

Genealogia da juventude red pill e a hipótese do movimento-empresa como estratégia tecnocconservadora de monetização da misoginia no YouTube

Genealogía de las juventudes *red pill* y la hipótesis del movimiento-empresa como estrategia tecnocconservadora para monetizar la misoginia en YouTube

Genealogy of Red Pill Youth and the Movement-Enterprise Hypothesis as a Technoconservative Strategy for Monetising Misogyny on YouTube

Pablo Ornelas Rosa*

Universidade Vila Velha. Vila Velha, Brasil
pablorosa13@gmail.com
ORCID: 0000-0002-9075-3895

Aknaton Toczec Souza

Pontifícia Universidade Católica de Pelotas. Pelotas, Brasil
aknatontoczek@gmail.com
ORCID: 0000-0002-6946-6242

Maria Cristina Dadalto

Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, Brasil
mcdadalto@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7925-3929

Manuel Jesús Sabariego

Universidade de Sevilla. Sevilla, Espanha
jsabariego@us.es
ORCID: 0000-0002-4500-8589

Citar como: Rosa, P. O. *et al.* (2026). Genealogia da juventude red pill e a hipótese do movimento-empresa como estratégia tecnocconservadora de monetização da misoginia no YouTube. *Desde el Sur*, 18(4), e0092.

RESUMO

As plataformas digitais reconfiguraram os processos de produção de subjetividades políticas e econômicas no âmbito do capitalismo contemporâneo. O presente artigo tem por objetivo delinear uma genealogia das comunidades red pill no YouTube e propor o conceito de movimento-empresa como uma modalidade de ativismo tecnocconservador em que a práxis política e a acumulação de

* Autor corresponsal: Pablo Ornelas Rosa, Universidade Vila Velha. Vila Velha, Brasil. Correo: pablorosa13@gmail.com

capital mostram-se organicamente articuladas. Do ponto de vista metodológico, a pesquisa conjuga revisão bibliográfica de orientação genealógica foucaultiana com análise documental e exame crítico de dois relatórios empíricos relativos à monetização da misoginia no YouTube brasileiro (FGV e NetLab/UFRJ). Os resultados sugerem que a governamentalidade neoliberal e o empreendedorismo de si se integram à governamentalidade algorítmica, de maneira que os repertórios de guerra cultural e os indicadores de visibilidade operam simultaneamente como mecanismos de conversão da misoginia em recurso financeiro e em artefato de subjetivação. Conclui-se que o movimento-empresa impõe desafios à efetivação dos direitos humanos e ao aprofundamento do regime democrático.

PALAVRAS-CHAVE

Mídias sociais, juventude, misoginia, guerra cultural, movimento-empresa

RESUMEN

Las plataformas digitales han reconfigurado los procesos de producción de subjetividades políticas y económicas en el marco del capitalismo contemporáneo. El presente artículo tiene como objetivo trazar una genealogía de las comunidades *red pill* en YouTube y proponer el concepto de «movimiento-empresa», como una modalidad de activismo tecnoconservador en la que la praxis política y la acumulación de capital se muestran orgánicamente articuladas. Desde el punto de vista metodológico, la investigación combina una revisión bibliográfica de orientación genealógica foucaultiana con un análisis documental y un examen crítico de dos informes empíricos relativos a la monetización de la misoginia en el YouTube brasileño (FGV y NetLab/UFRJ). Los resultados sugieren que la gubernamentalidad neoliberal y el emprendimiento de sí mismo se integran en la gubernamentalidad algorítmica, de modo que los repertorios de la guerra cultural y los indicadores de visibilidad operan simultáneamente como mecanismos de conversión de la misoginia en recurso financiero y en artefacto de subjetivación. Se concluye que el «movimiento-empresa» plantea retos para la efectividad de los derechos humanos y la consolidación del régimen democrático.

PALABRAS CLAVE

Redes sociales, juventud, misoginia, guerra cultural, movimiento-empresa

ABSTRACT

Digital platforms have reshaped the processes of producing political and economic subjectivities within the framework of contemporary capitalism. This article aims to trace a genealogy of the «red pill» communities on YouTube and propose the concept of the «movement-company» as a form of technocconservative activism in which political praxis and capital accumulation are organically intertwined. From a methodological standpoint, the research combines a Foucauldian genealogical literature review with documentary analysis and a critical examination of two empirical reports on the monetization of misogyny on Brazilian YouTube (FGV and NetLab/UFRJ). The results suggest that neoliberal governmentality and self-entrepreneurship are integrated into algorithmic governmentality, such that the repertoires of cultural warfare and visibility indicators operate simultaneously as mechanisms for converting misogyny into a financial resource and an artifact of subjectivation. It is concluded that the «movement-as-business» poses challenges to the realization of human rights and the consolidation of the democratic regime.

KEYWORDS

Social media, youth, misogyny, culture war, movement-as-business

1. Introdução

A passagem para o século XXI foi marcada por profundas transformações, especialmente no que se refere à produção de subjetividade, que passou a ser mediada, sobretudo, por canais informacionais e comunicacionais bastante distintos de tudo o que até então era conhecido. No lugar da televisão, do rádio e do jornal, caracterizados por uma tendência centrípeta — na qual as informações eram mobilizadas por mídias que produziam conteúdos de forma homogênea, permitindo, inclusive, a manipulação de interpretações sobre a realidade —, verificou-se a emergência da internet de plataforma, marcada por uma tendência centrífuga, que possibilita a produção heterogênea, segmentada e personalizada, favorecendo a modulação comportamental de seus usuários (Empoli, 2019; Han, 2022; Dunker, 2019; Marques *et al.*, 2025b).

Diante disso, é possível constatar a diversidade de pesquisas, teorias, conceitos, categorias e noções utilizadas nas duas últimas décadas para tratar dessas transformações. O resultado foi a produção de um novo sujeito histórico, novos modos de interação e socialização, assim como de um tipo de economia que tem provocado questionamentos acerca da permanência ou não do capitalismo neoliberal. Assim, enquanto Shoshana Zuboff (2020) e Nick Srnicek (2018) identificaram desdobramentos do neoliberalismo reconfigurados a partir do que denominam, respectivamente, de capitalismo de vigilância e capitalismo de plataforma; Yanis Varoufakis (2025) e Cédric Durand (2021) afirmam que estamos vivendo em um contexto não mais marcado pelo capitalismo, mas pelo que chamam de tecnofeudalismo.

Embora o artigo apresentado não debata sobre a continuidade do capitalismo, é necessário destacar que o discurso que emerge no século XX, identificado tanto por Foucault (2008) quanto por Laval e Dardot (2016) como sendo de racionalidade neoliberal e responsável pela produção de um novo sujeito histórico, um novo *homo oeconomicus*, ele não opera —em sua versão estadunidense— como uma ideologia política, tampouco como uma teoria econômica, conforme mostrou Thomas Lemke (2017). Mas como um estilo de vida que transforma todas as relações sociais em mercados, orientados por cálculos, riscos e busca por ganhos, marcado principalmente pelo que chamou de *empreendedorismo de si*.

Ao identificar a atuação tanto de movimentos sociais, capitaneados por forças progressistas que visam à ampliação de direitos sociais e defesa de grupos historicamente subalternizados, quanto de contramovimentos (Silva e Pereira, 2020), conduzidos por agentes conservadores e reacionários que visam conservar a ordem instituída e hierarquizada, é possível encontrar variadas estratégias em suas formas de organização e atuação. Embora não exista uma definição universal, Silva e Pereira (2020) assinalam que

a literatura parece apontar para um consenso na definição de contramovimentos como esforços de oposição a movimentos sociais, bem como na defesa de que ferramentas analíticas-conceituais utilizadas para o estudo de movimentos sociais também podem ser aplicadas para contramovimentos (p. 35).

Ao tomar como ponto de partida as pistas apresentadas por Maria da Glória Gohn (2019) sobre o conceito de organizações movimentalistas, busca-se evidenciar suas contribuições acerca de seus desdobramentos diante da emergência do capitalismo de plataforma e a possibilidade de atuação de jovens que se articulam em contramovimentos identificados

como red pill, concomitantemente enquanto empresa — buscando ganhos com o comércio de livros, cursos, mentorias e monetização de conteúdo em seus perfis do YouTube — e como agenda política — visando difundir suas visões de mundo que se opõem aos movimentos sociais e sua busca pela garantia dos direitos humanos.

Lideradas especialmente por jovens que buscam influenciar a opinião pública por meio das plataformas digitais, essas organizações encontram, em distintos repertórios conservadores e libertários¹ —de autores como Hayek, Mises e Burke—, bases de legitimação para suas agendas. No ecossistema digital, tais referências costumam ser mobilizadas de modo pragmático, como linguagem de autoridade, ‘prova’ de realismo moral e justificativa para uma política de antagonismos que se apresenta como guerra cultural (Sedgwick, 2020; Teitelbaum, 2020).

