo demonstram um proceder inadequado e, mesmo que sua aparência não apresente defeitos, tornam-se repugnantes. É preciso se encaixar no molde “bela, recatada e do lar”, conforme intitulado na matéria publicada pela *Veja*⁵, em 2016, para falar da ex-primeira-dama, Marcela Temer.

Estabelece-se, assim, uma separação entre os sujeitos femininos, que faz com que uns sejam rejeitados e deslegitimados, tendo sua imagem atrelada a algo ruim. Essa prática é indicada por Foucault (2014) como um dos mecanismos de exclusão que se dá por meio do discurso, que faz com que certos sujeitos tenham “[...] sua palavra considerada nula e não seja acolhida, não tendo verdade nem importância” (2014, p. 10). Portanto, como antimodelo, aquelas que se posicionam e reivindicam direitos, fazem parte de um movimento cultural, conforme aponta a deputada Ana Campagnolo, que precisa ser desfeito. É diante desse cenário que ela declara:

E1:

“Então, se nós quisermos mudar isso de verdade, para dar valor de verdade, à mulher, ao casamento, à família e à nossa civilização nós precisamos começar pela cultura”.

Compartilhando com seus seguidores uma realidade problemática como a que apresenta, ela lança base à declaração transcrita acima. Em tom de apelo, Campagnolo inclui aqueles que a assistem na necessidade de tomar uma ação, conforme se verifica pelo uso da 1ª pessoa do plural (“nós”). Com isso, os espectadores se deparam não com uma imposição, mas com um

⁵ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar>. *Veja*, 18 abr. 2016. Acesso em: 28 ago. 2025.

convite. Eles têm a oportunidade (se quiserem) de “mudar isso de verdade, para dar valor de verdade” a tudo que o feminismo está pondo em risco: a mulher, o casamento, a família e a civilização como um todo. A mobilização do substantivo “verdade”, sendo repetido duas vezes no período acima, além de dar ênfase, serve como um elemento motivador, pois demonstra que os papéis e as instituições sociais estão sendo deturpadas e perdendo sua suposta essência. Portanto, é preciso agir em favor da verdade. Como? Ao dar prosseguimento à sua fala, a deputada mostra a solução:

E2:

“Por isso, mesmo com meu trabalho de deputada, há meses eu tenho trabalhado pra trazer até você livros clássicos e indispensáveis para entender o feminismo. A Vide Editorial e eu, criamos um selo chamado ‘Biblioteca Antifeminista’ e lançamos nessa semana, agora, um livro muito importante no Brasil e no mundo sobre esse assunto”.

Mostrando-se preocupada com o cenário atual, Campagnolo demonstra sua diligência. A conjunção concessiva “mesmo”, que introduz e relembra aos expectadores do vídeo sua posição como deputada estadual, exerce a função de enfatizar seu trabalho supostamente árduo em prol dos cidadãos. Ainda que tenha uma função importante na política e tenha muitas obrigações, situação que poderia impedir ou dificultar seu envolvimento com outros projetos, como o que menciona, ela dá de si, “há meses”. E não são apenas os elementos verbais do discurso que indicam seu esforço. No vídeo, o corpo de Campagnolo é um elemento intensificador de suas palavras. Qualquer um que assista ao *reel*, mesmo que não conheça e não acompanhe o perfil, pode perceber que a mulher que nele aparece está grávida, provavelmente em seu último trimestre gestacional – indicado pelos profissionais da saúde como o mais difícil e extenuante. Assim, sua imagem e sua fala se unem, resultando em uma comprovação de seu zelo pela causa. O discurso é, assim, palavra e corpo. E, por sua vez, resulta na edificação de uma imagem de dedicação, que reforça: (1) a urgência da pauta antifeminista, pois mesmo com uma vida corrida, que envolve o meio profissional e familiar, em que Campagnolo se desdobra, ela ainda tira tempo para defender e promovê-la, provando assim a necessidade de engajamento das pessoas; e (2) o zelo no exercício de suas funções profissionais, uma vez que combater o feminismo é uma das suas principais metas como deputada. Com isso, vemos a emergência do discurso neoliberal.

Tal associação pode ser visualizada por meio da ligação do conservadorismo e essa racionalidade político-econômica, uma vez que, conforme apontam Dardot e Laval (2016), nas raízes do neoliberalismo, encontramos o liberalismo e sua estreita relação com uma ordem

natural das coisas, defendida pelos ideais conservadores. Mas há, ainda, na atitude apresentada por Campagnolo, um agenciamento de si em conformidade com os ideais neoliberais: a carga-horária de trabalho acentuada e a competitividade.

