

Papéis de gênero na sociedade contemporânea: A recepção do discurso pós-feminista pelos seguidores da advogada @dra.mirianeferreira no Instagram

Agda Baeta

Universidade de Coimbra

agda.baeta@gmail.com

Resumo

O pós-feminismo é a formação discursiva dominante sobre o feminismo na sociedade contemporânea. Marcada pelo entrelaçamento de feminismo e antifeminismo, constitui uma estratégia neoliberal de moldagem da subjetividade que reforça estereótipos de gênero tradicionais para limitar a transformação social, ao mesmo tempo que enaltece o empoderamento das mulheres. Presente em inúmeros produtos culturais, o pós-feminismo pode ser identificado no discurso de Miriane Ferreira, advogada que ganhou popularidade no Instagram ao responder dúvidas sobre Direito de Família e se posicionar

em defesa do homem como provedor. Considerando que os indivíduos têm papel ativo na decodificação das mensagens que circulam na cultura, este estudo objetivou perceber, através da Análise Crítica do Discurso contido nos comentários deixados na rede social da advogada, como ocorre a recepção do pós-feminismo e do estereótipo de homem provedor por parte de seus seguidores. Os resultados mostram que o discurso hegemônico é reproduzido mais pelas mulheres e sua contestação se dá por homens e mulheres em proporções similares.

Palavras-chave: pós-feminismo; estudo de recepção; estudo feminista de mídia; práticas do eu; estereótipos de gênero.

Gender roles in contemporary society: The reception of post-feminist discourse by @dra.mirianeferreira's followers on Instagram

Abstract

Post-feminism is the dominant discursive formation about feminism in contemporary society. Marked by the entanglement of feminism and anti-feminism, it constitutes a neoliberal strategy for shaping subjectivity that reinforces traditional gender stereotypes to limit social transformation, while at the same time praising women's empowerment. Present in several cultural products, postfeminism can be identified in the speech of Miriane Ferreira, a lawyer who gained popularity with her Instagram profile by answering questions about

Family Law and taking a stand in defense of men's role as providers. Considering that individuals have an active role in decoding the messages that circulate in culture, this study aimed to understand, through Critical Discourse Analysis of comments left on the lawyer's social network, how postfeminism and that stereotype have been received by her followers. The results show us that women replicate the hegemonic discourse more than men and that this discourse is challenged by both men and women in similar proportions.

Keywords: postfeminism; reception studies; feminist media studies; practices of the self; gender stereotypes.

Data de submissão: 2024-04-20. Data de aprovação: 2025-08-25.

Revista Estudos em Comunicação é financiada por Fundos FEDER através do Programa Operacional Factores de Competitividade – COMPETE e por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projeto *LabCom – Comunicação e Artes*, UIDB/00661/2020.

O pós-feminismo, desde a década de 1990, tem cada vez mais dominado os produtos culturais e as retóricas políticas, econômicas e sociais. De origem neoliberal (Gill & Scharff, 2011), é hoje a formação discursiva sobre feminismo de maior visibilidade e circulação nos meios de comunicação (Banet-Weiser, 2018). Marcado pelo entrelaçamento de feminismo e antifeminismo, o pós-feminismo se apropria do vocabulário e dos ideais dos movimentos sociais, desarticulando-os (McRobbie, 2009) em um processo que limita a transformação social e beneficia a manutenção do *status quo* patriarcal. Presente em filmes, programas televisivos, anúncios publicitários e outros produtos de mídia (Gill, 2007b), o pós-feminismo também pode ser percebido nos discursos disseminados por produtores de conteúdo nas redes sociais como, por exemplo, acontece com a advogada e *influencer* brasileira Miriane Ferreira.