O artigo parte da hipótese de que a singularidade da atuação desses perfis conservadores no YouTube reside em uma forma de organização informal estruturada segundo a lógica empresarial. O que chamamos de movimento-empresa — em alusão à ‘forma empresa’ discutida por Foucault (2008)² — configura-se como um desdobramento, no capitalismo de plataforma, das organizações movimentalistas analisadas por Gohn (2019). Contudo, enquanto essas organizações podem articular agendas sob uma gramática corporativa, a juventude red pill aqui examinada radicaliza a dinâmica, convertendo sua atuação simultaneamente em empreendimento econômico e em contramovimento tecnocconservador.

Desse modo, a pauta política da juventude red pill — marcada por discursos antifeministas, antiesquerdistas e antidireitos — entrelaça-se à busca por monetização via plataformas digitais, que converte a produção de sentidos, afetos e antagonismos em ativo financeiro. O movimento-empresa ainda atualiza e intensifica a forma da organização movimentalista ao operar plenamente dentro do capitalismo de plataforma, articulando influência política, performance identitária e empreendedorismo de si como dimensões inseparáveis de uma mesma racionalidade neoliberal.

O conceito de movimento-empresa permite compreender como essa racionalidade, ao transformar o indivíduo em uma unidade empresarial

1 Empregamos «libertários» no sentido corrente do debate público brasileiro, que designa correntes de direita defensoras da primazia do mercado, da propriedade privada e da redução do Estado, com forte ancoragem na Escola Austríaca. O termo não se confunde com o libertarianismo de matriz anarquista nem constitui corrente homogênea. Sobre a circulação dessas referências no ecossistema digital brasileiro, ver Rosa *et al.* (2021).

2 Nos termos de Foucault (2008, p. 331), trata-se de «generalizar de fato a forma ‘empresa’ no interior do corpo ou do tecido social; quer dizer, retomar esse tecido social e fazer que ele possa se repartir, se dividir, se desdobrar, não segundo o grão dos indivíduos, mas segundo o grão da empresa».

autocentrada — o empreendedor de si —, fornece as condições subjetivas e organizacionais para a emergência de coletivos tecnoconservadores (Rosa *et al.*, 2024), operando segundo lógicas de visibilidade e monetização algorítmica. Nos ecossistemas digitais, especialmente no YouTube, essa subjetivação neoliberal se acopla à governamentalidade algorítmica (Rouvroy e Berns, 2015; Teles, 2018; Rosa *et al.*, 2023), produzindo mobilizações que se diferenciam das organizações políticas tradicionais, na medida em que atuam como arranjos rizomáticos compostos por microempreendedores operando como influenciadores digitais, articulando a venda de cursos, livros e mentorias sobre masculinidade, empreendedorismo e relacionamentos.

No caso da juventude red pill, cada participante se apresenta como uma empresa de si, e sua atuação política não se separa de sua atividade econômica, já que esse mercado envolve, simultaneamente, engajamento político e geração de renda. Assim, discursos tecnoconservadores (Rosa *et al.*, 2024) — especialmente os misóginos — tornam-se produtos otimizados na geração de atenção, engajamento e lucro (Grassi e Ruediger, 2023; Santini *et al.*, 2024).

Para evitar confusões conceituais, convém delimitar o alcance do termo movimento-empresa, pois ele não substitui as noções de movimentos sociais ou contramovimentos — fundamentais para compreender relações de oposição e disputa (Silva e Pereira, 2020) —, mas descreve uma gramática organizacional específica no ambiente de plataforma, marcada pela fusão entre mobilização política, empreendedorismo de si e monetização. Diferentemente de organizações políticas mais estabilizadas e mesmo de coletivos informais que rejeitam a forma empresa, o movimento-empresa opera como ecossistema de microempreendedores que dependem de métricas, recomendações algorítmicas e mercados de atenção para sustentar influência e renda (Gohn, 2019; Marques *et al.*, 2025a).

O movimento-empresa emerge como forma organizacional típica da extrema direita digital, atuando de maneira descentralizada, escalável e em competição permanente entre influenciadores. Ele se estrutura por métricas de visibilidade e por incentivos à conflituosidade, frequentemente ancorados na narrativa de uma suposta crise da modernidade que teria corroído a masculinidade ‘autêntica’ do homem provedor, empreendedor e guerreiro (Teitelbaum, 2020; Sedgwick, 2020; Rosa *et al.*, 2024). Nesse contexto, a dinâmica tecnopolítica das plataformas converte conteúdos red pill em cadeia de valor governada por algoritmos, privilegiando afetos intensos, antagonismo, polarização e discurso de ódio, a partir da monetização de vídeos que atacam feministas, mulheres, pautas de gênero e

direitos humanos (Grassi e Ruediger, 2023; Santini *et al.*, 2024). Como plataforma publicitária (Srniczek, 2018), o YouTube transforma a misoginia em renda, integrando o tecnoservadorismo (Rosa *et al.*, 2024) às lógicas neoliberais e ao complexo militar-industrial datafocado (Silveira, 2025).

A radicalização política convertida em guerra cultural passa a operar como estratégia empresarial, já que quanto mais extremo o conteúdo, maior o alcance, a audiência e o potencial de monetização. Parte dessa juventude tecnoservadora encontra nesses espaços não apenas identidade e pertencimento, mas também oportunidade econômica, alinhando ressentimento e ambição empreendedora. Desse modo, o movimento-empresa evidencia como neoliberalismo, plataformas e tecnoservadorismo moldam agentes que são ao mesmo tempo empresas de si, influenciadores digitais e difusores de violência simbólica contra grupos historicamente subalternizados.

Este estudo mobiliza a genealogia foucaultiana como procedimento analítico voltado à reconstrução das condições históricas e discursivas que tornam possível a emergência de comunidades red pill como forma social específica. Em vez de buscar uma origem única ou uma causalidade linear, a genealogia permite mapear linhas de força — enunciados sobre masculinidade, hierarquia sexual, empreendedorismo de si e guerra cultural — e observar como são produzidos, legitimados e operacionalizados em ambientes tecnopolíticos e infraestruturas algorítmicas (Foucault, 2008; Rouvroy e Berns, 2015; Teles, 2018).

Como materiais, combinamos: (i) revisão bibliográfica sobre governamentalidade neoliberal e algorítmica, capitalismo de plataforma e silicolonização do mundo; (ii) análise documental de obras e repertórios mobilizados no ecossistema red pill; e (iii) leitura crítica, bem como triangulação de evidências presentes em dois estudos empíricos de referência sobre misoginia e monetização no YouTube brasileiro — o relatório da FGV ECMI (Grassi e Ruediger, 2023) e o relatório do NetLab/UFRJ (Santini *et al.*, 2024).

Esta pesquisa não envolveu a participação humana. Não foram realizadas entrevistas, observações etnográficas, questionários ou qualquer forma de interação direta com pessoas, tampouco houve coleta de dados pessoais ou sensíveis. O artigo se apoia em bibliografia acadêmica, em documentos de acesso público e em dois relatórios já publicados por instituições de pesquisa. Por essa razão, a pesquisa não foi submetida ao Comitê de Ética. Ainda assim, os procedimentos observaram princípios de responsabilidade acadêmica, evitando a exposição individualizada de pessoas e privilegiando a análise de padrões e dinâmicas estruturais.

As restrições inerentes a esta estratégia estão relacionadas ao próprio escopo do trabalho. Não foi nosso objetivo obter informações em primeira mão sobre os canais estudados. O que buscamos foi nos valer de bases de dados elaboradas por outros pesquisadores, com delimitações temporais, expressões de consulta e filtros particulares a cada documento.

Os registros brutos não estão disponíveis, tampouco é viável reproduzir as etapas de extração. Assim, os achados não autorizam inferências estatísticas acerca da machosfera brasileira, mas autorizam a identificação de recorrências observadas em dois levantamentos autônomos, cujos resultados coincidem apesar de seus diferenciais metodológicos.

O conceito de movimento-empresa tem estatuto teórico. Ele foi construído a partir da analítica foucaultiana e da literatura sobre organizações movimentalistas e capitalismo de plataforma, e não emerge indutivamente dos relatórios. O que a evidência documental oferece é um teste de plausibilidade, ao mostrar que as práticas descritas nos dois levantamentos são compatíveis com a hipótese. Sua validação exigiria pesquisa empírica dedicada, com acompanhamento longitudinal de canais, análise de fluxos de receita e entrevistas com produtores de conteúdo.