No interior dos princípios neoliberais, os sujeitos são expostos a discursos que vangloriam jornadas de trabalho extenuantes, como uma forma de aumentar sua renda e tornar-se um sujeito “de valor”. Sob a premissa de que “o trabalho dignifica o homem”, quanto mais a pessoa se empenha e dá de si no meio profissional, mais perto estará do sucesso financeiro e pessoal. Isso porque ao passo que se avança em termos econômicos, melhor se estará no âmbito privado, inclusive em suas relações particulares e familiares – algo que, pelo que é postado no perfil do Instagram de Campagnolo, é verídico, uma vez que, mesmo com todo seu trabalho duro, ela ainda consegue se dedicar às suas filhas (ainda em fase infantil) e ao seu marido, com quem exhibe recorrentemente demonstrações de afeto. A mensagem que fica, implicitamente, é: se ela consegue, seus apoiadores também conseguem. Logo, podem (e devem) se juntar a ela na causa antifeminista. E é precisamente neste ponto que vemos a mobilização da segunda característica neoliberal citada.

A competitividade entre os sujeitos, no neoliberalismo, “[...] estende a lógica do mercado muito além das fronteiras estritas do mercado, em especial produzindo uma subjetividade ‘contábil’ pela criação de uma concorrência sistemática entre os indivíduos” (Dardot; Laval, 2016, p. 28). Especificamente na categoria de gênero, instaura-se uma competição acirrada entre o modo correto, ou ainda, “verdadeiro”, de ser mulher. Assim, de acordo a vontade de verdade (Foucault, 2014) conservadora, as mulheres feministas pervertem os reais traços de feminilidade, corrompendo a sociedade como um todo. Nessa perspectiva, tornam-se não apenas aquilo que se deseja evitar, mas um mal a ser erradicado – como se propõe ao incentivar leituras, cursos e outras ferramentas para “desmascarar” as “mentiras” feministas. Por meio desse discurso, o gênero feminino se divide em duas instâncias: “mulheres de verdade”, ou seja, as antifeministas e, “mulheres sem valor”, isto é, feministas. Assim, elas são categorizadas, subjetivadas e ensinadas a desvalorizarem umas às outras. Tal comportamento, ensinado desde cedo, conforme aponta hooks (2019), faz com que mulheres enxerguem a si mesmas como inimigas naturais umas das outras, competidoras entre si: por um relacionamento, pela beleza e, ainda, pelo modo “correto” de ser mulher e viver suas vidas.

Dessa forma, o vídeo incita aqueles que assistem a tomarem uma posição contra o feminismo e contra tudo que ele propaga, ao mesmo tempo em que incita os valores neoliberais de trabalhar, buscar sempre mais e competir entre si. Essas são características de uma sociedade neoliberal, em que as pessoas são colocadas como as únicas responsáveis por seu sucesso – ou

pela falta dele. Por isso, há a propagação incessante de conteúdo e de discursos que se projetam como o caminho para que as pessoas trabalhem em si mesmas enquanto trabalham para outros.

Diversos livros de autoajuda e, mais recentemente, coachs, disseminam conteúdos sobre o aperfeiçoamento de si por meio do crescimento pessoal que, posteriormente, resultará no crescimento econômico. Prevalece, nesse panorama, a ideia de que a realidade das pessoas é moldada pela sua mentalidade, induzindo os sujeitos a transformar suas formas de pensar a si mesmos, os outros e o mundo ao seu redor. Seja por adotar um ponto de vista extremamente positivo sobre a realidade ou por incentivar a adoção de uma rotina intensa – mudando seus horários e, por fim, mudando sua vida por completo –, envolta de atividades como leitura de livros específicos e prática de exercícios, esse tipo de discurso enfatiza o protagonismo dos sujeitos de uma maneira que mascara problemas sociais e desresponsabiliza o Estado. Nesse sentido, cabe aos indivíduos, unicamente, a responsabilidade de ter uma boa qualidade de vida. Dessa forma, eles irão contribuir mais para a sociedade, por meio de seu trabalho e de seus posicionamentos que, conforme aponta Brown (2019), estarão de acordo com a regulação moral, que também é promovida pelo neoliberalismo.

Nessa perspectiva, a deputada por si mesma emerge como agente neoliberal, por meio de seu intenso trabalho – que também é intensamente mediatizado e exibido em seu perfil – e posicionamento. Mas o modo como traz isso à tona, tornando público seu empenho, serve, ao mesmo tempo, como comprovante e como instrumento argumentativo. Exibir seus esforços, ao mesmo tempo em que elenca os males da sociedade, serve para criar uma imagem de si que a coloca como alguém preocupada com os cidadãos que representa e, numa escala maior, com o país como um todo. Assim, Campagnolo demonstra mais que uma preocupação consigo mesma. Ela não quer melhorar apenas a si mesma como indivíduo, mas deseja compartilhar isso com outros e ajudá-los a crescer e “aprender de verdade”. Quando diz que trabalha há meses para “trazer até você” livros indispensáveis para a compreensão do feminismo, ela se aproxima de cada um que assiste seu vídeo de forma individual. A escolha pelo singular (“você”) em vez do plural (“vocês”), que acionaria a coletividade, podendo até mesmo despertar o sentimento de comunidade, reforça – ainda que implicitamente – a mensagem neoliberal de individualidade. Dessa forma, além de se aproximar de seu auditório por se dirigir a apenas um sujeito (embora a deputada não saiba exatamente quem, onde e quando), ela também demonstra a responsabilidade individual que cada um tem. E essa estratégia segue ao longo de todo o vídeo, como podemos observar no excerto seguinte.