Com pouco mais de dois anos no Instagram, Miriane Ferreira já acumula 1,6 milhão de seguidores. Ao responder dúvidas sobre Direito de Família, a advogada causa polêmica ao declarar o que para ela são os verdadeiros papéis de gênero na sociedade contemporânea: mulheres financeiramente independentes e homens necessariamente provedores. Claramente pós-feminista, o discurso de gênero da *influencer* é marcado pelo entrelaçamento de conceitos contraditórios (McRobbie, 2009), já que prioriza temas do feminismo ao mesmo tempo que reforça a hierarquia tradicional. Outra característica pós-feminista muito presente em sua argumentação é a afirmação da existência de uma diferença sexual natural (Gill, 2007b) irrefutável, que serve para validar uma necessidade intrínseca aos homens de exercerem a função de provedor.

Considerando que, ao superarem a divisão virtual/real, os estudos de Internet percebem o ambiente digital não somente como objeto na investigação da cultura online, mas também como fonte de dados para o conhecimento das condições sociais como um todo (Rogers, 2013) e que o processo de codificação/decodificação das mensagens, conforme teorizado por Stuart Hall (2006), torna a cultura popular uma arena de consentimento e resistência à cultura dominante (Hall, 1998), esta investigação busca entender como que a audiência de Miriane Ferreira recepciona o discurso pós-feminista da advogada. Seus seguidores percebem a estratégia articulada pelo pós-feminismo para manutenção do *status quo*? Eles consentem ou resistem a esse discurso?

A partir de uma perspectiva construcionista, na qual o significado se produz através da interação entre os membros de uma sociedade (Berger & Luckmann, 2004) e as subjetividades dos indivíduos são moldadas pelas formações discursivas que circulam na cultura (Foucault, 1987), este estudo estruturou a Análise Crítica do Discurso (Machin & Mayr, 2010; Orlandi, 2000) expresso nos comentários realizados em um post selecionado dentre os quais Miriane Ferreira se posiciona sobre o papel de provedor do homem na sociedade para perceber as dinâmicas de consentimento e resistência por parte da audiência a este tradicional estereótipo de gênero.

Os resultados mostraram que dos 155 comentários analisados, 55% consentem com a ideologia pós-feminista dominante, enquanto 45% discordam do papel do homem como provedor. Além disso, foi possível identificar que dos que concordam com a afirmação de que o homem é necessariamente provedor, a maioria são mulheres, enquanto que no universo dos que contestam essa afirmação, há um equilíbrio entre homens e mulheres. Entre as justificativas para a “vocação” provedora do homem, os comentários analisados que consentem com a afirmação, em sua maioria, decorrem de afirmações de senso comum naturalizadas na subjetividade de seus autores e demonstradas em expressões como “questão de honra”, “homem de verdade”, “homem com H maiúsculo”, “macho alpha” e “inversão de papéis”.

1. Relações de poder, representações de gênero e estudos de recepção

As práticas sociais resultam das interações entre os membros de uma sociedade. Interações essas que ocorrem por meio da linguagem (Berger & Luckmann, 2004). No entanto, as palavras, por não terem sentido nelas próprias, derivam seus significados das formações discursivas em que se inserem