O artigo está organizado em quatro partes. Após a introdução e a apresentação da metodologia, a primeira seção reconstrói a formação da governamentalidade neoliberal e do empreendedorismo de si, indicando como essas matrizes subjetivas ajudam a compreender a identificação red pill. A segunda seção aprofunda a genealogia das plataformas digitais ao examinar a silicolonização do mundo (Sadin, 2018) e a centralidade da guerra na produção de uma masculinidade marcada pela hipermilitarização da vida (Bordin, 2021). A terceira seção articula esses elementos às evidências empíricas de pesquisas sobre monetização da misoginia em perfis do YouTube identificados como red pill (Grassi e Ruediger, 2023; Santini *et al.*, 2024). Por fim, retomamos os achados à luz do conceito de movimento-empresa e de seus efeitos sobre direitos humanos e democracia.

2. Da governamentalidade neoliberal à subjetivação red pill

A genealogia do neoliberalismo, conforme reconstruída por Michel Foucault (2008), exige deslocar seu marco de origem da Sociedade Mont Pèlerin (1947) para o Colóquio Walter Lippmann, realizado em Paris, em agosto de 1938. Laval e Dardot (2016) demonstram que o encontro reuniu figuras centrais que posteriormente moldariam os caminhos do neoliberalismo mundial, tais como Friedrich von Hayek, Wilhelm Röpke, Alexander Rüstow, Jacques Rueff e Raymond Aron. Para esses autores, a reunião de 1938 constituiu a primeira tentativa de criação de uma

internacional neoliberal, cujo propósito seria a refundação do liberalismo diante do avanço do socialismo, da economia planificada e das políticas intervencionistas.

Essa fundação implicava não somente o retorno ao *laissez-faire* clássico, mas também uma nova arte liberal de governar, tomando o mercado e a concorrência como uma espécie de natureza social, política e econômica, concebida como uma ordem espontânea de molde hayekiano. Assim, o neoliberalismo nasce simultaneamente como reação, projeto normativo e estratégia de reconstrução civilizacional. Não por acaso, Hayek (2010) afirma que o socialismo romperia com toda a evolução da civilização ocidental, sugerindo que preservar o liberalismo concorrencial equivaleria a preservar o próprio Ocidente.

Foucault (2008) e Laval e Dardot (2016) evidenciam que o neoliberalismo se desenvolveu segundo várias linhas de força e sob tensões marcantes. Dentre elas, destacam-se três matrizes principais: o ordoliberalismo alemão, a Escola Austríaca de Economia e o neoliberalismo da Escola de Chicago. Embora unificados na crítica ao intervencionismo, esses autores divergiam quanto ao papel do Estado, à natureza do mercado e aos dispositivos de regulação.

O ordoliberalismo, representado por Röpke e Rüstow, defendia que a liberdade econômica dependia de uma forte estrutura jurídico-institucional e de uma política social que garantisse a «desproletarização» da sociedade, além de uma ampla disseminação da propriedade privada. Tratava-se de transformar todos os indivíduos em capitalistas, eliminando as demandas sociais do capitalismo sem abandonar o assalariamento. A diferença entre o ordoliberalismo e o liberalismo clássico reside no fato de que o primeiro não postula a naturalidade do mercado, compreendendo que seria necessário não apenas construí-lo, mas organizá-lo juridicamente para garantir sua estabilidade social. Por isso, defendia políticas de concorrência, arcabouço jurídico robusto, tribunais administrativos e limites ao poder soberano do Estado, impedindo as arbitrariedades que prejudicam o funcionamento do mercado.

A Escola Austríaca de Economia — principalmente a partir de Hayek e Mises — enfatiza a ordem espontânea do mercado, cuja complexidade supera qualquer capacidade racional de planejamento. A crítica austríaca ao intervencionismo parte da convicção de que a coordenação social depende de processos dispersos de informação que apenas o mecanismo de preços seria capaz de sintetizar. Hayek se destacava como defensor do livre mercado não apenas como mecanismo econômico, mas como fundamento civilizacional ameaçado pelo socialismo.

Para Foucault (2008), há distinção entre as duas matrizes. Os austríacos tendem a uma menor ênfase institucional e a uma concepção mais radical de limitação estatal, apostando num sujeito que participa de uma competição econômica infinita, dotado de racionalidade calculista e orientado pela lógica da empresa. Por sua vez, o neoliberalismo americano, associado à Escola de Chicago, propôs a teoria do capital humano, que explica como os economistas estadunidenses redefiniram o *homo oeconomicus* como empreendedor de si, decompondo trabalho em capital, competência em renda, além de estender a racionalidade econômica a campos tradicionalmente não econômicos.

Portanto, há um deslocamento na análise econômica dessa inovação epistemológica para dentro dos comportamentos humanos, pois ela converte toda conduta em investimento, todo tempo em recurso produtivo e toda relação social em mercado. A teoria do capital humano constrói uma forma de subjetivação na qual cada indivíduo deve gerir sua vida como uma empresa, acumulando atributos, tomando riscos e responsabilizando-se pelo sucesso ou fracasso de sua trajetória (Foucault, 2008).

Essa governamentalidade neoliberal (Foucault, 2008) implica um estilo de vida, como também identificaram Laval e Dardot (2016) ao discutirem a expansão comercial das técnicas de gestão de si. Para esses autores, essas práticas exigem a transformação de todos os domínios da existência em recursos a serem mobilizados pelo indivíduo, convertendo a subjetividade em um produto gerencial, vendável, performático e orientado à maximização dos resultados pessoais.

A governamentalidade neoliberal, conforme formulada por Foucault (2008), não se limita a um conjunto de políticas econômicas. Trata-se de uma racionalidade política que organiza o social como mercado, redefinindo a ação governamental como produção e gestão de ambientes favoráveis à concorrência. O Estado neoliberal não ‘se retira’ da sociedade, ele intervém ativamente na criação de condições de mercado, moldando comportamentos competitivos e regulando liberdades por meio de dispositivos indiretos, sem suprimir o jogo econômico.

Essa tecnologia encontrou sua atualização no século XXI através da governamentalidade algorítmica (Rouvroy e Berns, 2015; Teles, 2018; Rosa, 2019), que desloca o governo dos sujeitos para o governo de seus traços digitais por meio de inferências automatizadas baseadas no uso massivo de dados e da inteligência artificial. Assim, não apenas modula os comportamentos de forma preditiva, antecipatória e estatística, como orienta condutas sem necessidade de interpelar consciências — uma mutação profunda em relação às técnicas disciplinares e biopolíticas clássicas.

A governamentalidade algorítmica instaura uma economia política estruturada na dataficação da vida (Lemos, 2021)³, no capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020)⁴ e no capitalismo de plataforma (Srnicek, 2018)⁵. Nesse ambiente, os sujeitos são continuamente modulados por mecânicas de recomendação, métricas de engajamento e estímulos audiovisuais que capturam a atenção, transformando dados em ativos que modulam comportamentos, direcionando afetos políticos (Rosa *et al.*, 2024).

É nesse cenário que se torna possível compreender a ascensão das comunidades red pill brasileiras, particularmente aquelas ativas no YouTube. A racionalidade que caracteriza o empreendedorismo de si, disseminado pelo neoliberalismo, conforme identificaram tanto Foucault (2008) quanto Laval e Dardot (2016), encontra nessas plataformas um terreno fértil para a sujeição tecnocconservadora (Rosa *et al.*, 2024). Isso se dá por meio de sua configuração enquanto o movimento-empresa, na medida em que se depara com jovens suscetíveis a transformarem sua subjetividade, seus afetos e seus discursos em ativos. Eles convertem performances de masculinidade, dicas de relacionamentos e misoginia em mecanismos de captura de audiência, permitindo sua monetização no YouTube (Grassi e Ruediger, 2023; Santini *et al.*, 2024).

Conforme demonstraram Rosa *et al.* (2024), o YouTube funciona como plataforma central para a difusão de conteúdos conservadores. Não apenas por sua infraestrutura audiovisual, mas por operar como máquina de subjetivação dentro de um ecossistema tecnocconservador mais amplo. O efeito de rede reforça essa dinâmica, pois quanto mais usuários, interações e visualizações, mais valor é gerado, e mais provável se torna a ascensão por meio de recomendações algorítmicas que privilegiam engajamento e polêmica. Nesse contexto, a monetização da misoginia aparece, para a juventude red pill, como forma de subjetivação e de adesão à guerra cultural — repertório difundido por influenciadores e intelectuais conservadores — que legitima ataques a feminismos, pautas LGBTQIAPN+ e direitos humanos. Dinâmicas semelhantes podem ser observadas em outros circuitos de ódio e desinformação na plataforma, como no discurso antigênero direcionado a alvos específicos (Coelho, 2025).

3 Dataficação da vida é o movimento que converte atividades rotineiras em informações mensuráveis e úteis para o mercado (Lemos, 2021).

4 Capitalismo de vigilância descreve um modo de produção que se apropria gratuitamente da experiência humana para extrair dados sobre o comportamento, com os quais se tenta antecipar e direcionar ações futuras (Zuboff, 2020).

5 Capitalismo de plataforma se refere a um arranjo econômico em que grandes intermediários digitais capturam, tratam e rentabilizam os dados originados nas relações entre consumidores, anunciantes e produtores (Srnicek, 2018).