E3:

“Se você apoia o meu trabalho, você sabe que o que eu tenho dito aqui é importante e que o que eu tenho feito é verdadeiro, mantenha esse projeto cultural vivo no nosso país. [...] Você já deve conhecer os meus dois livros antifeministas, que são um verdadeiro sucesso. Venderam mais de 100 mil exemplares. Mas agora, eu faço um apelo pra que você conheça também outras obras do nosso selo Biblioteca Antifeminista”.

Campagnolo continua a se dirigir a um interlocutor individual, embora a quantidade de pessoas a serem atingidas pelo vídeo seja enorme (mais de 200 mil visualizações). O que está em cena, neste ponto, não é um embate entre “nós e eles”, como é comum em suas postagens ao colocar mulheres feministas e “femininas” em dois polos diferentes. Antes de ser algo coletivo, é algo que precisa acontecer de modo pessoal. Pondo em cena sua própria individualidade, ela usa a 1ª pessoa do singular “eu” e elenca seus feitos como locutora, mas deixa a maior responsabilidade para o interlocutor pelo uso da conjunção condicional “se”, com a qual inicia a oração subordinada.

Mesmo diante de tudo que foi exposto – seu empenho, seu zelo, sua preocupação e o sucesso de seus livros versando sobre o tema –, o sujeito que assiste tem em suas mãos uma decisão a tomar: acreditar ou não no que foi dito, na sua importância e na sua veracidade. Caso acredite, ele deverá, então, tomar posição e manter “esse projeto cultural vivo”, conhecendo os livros publicados pela Vide Editorial e, por conseguinte, adquirindo-os. É por meio dessa ação individual que o indivíduo poderá, por fim, se unir a uma coletividade – ainda que sem se eximir de sua responsabilidade –, que pode ser subentendida pela menção aos mais de “100 mil exemplares” adquiridos por pessoas interessadas em mudar a si mesmas e o quadro social. Vemos, com isso, mais uma estratégia mobilizada por Campagnolo. Como um bom vendedor, que usa os artifícios necessários para despertar no cliente o desejo de aquisição, ela aponta tanto o poder que cada sujeito exerce individualmente e sua responsabilidade perante a situação de “perversão social”, quanto os benefícios que ele terá por exercer tal poder: melhorar a si mesmo e, ainda, pertencer a um grupo seletivo de pessoas que compartilham dos mesmos ideais.

Com isso, a premissa é de que o sujeito irá melhorar a si mesmo por meio do conhecimento “verdadeiro”, sendo liberto das mentiras feministas que, segundo a deputada, estão por toda a parte, circulando por meio da mídia e dos sistemas de ensino. Diante de tal situação, ela faz um apelo comercial, em que vemos o incentivo à melhoria de si que, por sua vez, se liga aos fins sociais. Investindo na aquisição de conhecimento “verdadeiro”, seus espectadores poderão se libertar das mentiras feministas, rebatê-las por meio do antifeminismo e, por fim, contribuir para a construção de uma sociedade melhor, em que todos os sujeitos se

encaixam no molde tradicional e ideal. As pessoas que assistem podem ser convencidas, então, de que comprar o material indicado não é um gasto, mas um investimento. Isso está de acordo com o que Oksala (2019, p. 125) assevera ao falar sobre a constituição do sujeito em uma sociedade neoliberal:

As pessoas melhoram suas capacidades como produtores e consumidores ao investir em si mesmas. As várias formas de fazer isso incluem atividades como educação, treinamento, cuidados médicos, consumo de vitaminas, adquirir informações sobre o sistema econômico, emigração (Oksala, 2019, p. 125).

Por meio de todo o pronunciamento feito por Campagnolo, o discurso de preocupação e zelo para com a “verdade” mascara uma intencionalidade do vídeo: promover produtos e vendê-los. É sob a premissa de ajudar os indivíduos a melhorarem a si mesmos e, por conseguinte, melhorar a sociedade, que ela promove instrumentos pedagógicos, isto é, os livros da Vide Editorial. O processo argumentativo, assim, segue a seguinte linha: primeiro, ela apresenta o problema e, depois, vende a solução, ou seja, seus livros e demais publicações vendidas pela plataforma que indica.