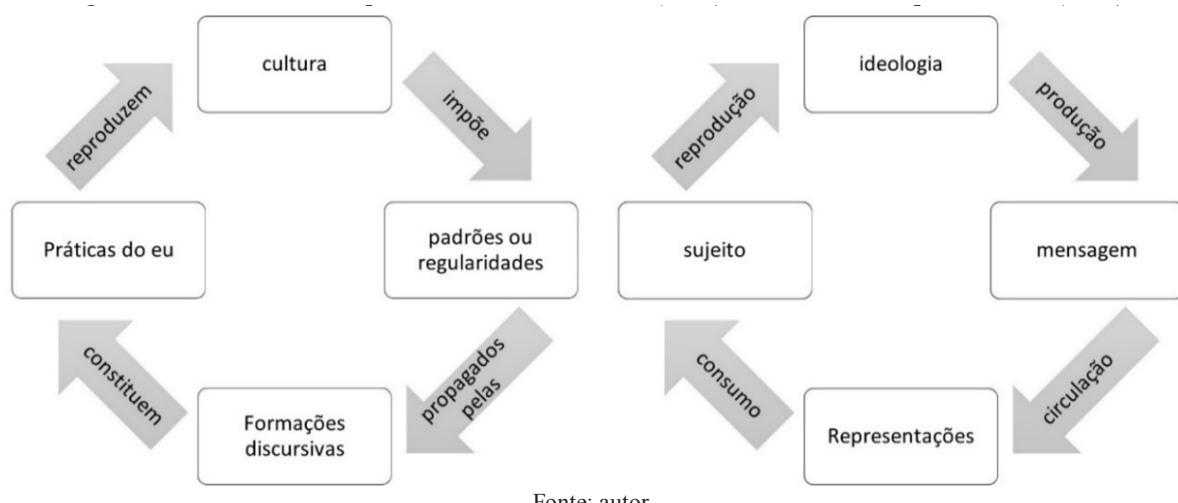
e essas, “por sua vez, representam no discurso as formações ideológicas” (Orlandi, 2000, p. 43). Conceptualizada como um “sistema de crenças mantido por indivíduos e grupos” (Machin & Mayr, 2010, p. 25), a ideologia caracteriza o modo que certos discursos se tornam aceitos, legitimando as relações de poder. Central na Análise Crítica do Discurso, “o poder pode ser mais do que uma simples forma de dominação superior; também pode ser produzido em conjunto quando as pessoas acreditam ou são levadas a acreditar que o domínio é legítimo de uma forma ou de outra” (Machin & Mayr, 2010, p. 24) e, ao menos nas sociedades democráticas, tal processo é essencial para que a cultura dos poderosos seja aceita e interiorizada pelas pessoas.

Esse processo de legitimação se dá pelo que Foucault (1987) teorizou como *práticas do eu*. Para o autor, o modo como os indivíduos pensam e se relacionam com o mundo não é algo aleatório, que ele inventa por si próprio, mas padrões “propostos, sugeridos e impostos a ele pela sua cultura, sua sociedade e seu grupo social” (p. 122) e que circulam por meio do discurso. Logo, para o autor, a cultura determina padrões de comportamento e pensamento que são disseminados na sociedade pelas formações discursivas, sendo internalizados pelo sujeito e constituindo a sua subjetividade de maneira que suas práticas reproduzirão estes mesmos padrões, normatizando-os e criando um ciclo de consentimento.

No entanto, como defende Orlandi (2000), o discurso “torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do [indivíduo] e da realidade em que ele vive” (p. 15). Assim, é também por meio das formações discursivas que se pode constituir as *práticas do eu* de maneira a alterar os modelos de opressão vigentes.

Segundo a teoria de recepção de Hall (2006), a audiência no processo comunicativo não é passiva. Ela atua tanto na decodificação da mensagem – interpretando-a de acordo com seu repertório cultural, disponível no contexto social do qual faz parte – quanto na sua reprodução ou retransmissão, etapa imprescindível para que o processo comunicativo seja realizado completamente. Logo, o sujeito é, ao mesmo tempo, receptor e emissor/reemissor da mensagem. Dessa maneira, a comunicação ocorre em um circuito contínuo (composto pelas práticas de produção, circulação, distribuição/consumo e reprodução), no qual as mensagens são produtos das ideologias que circulam por meio das formações discursivas ou representações – que se materializam na linguagem, seja verbal ou não verbal – e são consumidas pelo público/receptor que as decodifica de acordo com seu repertório cultural e reproduz, dando continuidade ao processo comunicativo para efetivação de seu significado (Figura 1).

Figura 1. A constituição das práticas do eu de Foucault (1987) e a teoria de recepção de Hall (2006).