Rosa *et al.* (2024) demonstram que o tecnoconservadorismo brasileiro construiu um regime de verdade que busca deslocar as análises produzidas por instituições tradicionais (universidades, imprensa) em favor daquelas proferidas por influenciadores e produtores de conteúdo, oferecendo verdades selecionadas por critérios publicitários a partir da comercialização de dados dos usuários. Ao governamentalizar o neoliberalismo, a juventude red pill converte sua vida íntima, seus relacionamentos e sua sexualidade em mercado. Esse fenômeno ocorre através da promoção de cursos de sedução e mentorias que transformam cada interação social em investimento. Tal transformação ecoa diretamente o imperativo de gestão de si analisado por Laval e Dardot (2016), segundo o qual todos os domínios da existência se tornam recursos a serem mobilizados para maximizar o «valor pessoal».

A convergência entre governamentalidades neoliberal e algorítmica produz, portanto, uma forma específica de mobilização social descentralizada, informal, intensamente digital e baseada em discursos afetivos. No caso aqui analisado, essa mobilização sustenta uma agenda tecnoconservadora que se opõe a movimentos sociais e a políticas de igualdade, incidindo principalmente sobre populações historicamente subalternizadas — em especial mulheres, negros, indígenas e pessoas LGBTQIAPN+ — por meio de enquadramentos morais e campanhas de deslegitimação (Marques *et al.*, 2025b; Abreu *et al.*, 2025).

Circulando com velocidade em perfis de plataformas digitais como o YouTube, esses discursos visam movimentar a economia da atenção⁶. Os jovens que se identificam com as comunidades red pill se tornam alvos potenciais na disseminação de um projeto político que opera menos por doutrinação explícita e mais por modulação algorítmica, ressentimento, polarização afetiva e engajamento performativo, utilizando discursos de ódio como estratégia para monetizar conteúdos.

Essa dinâmica contribui para a construção de organizações informais que, como demonstram Rosa *et al.* (2024), buscam consolidar um novo regime de verdade. Ela opera antagonizando direitos humanos, movimentos sociais e agendas democráticas por meio de um novo formato organizacional mobilizado enquanto empresas ideológicas: o movimento-empresa. Esse processo atua de maneira distinta das organizações

6 Economia da atenção é um conceito cunhado pelo economista, psicólogo e cientista político Herbert Alexander Simon para explicar o regime em que a atenção, por ser escassa, torna-se o recurso disputado, capitalizado e, portanto, tratado como mercado (Olegario *et al.*, 2021). No caso das plataformas sociais ele se torna precificado por meio da métrica de engajamento definindo o que circula e o que é remunerado.

movimentalistas (Gohn, 2019) que operam como organizações políticas, ainda que utilizem a lógica empresarial. Também é necessário distinguir essas organizações dos coletivos que igualmente são menos formais – embora não signifique que não existam coletivos com maior nível de formalização interna, conforme destacaram Marques *et al.* (2025a).

3. Silicolonização do mundo, movimento-empresa e Guerra

O nascimento de um novo sujeito histórico — caracterizado pela analítica foucaultiana como empreendedor de si e sua consequente governamentalidade neoliberal, marcada pela transformação das relações sociais em mercados orientados por cálculos, riscos e busca por ganhos — não pode ser dissociado das condições histórico-tecnológicas que o disseminaram em escala global (Foucault, 2008).

Se esse sujeito é a expressão da racionalidade neoliberal, a infraestrutura que o governa e o amplifica é resultado direto da história militar do nascimento da computação, da internet e das plataformas digitais, caracterizadas por um novo tipo de colonialismo (Couldry e Mejias, 2019; Avelino, 2023; Faustino e Lippold, 2019) e de colonialidade (Quijano, 2005; Silveira, 2021).

Embora o neoliberalismo tenha constituído este novo sujeito histórico, caracterizado pelo empreendedor de si, foi a silicolonização do mundo — processo marcado pela expansão global das Big Techs como forma de colonização digital e concentração de capital, informação e poder em escala inédita na história (Sadin, 2018; Amaral *et al.*, 2025) — que o capturou, o modulou e o reinscreveu permanentemente em circuitos de concorrência, vigilância e performatividade. Por meio desse processo é possível compreender a formação do empreendedor de si, que também é provedor e guerreiro, identificado com certo tipo de masculinidade idealizada por jovens red pill. Eles encontram nas plataformas digitais um ambiente propício para obter retornos financeiros com a monetização de discursos de ódio às mulheres (Grassi e Ruediger, 2023; Santini *et al.*, 2024).

A genealogia da computação indica a imbricação originária entre técnica e guerra durante o nascimento dessas máquinas. Desde os trabalhos de Alan Turing na década de 1930, a computação foi concebida como instrumento estratégico, destinado a resolver problemas de criptografia e superioridade informacional no contexto da Segunda Guerra Mundial e Guerra Fria (Rosa *et al.*, 2024; Silveira, 2025). Os computadores Colossus e ENIAC, respectivamente nascidos no Reino Unido e nos Estados Unidos, frequentemente celebrados como marcos da inovação tecnológica, foram, primordialmente, artefatos bélicos voltados ao cálculo balístico,

ao processamento de códigos e ao planejamento militar em larga escala (Miskolci, 2016).

As pesquisas desenvolvidas por Richard Miskolci (2016) sobre sociologia digital evidenciam como a miniaturização do transistor — marco decisivo da computação moderna — foi viabilizada por investimentos militares durante a Guerra Fria. A história da tecnologia digital não emerge puramente como inovação; a tecnociência é atravessada por economias de guerra, e a lógica de vigilância, predição e controle que hoje define o capitalismo de plataforma carrega essa herança.

A ARPANET, criada em 1969 pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos (ARPA), consolida essa genealogia. Seu objetivo era garantir a continuidade das comunicações militares em caso de ataque nuclear soviético. A descentralização dos nós, a redundância das rotas de transmissão e a resiliência do sistema expressam uma ontologia de guerra permanente que foi posteriormente incorporada pelas infraestruturas civis, sem qualquer ruptura epistemológica.

Quando a ARPANET se divide, em 1983, em MILNET (uso militar) e ARPANet (uso civil), o que ocorre não é a separação entre guerra e sociedade, mas a expansão da lógica militar para o cotidiano, agora mediada por instituições civis e corporações privadas. Elas não apenas evidenciam a hipermilitarização da vida (Bordin, 2021), mas refletem a consolidação no século XXI do complexo militar-industrial datafocado (Silveira, 2025).

O complexo militar-industrial se transformou em «complexo industrial-datafocado», no qual empresas de tecnologia (big techs) passaram a desempenhar papel central, fornecendo infraestrutura de dados, inteligência artificial e sistemas de nuvem para operações militares. Projetos como o Joint Warfighting Cloud Capability (JWCC) ilustram essa integração, colocando empresas como Amazon, Microsoft, Google e Oracle no centro da gestão da guerra moderna (Silveira, 2025, p. 17).

Com a privatização da internet nos Estados Unidos em 1995 e sua posterior difusão global, esse aparato técnico-militar passou a ser colonizado pelo mercado. Entretanto, essa colonização não significa a dissolução de sua origem bélica, mas sua reconfiguração sob os parâmetros do neoliberalismo, cuja racionalidade privilegia a competição, o risco, a performance e a autogestão.

Estas características se articulam com a hipermilitarização da vida (Bordin, 2021), mostrando como a guerra se coaduna com a racionalidade neoliberal, culminando na produção de uma masculinidade idealizada no

século XXI: «Como dizem por aí, você pode não estar interessado na guerra, mas a guerra está interessada em você» (Amoêdo e Schramm, 2021, p. 20). Nesse sentido, a Web 1.0 e, posteriormente, a Web 2.0 emergem como espaços de circulação comercial, preservando sua silenciosa função preditiva, vigilante e moduladora herdada da guerra.

Amaral *et al.* (2025) argumentam que o Vale do Silício nasceu de orçamentos públicos vinculados às grandes guerras do século XX. Seu ethos libertário inicial conviveu, desde o primeiro momento, com a racionalidade securitária, técnica e empresarial que dominou sua trajetória nas últimas décadas. É nesse contexto que a hipótese da silicolonização do mundo, elaborada por Éric Sadin (2018), oferece uma chave interpretativa crucial, pois trata-se do processo pelo qual empresas tecnológicas, assentadas em capital técnico e militar acumulado pelo Estado, passaram a organizar a vida planetária segundo sua própria lógica.