Dessa forma, as questões de gênero – precisamente a separação e a rivalidade de congêneres promovida por Campagnolo –, bem como as vontades de verdade preconceituosas são mobilizadas com fins comerciais. A parceria entre a deputada e a Editora promove não somente interesses da ordem do saber, mas financeiros. Com a divulgação feita, tanto a Editora irá ganhar, quanto a própria Campagnolo. O que primeiramente se apresenta como uma preocupação genuína e altruísta, mostra, por outro lado, ter em seu cerne, o lucro como objetivo. Isso, por sua vez, se contrapõe diretamente à imagem de si projetada pela deputada, que deseja demonstrar se importar e agir em favor de outros, sem segundas intenções, quando verbaliza sua dedicação intensa e a justifica elencando a “ideologia da esquerda” e todos os seus desdobramentos.

A deputada se configura, enfim, como um sujeito neoliberal muito bem articulado, que tem fins políticos sendo mobilizados por meio de um discurso que supostamente se alicerça nas verdades religiosas cristãs.

Considerações finais

Após a discussão apresentada, percebemos o enquadramento da própria Campagnolo como um sujeito neoliberal e conservador. Ao passo que exerce o cargo de deputada, ela também exerce sua função “natural”, sendo esposa e mãe. Além de demonstrar o equilíbrio entre todas essas “funções” e as demandas atreladas a elas, ainda encontra tempo para cuidar de si como mulher, investindo parte do seu tempo em uma causa que é importante não só para ela, mas para suas congêneres e para a sociedade como um todo que, segundo ela, estaria sendo pervertida pelo feminismo e seus males.

Além disso, ao propagar a vontade de verdade antifeminista, a deputada reproduz um discurso opressivo que incita o ódio a certas formas de subjetividade feminina. Com isso, propaga “O sexismo [que] ensina as mulheres a odiarem a mulher, e, consciente e inconscientemente, somos guiadas por esse ódio em nosso contato diário umas com as outras” (hooks, 2019, p. 85). Tal conduta também se evidencia por meio de outros sujeitos – no discurso político, nas redes sociais etc. –, que se valem do discurso religioso para atender seus próprios fins e ganhar adesão daqueles que os assistem e os ouvem.

Assim, percebemos como o discurso antifeminista é promovido por meio do neoliberalismo. Ao passo que é apontado como a “verdade” e o caminho para devolver às mulheres sua essência e, por conseguinte, a felicidade de estar alinhadas com seu propósito natural, o antifeminismo reproduz normas de conduta. Ele é mobilizado sem imposições, sob a premissa de que irá salvar a sociedade que está sendo corrompida. Mas, apesar de seu suposto valor – conforme elencado por aqueles que o defendem –, ele não de maneira fácil ou gratuita. Aquelas que desejarem aprimorar a si mesmas e a sociedade devem investir seu tempo e seus recursos materiais, adquirindo cursos, livros e outros materiais. Por meio dessa comercialização da vontade de verdade antifeminista, vemos se estabelecer uma dupla separação entre os sujeitos: de um lado, aqueles que desejam reconstruir a sociedade e estão dispostos a investir nisso, agindo primeiramente em si mesmos e, de outro, os que estão a destruí-la por meio de mentiras ideológicas. E, assim, a promoção da rivalidade, da competição e do duelo entre os sujeitos se intensifica cada vez mais.

Referências

BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo**: fatos e mitos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.

BROWN, Wendy. **In the ruins of neoliberalism**: the rise of antidemocratic politics in the West. Nova York: Columbia University Press, 2019.

CAMPAGNOLO, Ana. **Não existe cristã feminista**. São Paulo: Editora Vida, 2025.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. Tradução Mariana Echalar. São Paulo: Boitempo, 2016.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. Tradução de Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2020.

FRIEDAN, Betty. **A mística feminina**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1971.

HOOKS, bell. **Teoria feminista**: da margem ao centro. São Paulo: Perspectiva, 2019.

OKSALA, Johanna. O sujeito neoliberal do feminismo. In: RAGO, M.; PELEGRINI, M. (orgs.). **Neoliberalismo, feminismos e contracondutas**: perspectivas foucaultianas. São Paulo: Intermeios, 2019, p. 115-138.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. Tradução Angela M. S. Côrrea. São Paulo: Contexto, 2019.

PELEGRINI, Mauricio. Michel Foucault e a crítica feminista ao neoliberalismo. In: RAGO, M.; PELEGRINI, M. (orgs.). **Neoliberalismo, feminismos e contracondutas**: perspectivas foucaultianas. São Paulo: Intermeios, 2019, p. 191-212.

Recebido em: 31 de agosto de 2025

Aceito em: 30 de outubro de 2025