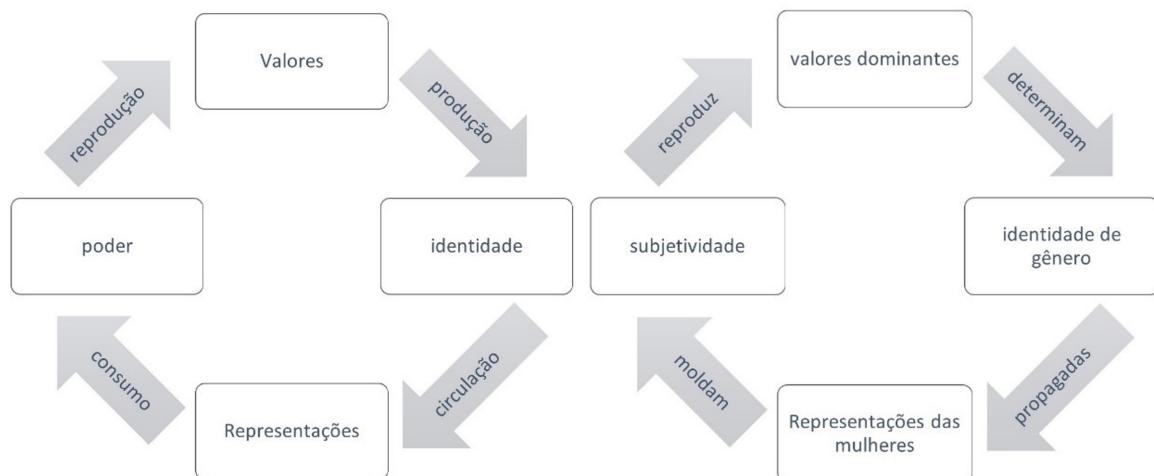
No entanto, por defender o papel ativo do receptor nesse processo, mesmo acreditando que não há discurso que não seja influenciado pelas regras sociais que guiam a leitura e moldam a interpretação da audiência, Hall (2006) considera que o processo comunicativo em circuito contínuo teorizado por ele como codificação/decodificação é uma “complexa estrutura *em domínio*” (p. 163), e, assim como Orlandi (2000), acredita que a ordem cultural dominante não é unívoca e pode ser contrariada, ou ao menos, negociada (Hall, 2003).

Essa capacidade da audiência decodificar os padrões dominantes e reproduzi-los de maneira contestatória, influenciando as formações discursivas que circulam na sociedade, está relacionada com o entendimento de poder como sinônimo de relações de poder. Como argumenta Foucault (1987), é simplesmente percebermos o poder como uma estrutura política ou uma classe social dominante. Para o autor, o poder existe em qualquer tipo de relação humana – amorosa, institucional, econômica, política e até mesmo em uma simples conversa – e constitui a forma como “um indivíduo [ou grupo] tenta direcionar o comportamento do outro” (p. 122).

Assim, se trouxermos toda esta reflexão para os estudos feministas de mídia para entendermos como os estereótipos de gênero se propagam e são normatizados nas subjetividades dos indivíduos, perceberemos o motivo de, mesmo após mais de meio século de existência deste campo de investigação, as questões que preocupam as feministas ainda serem as mesmas: poder, valores, representação e identidade (Gallagher, 2013). Considerando a interpretação de poder de Foucault (1987) e a definição de Gerbner (1978) de que a “cultura é um sistema de mensagens que cultiva as imagens adequando-as à estrutura estabelecida de relações sociais” (p. 47), e como tal, “sua função é fazer as pessoas aceitarem a vida como boa e a sociedade como justa, sem questionar como as coisas realmente são” (Gerbner, 1978, p. 47), podemos traçar um panorama mais efetivo sobre as quatro preocupações centrais dos estudos feministas de mídia.

Ao analisarmos cada uma das questões, observaremos que a cultura/ideologia, mencionadas por Foucault (1987) e Hall (2006), carregam os *valores* das estruturas dominantes que determinam as *identidades* de gênero por meio do estabelecimento de padrões/mensagens que circulam e disseminam as *representações/formações* discursivas que são consumidas/decodificadas pelos indivíduos, moldando as suas práticas sociais/subjetividades, que constituem o verdadeiro *poder* na sociedade (Figura 2), já que é nesse ponto do circuito comunicativo ou da *complexa estrutura em domínio*, quando o indivíduo realiza a reprodução da mensagem, que se efetiva a propagação ou a quebra dos estereótipos de gênero impostos pelo discurso dominante.

Figura 2. Os estudos feministas de mídia e as relações de poder no processo comunicacional.