Se a colonização clássica operava pela força militar e pela dominação territorial, a silicolonização opera pela captura de dados, pela mediação algorítmica da vida cotidiana, pela privatização de fluxos comunicacionais e pela modulação comportamental contínua de populações inteiras. Trata-se de uma colonização psicopolítica (Han, 2018), que transforma a experiência humana em matéria-prima para sistemas de inteligência artificial e tematiza o mundo — corpos, afetos, relações e identidades — como campo de intervenção técnica. Fica claro, assim, como a lógica concorrencial do neoliberalismo encontra na silicolonização um terreno fértil para sua expansão: o empreendedor de si, com suas práticas de autoadministração, investimento constante e responsabilização individual, torna-se funcional ao regime algorítmico das plataformas e às gramáticas contemporâneas da guerra.

O sujeito neoliberal é o consumidor perfeito da plataformização, pois já está subjetivamente preparado para ingressar em um ambiente de métricas, ranqueamentos, exposição permanente e competição generalizada. O empreendedorismo de si constitui a base afetiva e cognitiva que é reorganizada pelas plataformas, intensificando sua performatividade e capturando sua energia vital — agora conduzida por algoritmos que maximizam o engajamento e a lucratividade.

Essa dinâmica ganha complexidade no século XXI com o avanço de uma nova forma de governo caracterizada pela governamentalidade algorítmica (Rouvroy e Berns, 2015; Teles, 2018; Rosa *et al.*, 2023). Não se governa apenas por normas jurídicas ou disciplinas institucionais, mas por modulação contínua de protocolos e comportamentos. Algoritmos personalizam fluxos, segmentam públicos, distribuem recompensas e

punições, antecipam reações emocionais e orientam decisões. Não apenas codificam escolhas sobre o que e quem merece atenção, como também estruturam regimes de conhecimento (Gillespie, 2014) e podem amplificar opressões para otimizar lucro (Noble, 2018).

Nas palavras de Byung-Chul Han (2018), vivemos sob a égide de uma psicopolítica em que a alma — e não apenas o corpo — torna-se objeto de intervenção. A vigilância deixa de operar como coerção visível e passa a agir como estímulo, desejo, engajamento, comparação e impulso. Nesse sentido, o ambiente digital funciona como um campo de batalha emocional, no qual a captura de atenção e afetos é também captura de valor.

Para Han (2018), esta virada psicopolítica está relacionada à forma de produção do capitalismo hodierno, tendo em vista que se encontra determinada por formas de produção imateriais e incorpóreas. Ou seja, não apenas se produzem objetos físicos, mas também objetos não físicos como informações, programas e protocolos, de modo que o corpo como força produtiva já não é mais tão central como era nas sociedades disciplinar e biopolítica.

Essa perspectiva converge com as análises recentes de Sérgio Amadeu da Silveira (2025), demonstrando como empresas como Google, Amazon, Meta, Palantir etc. tornaram-se parte estrutural das estratégias de guerra dos Estados Unidos. Como exemplo, temos os Projetos Maven e Nimbus. O primeiro foi uma iniciativa do governo estadunidense para utilizar a inteligência artificial e aprendizado de máquina com o objetivo de processar imagens e vídeos de drones, selecionando alvos de forma automatizada e integrando grandes empresas de tecnologia ao complexo militar-industrial-datafocado. O segundo, um contrato de computação assinado entre o governo israelense e um consórcio liderado pelas big techs para prover infraestrutura de nuvem e IA às Forças Armadas e serviços de segurança, consolidou o papel destas empresas de dados como imprescindíveis agentes da guerra em Gaza, tendo sido denunciado por funcionários da Amazon e Google (Silveira, 2025).

A partir das análises de Silveira (2025) é possível compreender como essas corporações articulam neoliberalismo, conflitos bélicos e enfrentamentos culturais num único ecossistema de poder, no qual a guerra é contínua, preventiva e informacional. Esta trama compõe o que ele chama de «guerra total», em alusão ao livro *Der totale Krieg (A guerra total)*, escrito pelo General alemão Erich Ludendorff. Na obra, a guerra se constitui como um conflito que atravessa a vida cotidiana, dissolvendo fronteiras entre militar e civil, política e plataforma, guerra e cultura. Assim, «enquanto Clausewitz considerava a guerra uma continuação da política por outros

meios, Ludendorff afirmava não existir separação alguma entre política e guerra. Ludendorff propugnava que a política deve estar subordinada à guerra» (Silveira, 2025, p. 18).

Essa militarização estruturante da vida cotidiana encontra eco nas reflexões de Marcelo Bordin (2021), que resgata o diagnóstico de Achille Mbembe (2018), segundo o qual a modernidade não é caracterizada apenas pela biopolítica, mas também pela necropolítica, na medida em que se organiza ao redor da administração da morte e da produção de inimigos. Bordin (2021) demonstra que a guerra é uma gramática que estrutura relações sociais, valores, expectativas e modos de subjetivação, também evidente nas análises de Foucault (2010), especialmente quando trata do racismo de Estado, operado em uma dimensão biológica. Em sociedades permeadas pela racionalidade neoliberal, essa gramática intensifica-se com a lógica da concorrência, transformando todos os domínios da vida em arenas de combate.

O sujeito neoliberal é instado a se autogerir como se estivesse em campo de batalha, devendo vencer adversários, eliminar fraquezas, superar obstáculos, disciplinar emoções e maximizar desempenho. Nas plataformas digitais, essa hipermilitarização ganha forma concreta e cotidiana, já que a guerra torna-se estética, discursiva, afetiva e algorítmica. Comentários hostis, retóricas agressivas, posturas pretensamente viris, humilhação de oponentes, linguagem de combate e exercícios de masculinidade performativa não apenas circulam, mas são recompensados por algoritmos que privilegiam conteúdos polarizados, intensos e emocionalmente mobilizadores. A guerra, antes política ou militar, se apresenta como estilo de vida, transformando a masculinidade em técnica de guerra consigo e contra o outro.

Nesse ambiente, a juventude red pill emerge como síntese emblemática da convergência entre neoliberalismo, guerra e platformização. A pedagogia red pill se vale da linguagem militar («guerreiros da verdade», «exército antifeminista», «batalha entre alfas e betas»), do ethos empreendedor («construa seu valor», «rentabilize sua masculinidade») e da estética da guerra cultural («lutar contra a ideologia de gênero», «defender a civilização ocidental»). Essa articulação revela uma convergência profunda, pois a juventude red pill não deve ser tratada como anomalia, tampouco um desvio, mas como um efeito da silicolonização do mundo (Sadin, 2018). Nascidos num ecossistema digital, governados por algoritmos que recompensam agressão, formados por discursos neoliberais que convertem a vida em competição e interpelados por influenciadores que performam masculinidades bélicas e empresariais, esses jovens encontram nas plataformas um habitat perfeito para sua constituição subjetiva.

São três critérios que delimitam o movimento-empresa. O primeiro é que não há distinção entre receita e militância, isso porque o mesmo ato produz influência política e renda. Já o contramovimento pode se financiar por doação ou filiação, sem que o financiamento constitua sua atividade (Silva e Pereira, 2020). O segundo é a dependência infraestrutural da métrica, pois a sobrevivência do arranjo está atrelada à recomendação algorítmica e ao regime de plataformação. Fato que não vale para a organização movimentalista descrita por Gohn (2019).

O terceiro critério é a concorrência interna, uma vez que os participantes disputam entre si a mesma audiência. Já os coletivos informais tendem à cooperação e à divisão de tarefas (Marques *et al.*, 2025a). O influenciador político isolado atende ao primeiro critério, mas não constitui ecossistema. E é essa escala reticular que separa o movimento-empresa do contramovimento.

O que está em jogo, portanto, não é apenas a economia, mas a ontologia, porque o sujeito é permanentemente convocado a ser empresário e soldado, produtor de si e combatente, gestor e guerreiro. A racionalidade neoliberal fabrica o empreendedor de si (Foucault, 2008); a silicolonização do mundo reconfigura esse sujeito em soldado de si (Sadin, 2018); e o red pill se apresenta como síntese dessas duas condições históricas marcadas pelo capitalismo de plataforma (Srnicek, 2018).

Baseado nessa genealogia, é possível compreender que as plataformas digitais se tornaram arenas privilegiadas de mobilização informal para jovens conservadores que se identificam com as comunidades red pill. Essas redes digitais assumiram papel central como espaços de aglutinação espontânea para jovens conservadores ligados às comunidades red pill. Nelas, eles encontram conceitos, regras, táticas, inimigos, estratégias, líderes e recompensas. É nesses ambientes que encontram quadros conceituais, normas de conduta, táticas, adversários, planos de ação, figuras de liderança e incentivos.

Nesse sentido, o campo algorítmico funciona como território de batalhas simbólicas, no qual a masculinidade é provada, exibida e monetizada. É esse deslocamento que o movimento-empresa capitaliza, ao converter o antagonismo em conteúdo recomendável e o conteúdo recomendável em receita. É ele que o movimento-empresa explora, convertendo antagonismos em conteúdos suscetíveis de recomendação e esses conteúdos em fontes de receita.

4. Juventude red pill e a monetização do ódio

A articulação analítica de dois relatórios sobre a monetização da misoginia no YouTube (Grassi e Ruediger, 2023; Santini *et al.*, 2024) nos permite

mapear a escala estrutural e ampla desse ecossistema⁷. Convém, entretanto, salientar que não se trata apenas de comunidades online, mas de um campo consolidado de produção de conteúdo que entrelaça concepções de masculinidade e psicologia evolutiva, práticas empresariais e neoliberalismo, crítica à modernidade e escolástica, além do que se denomina guerra cultural e monetização da misoginia. Os resultados dos dois relatórios apresentam convergências, apesar de terem sido elaborados com fundamentos teórico-metodológicos distintos. O relatório da FGV foi elaborado sob uma perspectiva político-cultural, enquanto o do NetLab adotou um viés econômico-algorítmico.

O «Relatório Movimento Red Pill no YouTube: Eixos argumentativos e recomendações algorítmicas», produzido por pesquisadores da FGV (Grassi e Ruediger, 2023), parte de uma sintaxe de busca construída com termos usados pelas próprias comunidades red pill, tendo coletado os 100 vídeos mais relevantes publicados entre janeiro e agosto de 2023, a partir do uso do YouTube Data Tools. Após filtragem manual, que excluiu conteúdos críticos ao movimento, a amostra final resultou em 89 vídeos efetivamente produzidos por perfis identificados como red pill, os quais compõem o corpus de análise do estudo. Esses vídeos são tratados como sementes para mapear a rede de recomendações do YouTube, o que permite visualizar não apenas o conteúdo em si, mas também as pistas algorítmicas que conduzem jovens a outros vídeos e canais da machosfera. No relatório, são sintetizados os principais achados em eixos temáticos.

Entre os temas mais recorrentes nos 89 vídeos analisados, destacam-se: relacionamentos afetivos, finanças, questões emocionais e sexualidade. Esses campos são atravessados por uma gramática explicitamente conservadora. Nela, os homens são apresentados como provedores naturais e dominantes, enquanto mulheres são descritas com desconfiança, como mais infiéis, traidoras e ardilosas, motivo pelo qual os homens deveriam se proteger para não serem enganados.

A dimensão corporal também é central. Os vídeos reforçam que mulheres mais velhas, tatuadas, mães solteiras (chamadas de M. Sol) etc., teriam um baixo Valor Sexual de Mercado, tratado comumente como VSM, e que ter relações com pessoas acima do «peso ideal» seria algo abominável. Essa recorrência empírica sustenta a hipótese teórica segundo a

7 Compõem esse painel o relatório «Movimento Red Pill no YouTube: Eixos argumentativos e recomendações algorítmicas» (Grassi e Ruediger, 2023), produzido pela Fundação Getúlio Vargas, e o relatório «Aprenda a evitar 'esse tipo' de mulher: estratégias discursivas e monetização da misoginia no Youtube» (Santini *et al.*, 2024), elaborado pelo Laboratório de Estudos de Internet e Redes Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

qual a hipergamia e o VSM funcionariam como eixos organizadores da percepção de mundo das comunidades que se identificam como red pill. Nela, a hipergamia explica para jovens red pill por que as mulheres escolheriam sempre homens de maior status, e o VSM (valor sexual de mercado) transforma essa explicação em métrica concorrencial, com a qual passam a avaliar a si mesmos e às mulheres. Um marcador recorrente na machosfera distingue adeptos da red pill e black pill, fundamentado na capacidade ou não de ampliar o próprio VSM.

Aqueles que se identificam com a red pill precisam se empreender continuamente para ampliar seu valor sexual de mercado. Para tal, devem melhorar o visual por meio da prática de atividades físicas, emagrecimento, cirurgias estéticas, estratégias para ganhar dinheiro, negócios, política, guerra, criptomoedas etc., enquanto para a black pill não há alternativa.

O relatório da FGV mostra essa gramática de forma reiterada nos conteúdos red pill a partir de autores alternativos do ponto de vista acadêmico, que atuam na área da psicologia evolutiva e antropologia física. Eles não apenas evidenciam a realidade dura sobre o mercado sexual, mas articulam a hipergamia à necessidade de os homens construírem valor em termos de renda, forma física, status e controle emocional.

Esse quadro de monetização da misoginia nas plataformas digitais se torna ainda mais consistente quando comparado aos achados do «Relatório Aprenda a evitar ‘esse tipo’ de mulher», da NETLAB/UFRJ (Santini *et al.*, 2024), que analisa a machosfera brasileira no YouTube em escala ainda mais ampla, a partir de um corpus de 76.289 vídeos, que foram submetidos a modelagem de tópicos para mapear os temas predominantes na plataforma.

Nesta pesquisa, a análise computacional agrupou os títulos em 50 tópicos, posteriormente condensados em oito grandes temas, que permitiram visualizar as tendências, o vocabulário, os conflitos entre influenciadores, as estratégias de clickbait e as formas de se referir às mulheres. O relatório ainda identificou as principais subculturas da machosfera: red pill, black pill, blue pill, celibatários involuntários (Incels), MGTOW (Men Going Their Own Way) e Pick-Up Artists (PUA), que aparecem nos núcleos mais importantes do ecossistema masculinista brasileiro no YouTube.

A partir desse mapeamento quantitativo, os achados são analisados qualitativamente. No capítulo «Retrato da misoginia em vídeos do YouTube», os autores se debruçam sobre 137 canais responsáveis pela produção de conteúdo misógino. Eles os analisaram em detalhe quanto ao perfil, estratégias discursivas, formas de ataque às mulheres e modos de monetização. Os números são expressivos, já que esses 137 canais somam 3,9

bilhões de visualizações e mais de 105 mil vídeos produzidos. Tendo ainda, em média, 152 mil inscritos por canal, considerando todo o conteúdo publicado, inclusive o que não entrou na coleta automática. As análises demonstram que se trata de uma infraestrutura de influência massiva, não de nicho.

Santini *et al.* (2024) identificaram um subconjunto de 89 canais que promovem explicitamente a ideia de que as mulheres deveriam ocupar um papel secundário na relação com homens, devendo servi-los na esfera conjugal e familiar. Nestes canais, qualquer desvio dessa conduta é tratado como ameaça à ordem social e à integridade masculina. Outro conjunto de 89 canais (parcialmente sobrepostos ao primeiro) é marcado por ofensivas diretas a mulheres feministas ou ao feminismo, frequentemente questionando direitos fundamentais como pensão alimentícia, Lei Maria da Penha e mecanismos de proteção à mulher vítima de violência. Nesses espaços, o feminismo é descrito como movimento opressor que subjuga homens e prejudica as próprias mulheres, reforçando a lógica conspiratória tecnocconservadora.

A pesquisa revela que 80% desses canais possuem algum tipo de estratégia de monetização que se apresentam de formas variadas. Seja por meio de recursos nativos do Youtube, como anúncios AdSense e doações em Super Chat, seja por meio de estratégias alternativas. A exemplo, a venda de produtos e serviços, como livros, cursos e consultorias, plataformas de financiamento coletivo, links de afiliados e consultas individuais, que em geral são nomeadas como mentorias e cobradas em valores elevados (Santini *et al.*, 2024). Nesse sentido, é esse conjunto de arranjos que o conceito de Movimento-empresa busca nomear. A mesma operação, atividade política e atividade econômica, conformam uma mesma estrutura.

O discurso misógino tem sido utilizado tecnopoliticamente por perfis red pill para difundir uma agenda antifeminista e antigênero cujo modelo de negócios é auspicioso. O empreendedorismo de si é convertido em uma espécie de empreendedorismo misógino, em que influenciadores constroem uma «marca pessoal» baseada na hostilidade às mulheres, transformando ressentimento masculino em capital financeiro e simbólico. Isso se dá por meio do compartilhamento de um glossário produzido por autores como Rollo Tomassi (2021), Jordan Peterson (2018), Jack Donovan (2015), Ryan Milcher (2023), etc., associado a toda uma cosmologia que deprecia o lugar das mulheres na sociedade, através de argumentos pretensamente científicos, assim como autores que se identificam com o conservadorismo brasileiro de Olavo de Carvalho (2018), a exemplo de Ana Caroline Campagnolo (2019).

Não obstante, ainda há influenciadores brasileiros que monetizam conteúdo misógino em seus perfis no YouTube que também publicam livros, tomando como referência os autores mencionados, a exemplo de Junior Masters (2023), Renato Treizoitão Amoêdo e Alan Schramm (2021), Thiago Schutz (2022), dentre outros, assegurando que as mulheres seriam, em quaisquer contextos e momentos da história, hipergâmicas e, portanto, estariam suscetíveis a trocarem de companheiros, desde que por alguém que tenha um VSM superior ao antecedente.