Fonte: autor

Dessa forma, os estudos de recepção se tornam um elemento valioso para entendermos como que as formações discursivas e os estereótipos de gênero dominantes estão sendo decodificados e reproduzidos na contemporaneidade.

2. O pós-feminismo como formação discursiva hegemônica

Os movimentos sociais da chamada Segunda Onda feminista compõem uma das grandes rupturas nos discursos do conhecimento moderno que acarretaram o deslocamento do sujeito e deram origem à pós-modernidade (Hall, 2005). As conquistas obtidas por esses movimentos durante as décadas de 1960 a 1980, principalmente relacionadas às liberdades sexuais e econômicas (McRobbie, 2009), desestabilizaram a lógica das esferas pública/privada atribuídas, respectivamente, a homens/mulheres e abriram, “para contestação política, arenas inteiramente novas da vida social: a família, a sexualidade, o trabalho doméstico, a divisão doméstica do trabalho, o cuidado com as crianças, etc.” (Hall, 2005, p. 45). Dessa maneira, “a velha ética ganha o pão/dona-de-casa” foi questionada e as identidades tidas como certas durante a modernidade desestabilizadas, sendo substituídas, ao menos em teoria e entre as gerações mais jovens, por algo mais igualitário (Gill, 2007a, p. 205).

A intensificação das mulheres no mercado de trabalho fez com que elas passassem a ser percebidas como sujeito, donas de uma individualidade não condicionada ao estereótipo tradicional de esposa e mãe (Tasker & Negra, 2007), o que também influenciou o surgimento de uma nova representação masculina: mais parceiro, sensível e cuidadoso (Gill, 2007a). No entanto, este cenário logo foi revertido (Gill, 2007a; Tasker & Negra, 2007), uma vez que o capitalismo rapidamente projetou a mulher sujeito como consumidora e se apropriou da narrativa feminista para criar todo um mercado em torno do empoderamento feminino, dando origem ao fenômeno *girl power*, responsável por popularizar o “feminismo” ao estampá-lo em mercadorias (Banet-Weiser, 2018) e circulá-lo por meio de narrativas propagadas por inúmeros produtos culturais (Gill, 2007b).

Tal articulação – imbuída pelo que Boltanski e Chiapello (2009) denominaram o *novo espírito do capitalismo*, que se apropria e reconfigura as reivindicações das classes destituídas de poder para estabelecer novos padrões de domínio (Fuchs, 2008) – fez com que o feminismo que até então era externo à mídia, constituindo inclusive uma voz crítica ao modo como as mulheres eram representadas pelos meios de comunicação, passassem a ser conteúdo de mídia (Gill, 2007b) e popularizado em uma versão que atendesse aos interesses neoliberais (Gill & Scharff, 2011). Um feminismo domesticado (Dean, 2010), incapaz de abalar as estruturas hegemônicas da sociedade, teorizado por Rosalind Gill (2007b) como pós-feminismo.

O pós-feminismo – teorizado por Rosalind Gill (2007b) como uma “sensibilidade que caracteriza um número cada vez maior de filmes, programas de televisão, anúncios publicitários e outros produtos de mídia” (p. 148) – é uma formação discursiva que permeia a maioria dos produtos culturais contemporâneos e tem delineado a maneira como as pessoas se relacionam e pensam o feminismo e a transformação do papel das mulheres na sociedade (Lewis et al., 2017). Constituindo uma estratégia neoliberal de moldagem da subjetividade dos indivíduos (Gill & Scharff, 2011), o pós-feminismo coopta o vocabulário e os ideais feministas, revestindo-os de valores como o individualismo e a meritocracia, para obscurecer as desigualdades estruturais e limitar a transformação social (Dean, 2010). Pode, portanto, ser entendido como um “feminismo” reconfigurado (Gill & Orgad, 2016) ou desarticulado (McRobbie, 2009) que, por meio das narrativas midiáticas, conecta as mulheres com “um modo altamente conservador de empoderamento” (McRobbie, 2009, p. 27). Na prática, exalta o empoderamento feminino ao mesmo tempo que reafirma valores tradicionais para manter a hierarquia de gênero inalterada. Resulta, então, em um “feminismo” sombrio (Fraser, 2009), que mais enfraquece a causa do que contribui para ela. Por considerar e repudiar o feminismo, compõe um discurso dúvida – marcado pelo entrelaçamento

de conceitos contraditórios (McRobbie, 2009), como percebemos no discurso de Miriane Ferreira, que enaltece a independência financeira das mulheres ao mesmo tempo que apela para a necessidade “natural” que os homens têm de se sentirem provedores para serem bons maridos.