O Relatório do NetLab/UFRJ ainda descreve qualitativamente o perfil e o modo de operação desses produtores de conteúdo, enfatizando que influenciadores da machosfera articulam formas específicas de organização, vocabulário e ensinamentos. As subculturas se distinguem, mas também se sobrepõem em torno de um núcleo comum sustentado na crença de que as mulheres representariam uma ameaça, naturalizando violências simbólicas e defendendo papéis de gênero rígidos (Santini *et al.*, 2024).

Os perfis e participantes dessas comunidades red pill empregam estratégias para contornar moderação e responsabilização, utilizando vocabulário codificado, humor e ironia, além de deslocar parcialmente conteúdos mais extremos para outras plataformas, mantendo o YouTube como vitrine central para prospecção e monetização. Isso reforça a hipótese da governamentalidade algorítmica (Rouvroy e Berns, 2015; Teles, 2018; Rosa *et al.*, 2023), que favorece conteúdos de alto impacto afetivo e alta capacidade de engajamento, coincidindo com a lógica neoliberal de maximização de performance — aqui aplicada ao ódio.

Os dados encontrados em ambos os relatórios confirmam que essa perspectiva é sistematicamente reforçada por influenciadores que oferecem soluções pagas — cursos, mentorias e consultorias — baseadas na promessa de aumento do VSM. A racionalidade neoliberal fica evidente ao deslocar a resposta às dificuldades relacionais, o que não implica questionar a estrutura, mas empreender-se; não problematizando as desigualdades, mas aceitando tanto o mercado financeiro quanto o sexual como destino, investindo agressivamente em autoaperfeiçoamento.

Esse movimento se dá em paralelo à militarização da linguagem, demonstrada nos dois Relatórios analisados, que identificam expressões associadas à guerra: «lutar contra o feminismo», «defender a família», «dominar emocionalmente mulheres consideradas ‘perigosas’ etc. A junção entre hipermilitarização (Bordin, 2021), empreendedorismo de si (Foucault, 2008; Laval e Dardot, 2016) e silicolonização do mundo (Sadin, 2018; Amaral *et al.*, 2025) se materializa nesses canais. Neles, os influenciadores digitais se apresentam como comandantes de tropa, os jovens

como soldados em formação, e a plataforma como campo de batalha algorítmica, onde reputação, afeto, opressão e dinheiro estão em jogo. Ao analisar os resultados dos relatórios, fica evidente que a juventude red pill brasileira opera em um ecossistema densamente organizado de maneira informal, que conta com centenas de canais, bilhões de visualizações, milhões de inscritos e estratégias sofisticadas de monetização, fuga de moderação e pedagogia emocional.

Nesse ambiente, as categorias de hipergamia e VSM operam como dispositivos de verdade que orientam condutas, justificam ressentimentos e transformam misoginia em produto vendável, sendo frequentemente indicados como «desenvolvimento pessoal masculino». O movimento-empresa é a forma organizacional que sustenta esse «modelo comercial», isso porque converte cada canal em unidade de negócio e cada polêmica em investimento com retorno financeiro mensurável.

5. Considerações finais

As análises desenvolvidas neste artigo permitem compreender a juventude red pill como efeito da convergência entre governamentalidade neoliberal, silicolonização do mundo e modelo de negócio de plataformas publicitárias (Srnicek, 2018), conformando o movimento-empresa. A genealogia foucaultiana evidencia que o empreendedorismo de si — núcleo subjetivo da racionalidade neoliberal — encontra no YouTube um ambiente que captura e intensifica práticas concorrenciais, convertendo afetos, performances e antagonismos em ativos monetizáveis.

Nesse contexto, jovens conservadores passam a operar simultaneamente como influenciadores e como agentes de um contramovimento (Silva e Pereira, 2020) de feição tecnocconservadora (Rosa *et al.*, 2024), convertendo virilidade, ressentimento e guerra cultural em mercadoria. O movimento-empresa radicaliza dinâmicas observadas nas organizações movimentalistas (Gohn, 2019) e diferencia-se de outros coletivos informais ao acoplar, de modo sistemático, organização política, marca pessoal e geração de renda em plataformas orientadas por métricas (Marques *et al.*, 2025a).

Os relatórios analisados (Grassi e Ruediger, 2023; Santini *et al.*, 2024) confirmam a escala desse ecossistema, destacando bilhões de visualizações, centenas de canais e um mercado de conteúdo misógino apresentado como «desenvolvimento pessoal» masculino. A gramática da hipergamia e do VSM (Masters, 2023; Amoêdo e Schramm, 2021; Schutz, 2022) organiza percepções, legitima hierarquias e converte relações afetivas em lógica concorrencial. Ao mesmo tempo, a silicolonização do mundo (Sadin, 2018) oferece a infraestrutura algorítmica que amplifica

esses discursos, premiando conteúdos polarizados e emocionalmente mobilizadores.

Em síntese, a juventude red pill expressa como neoliberalismo, plataformas digitais e tecnocconservadorismo se entrelaçam na produção de subjetividades e contramovimentos que tensionam direitos humanos, corroem pactos democráticos e consolidam modos informais de organização política baseados em afetos, algoritmos e capitalização da misoginia. Ao transformar inseguranças e vulnerabilidades em ativo de mercado, o movimento-empresa amplia a circulação de discursos de ódio e reforça desigualdades de gênero com efeitos que extrapolam o ambiente online. Pesquisas futuras podem aprofundar a análise de trajetórias de influência, circuitos de monetização e interfaces entre moderação algorítmica, governança de plataformas e políticas públicas.

Contribución de autoría

Pablo Ornelas Rosa participou nas fases de conceptualização, curación de datos, investigación, metodología, administración de proyecto, y redacción del borrador original.

Aknaton Toczek Souza participou nas fases de análise de datos, aquisição de fondos, investigación, metodología y redacción del borrador original.

Maria Cristina Dadalto participou nas fases de redacción del borrador original, y redacción, revisión y edición.

Manuel Jesús Sabariego participou nas fases de redacción del borrador original y redacción, revisión y edición.

Fuente de financiamiento

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Fundação de Amparo à Pesquisa do Espírito Santo (FAPES), la red INCT «Autoritarismo y Democracia» (NEV/USP) e INCT/InEAC/UFF.

Potenciales conflictos de interés

Ninguno.

Declaración de uso de IA

En el desarrollo del manuscrito se utilizó inteligencia artificial generativa Claude (Anthropic). Su uso se limitó exclusivamente a mejorar la legibilidad y el lenguaje de la obra, incluyendo apoyo en la traducción, verificación de referencias y descriptores, y en ningún caso se empleó como fuente directa de información.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, I. S. de, Santos, M. S. dos e Rosa, P. O. (2025). Entre algoritmos e poder: reflexões de Pablo Ornelas Rosa acerca do tecnoservadorismo e conflitos sociais. *Tematicas*, 33(65), 172-197. <https://econtents.sbu.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/20612>
- Amaral, A. J. do, Rosa, P. O. e Sabariego, J. (2025). Da silicolonização do mundo ao tecnoservadorismo: o renascimento do extremismo político brasileiro no século 21. *Revista de Estudios Sociales*, 94, 65-84. <https://doi.org/10.7440/res94.2025.04>
- Amoêdo, R. T. y Schramm, A. (2021). Bitcoin red pill. O renascimento moral, material e tecnológico. Alan Schramm.
- Avelino, R. da S. (2023). *Colonialismo digital. Tecnologias de rastreamento online e a economia informacional*. Alameda.
- Bordin, M. (2021). *A guerra é a regra. A hipermilitarização da segurança pública no Brasil*. PG Editorial.
- Campagnolo, A. C. (2019). *Feminismo: Perversão e subversão*. Vide.
- Carvalho, O. de. (2018). *O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota*. Record.
- Coelho, G. (2025, 18 de setembro). Do algoritmo ao linchamento: como o discurso antigênero atinge alvos específicos no YouTube. *Gênero e Número*. <https://www.generonumero.media/reportagens/radar-antigenero-algoritmo-ao-linchamento/>
- Couldry, N. e Mejias, U. A. (2019). Data colonialism: Rethinking big data's relation to the contemporary subject. *Television & New Media*, 20(4), 336-349. <https://doi.org/10.1177/1527476418796632>
- Donovan, J. (2015). *O código dos homens*. Editora Simonsen.
- Dunker, C. I. L. (2019). Psicologia das massas digitais e análise do sujeito democrático. Em S. Abranches *et al.* (eds.), *Democracia em risco?* Companhia das Letras.
- Durand, C. (2021). *Tecnofeudalismo. Crítica de la economía digital*. Adrogué La Caba e Kaxilda.
- Empoli, G. da. (2019). *Os engenheiros do caos*. Vestígio.
- Faustino, D. e Lippold, W. (2019). *Colonialismo digital. Por uma crítica hacker-fanoniana*. Boitempo.
- Foucault, M. (2008). *Nascimento da biopolítica*. Martins Fontes.
- Foucault, M. (2010). *Em defesa da sociedade*. Martins Fontes.

- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. Em T. Gillespie, P. J. Bozckowski e K. A. Foot (eds.), *Media technologies. Essays on communication, materiality, and society*. MIT Press.
- Gohn, M. da G. (2019). *Participação e democracia no Brasil. Da década de 1960 aos impactos pós-junho de 2013*. Vozes.
- Grassi, A. e Ruediger, M. A. (Coords.). (2023). *Movimento red pill no YouTube. Eixos argumentativos e recomendações algorítmicas*. FGV ECMI.
- Han, B.-C. (2018). *Psicopolítica*. Âyniné.
- Han, B.-C. (2022). *Infocracia*. Vozes.
- Hayek, F. A. (2010). *O caminho da servidão*. Instituto Ludwig von Mises Brasil.
- Laval, C. e Dardot, P. (2016). *A nova razão do mundo*. Boitempo.
- Lemke, T. (2017). Foucault, governamentalidade e crítica. *Politéia*.
- Lemos, A. (2021). Dataficação da vida. *Civitas*, 21(2), 193-202. <https://revistas-eletronicas.pucrs.br/civitas/article/view/39638/26950>
- Marques, M. S., Marx, V. e Cruz, D. S. da. (2025a). Quem tem medo da organização? Dimensão organizacional no ativismo e nos processos decisórios dos coletivos culturais do Espírito Santo. *Dados*, 68(3), e20230024. <https://doi.org/10.1590/dados.2025.68.3.382>
- Marques, M. S., Nemer, D., Souza, A. T. e Silveira, F. L. (2025b). Tecnopolíticas e configurações extremistas na era das plataformas digitais. *Revista de Estudios Sociales*, 94, 3-22. <https://doi.org/10.7440/res94.2025.01>
- Masters, J. (2023). *Hackeando o mercado sexual. O mínimo que você precisa saber sobre red pill*. Editora Web.
- Mbembe, A. (2018). *Necropolítica*. N-1.
- Milcher, R. (2023). *Manifesto da masculinidade. Como o homem estabelece sua influência, credibilidade e autoridade*. Auster.
- Miskolci, R. (2016). Sociologia digital: Notas sobre pesquisa na era da conectividade. *Revista Contemporânea*, 6(2), 275-297. <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/525/211>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. NYU Press.
- Olegario, A., Santos, A. P. A. R. dos, Marin, I., Marques, M., Dias, M. e Nascimento, M. S. (2021, 2 de setembro). Economia da Atenção e universo das telas: entenda por que é tão difícil se desconectar. *Agência Universitária de Notícias (AUN/USP)*. <https://aun.webhostusp.sti.usp.br/index.php/2021/09/02/economia-da-atencao-e-universo-das-telas-entenda-por-que-e-tao-dificil-se-desconectar/>

- Oliveira, P. C. (2017). *Revolução e Contra-Revolução*. ArtPress.
- Peterson, J. B. (2018). *12 regras para a vida. Um antídoto para o caos*. Alta Books.
- Quijano, A. (2005). A colonialidade do saber: Eurocentrismo e ciências sociais. Em E. Lander (ed.), *A colonialidade do saber. Eurocentrismo e ciências sociais. Perspectivas latino-americanas*. CLACSO.
- Rosa, P. O. (2019). *Fascismo tropical. Uma cibercartografia das novíssimas direitas Brasileiras*. Milfontes.
- Rosa, P. O. e Rosa, R. de O. (2024). Tecnopolíticas do ódio: estratégias utilizadas por grupos de WhatsApp conservadores e bolsonaristas nas eleições brasileiras de 2018 e 2022. *Simbiótica. Revista Eletrônica*, 11(1), 64-91.
- Rosa, P. O., Amaral, A. J. do e Nemer, D. (2023). Datapolítica, governamentalidade algorítmica e a virada digital: Uma genealogia da modulação comportamental através das plataformas digitais. *Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM*, 18(3), e85510. <https://doi.org/10.5902/1981369485510>
- Rosa, P. O., Ângelo, V. A. de e Braga, T. (2021). Novíssimas direitas e a política na era da pós-verdade: uma análise da guerra cultural. *Simbiótica. Revista Eletrônica*, 8(2), 187-216. <https://observatoriodeeducacao.institutounibanco.org.br/cedoc/detalhe/tf-novissimas-direitas-e-a-politica-na-era-da-pos-verdade-uma-analise-da-guerra-cultural,c40520c3-9db7-4fce-9121-17fd11816be3>
- Rosa, P. O., Ângelo, V. A. de, Almeida, V. A. e Vieira, B. B. R. (2024). *Tecnoservadorismo e o Brasil Paralelo*. Autonomia Literária.
- Rouvroy, A. e Berns, T. (2015). Governamentalidade algorítmica e perspectivas de emancipação: O díspar como condição de individuação pela relação? *Eco-Pós*, 18(2), 35-56. https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/2662
- Sadin, É. (2018). *La silicolonización del mundo*. Caja Negra.
- Santini, R. M., Salles, D., Belin, L. L., Belisário, A., Mattos, B., Medeiros, S. G., Mello, D., Grael, F., Seade, R., Borges, A., Murakami, L., Cardoso, R., Dau, E., Loureiro, F., Yoneshigue, B., Carmo, V. e Maia, F. (2024). «Aprenda a evitar 'esse tipo' de mulher». *Estratégias discursivas e monetização da misoginia no YouTube*. NetLab e UFRJ.
- Schutz, T. (2022). *Red pill 2.0. Não basta despertar para a realidade. É preciso criá-la*. Expansão Masculina.
- Sedgwick, M. (2020). *Contra o mundo moderno*. Âyiné.
- Silva, M. K. e Pereira, M. M. (2020). Movimentos e contramovimentos sociais: O caráter relacional da conflitualidade social. *Revista Brasileira de Sociologia*, 8(20), 26-49. <https://doi.org/10.20336/rbs.647>

Silveira, S. A. D. (2021). A hipótese do colonialismo de dados e o neoliberalismo. Em *Colonialismo de dados. Como opera a trincheira algorítmica na guerra neoliberal* (pp. 33-51). Autonomia Literária.

Silveira, S. A. da. (2025). *As Big Techs e a guerra total. O complexo militar-industrial dataficado*. Hedra.

Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataforma*. Caja Negra.

Teitelbaum, B. R. (2020). *Guerra pela eternidade*. Unicamp.

Teles, E. (2018). Governamentalidade algorítmica e as subjetivações rarefeitas. *Kriterion*, 59(140), 429-448. <https://doi.org/10.1590/0100-512x2018n14005et>

Tomassi, R. (2021). *O macho racional. Masculinidade positiva*. (Vol. III). [E-book].

Varoufakis, Y. (2025). *Tecnofeudalismo. O que matou o capitalismo*. Planeta do Brasil.

Zuboff, S. (2020). *A era do capitalismo de vigilância. A luta por um futuro humano na nova fronteira de poder*. Intrínseca.

Pablo Ornelas Rosa es doctor en Ciencias Sociales, y cuenta con un posdoctorado en Psicología y en Salud Pública por la Universidad Federal de Espírito Santo, así como en Sociología por la Universidad Federal de Paraná (UFPR). Es profesor en los programas de posgrado en Sociología Política y en Seguridad Pública de la Universidad de Vila Velha (UVV). También es profesor en el Programa de Posgrado en Ciencia y Tecnología del Centro Universitario Vale do Cricaré (UnivC). Becario de productividad del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq).

Aknaton Toczec Souza es doctor en Derecho por la Universidad Federal de Paraná (UFPR), tiene un posdoctorado en Sociología Política por la Universidad de Vila Velha (UVV) y es doctor en Sociología por la UFPR. Es investigador en el GITEP/UCPEL y profesor del Programa de Posgrado en Política Social y Derechos Humanos de la Universidad Católica de Pelotas. Becario de productividad del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq).

Maria Cristina Dadalto ha realizado un posdoctorado en la Università Ca' Foscari di Venezia y es posdoctoranda en el Instituto de Geografía y Ordenación del Territorio (IGOT-ULisboa). Es doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Estatal de Río de Janeiro. Becaria investigadora de la Fundación de Apoyo a la Investigación de Espírito Santo (FAPES). Profesora del Departamento de Ciencias Sociales y de los programas de posgrado en Historia y Ciencias Sociales de la Universidad Federal de Espírito Santo.

Manuel Jesús Sabariego Gómez es doctor en Derechos Humanos y Desarrollo por la Universidad Pablo de Olavide, en España, y cuenta con un posdoctorado en Sociología por la Universidad de Coimbra y en Comunicación por la Universidad de Sevilla. Fue investigador MSCA Fellow y ejerce como docente en la Universidad de Sevilla, además de colaborar con programas de máster y doctorado en Europa y América Latina.

Recepción: 4/3/2026
Aceptación: 12/8/2026