Como toda formação discursiva (Foucault, 2008), o pós-feminismo é marcado por regularidades de conceitos e enunciados que “representam no discurso as formações ideológicas” (Orlandi, 2000, p. 43). Regularidades essas que, com o propósito de atribuir rigor aos estudos sobre o fenômeno, foram agrupadas por Rosalind Gill (2007b) e, resumidamente, apresentamos aqui:

- a feminilidade vinculada à beleza e a um corpo sexy como fonte de poder para as mulheres;
- a ênfase no autodesenvolvimento e na transformação, que estabelecem o “eu” como um projeto que deve ser constantemente monitorado e aperfeiçoado para a obtenção do sucesso em qualquer área da vida;
- o foco no individualismo, na escolha e no empoderamento, responsáveis por popularizar os valores feministas sem a sua essência coletiva e política, manipulando-os em prol dos interesses neoliberais;
- a ênfase no consumismo, já que por estar a serviço dos interesses neoliberais, as aflições das minorias são resolvidas com o consumo de algum produto ou serviço;
- a mercantilização da diferença, que constitui “caminhos efetivos tanto para alcançar como criar uma comunidade particular de consumidores” (Banet-Weiser, 2007, p. 221) através da celebração do ‘Outro’;
- a substituição da objetificação das mulheres pela subjetificação, na qual, supostamente, a objetificação ocorre por “escolha” das próprias mulheres que conquistaram a liberdade sexual e “optam” por se representarem desta maneira;
- a hipersexualização da cultura, com a proliferação do discurso sobre sexo e sexualidade nos meios de comunicação;
- e o ressurgimento das ideias de diferença sexual natural, que obscurecem as desigualdades de gênero ao afirmá-las como oriundas de fatores biológicos, psicológicos ou mesmo astrofísicos.

3. Miriane e as regularidades discursivas pós-feministas

Miriane Ferreira é uma advogada brasileira que em setembro de 2021 iniciou no Instagram com um perfil que se propunha a responder dúvidas sobre Direito de Família. Tendo o público feminino como alvo, o interesse pela área veio quando Miriane trabalhou no núcleo de práticas jurídicas da faculdade em que estudava atendendo mulheres que, por falta de conhecimento e orientação, acabavam sendo patrimonialmente lesadas por seus maridos no momento do divórcio (Almeida, 2022). Com conteúdos que dosam situações polêmicas – como a do marido que colocou o imóvel no nome da irmã para não dividir com a esposa e, após o divórcio, sua irmã não devolveu, alegando que era dela ou a da seguidora que teve um filho com o sogro e queria garantir a herança da criança sem precisar contar a verdade para o marido – e respostas afiadas, a repercussão do perfil @dra.mirianeferreira foi tanta que levou a advogada a ser convidada para protagonizar um quadro no programa televisivo Faustão na Band. Além dos esclarecimentos legais, os conteúdos da advogada e *influencer* são pautados pela sua opinião pessoal em relação aos papéis de mulheres e homens na sociedade. Opiniões essas marcadas pelo entrelaçamento de conceitos contraditórios (McRobbie, 2009), já que enaltecem as conquistas das mulheres na sociedade ao defender que elas devem ser financeiramente independentes, ao mesmo tempo que defendem hierarquias de gênero convencionais, resgatando o tradicional estereótipo do homem provedor.

Com menos apelo à *sexualização da cultura* e à *subjetificação das mulheres* que, por terem forte ligação à liberdade sexual, conflitam com os referenciais religiosos expressos no discurso de Miriane, as demais regularidades enumeradas por Gill (2007b) são percebidas na narrativa da advogada. Nas

postagens realizadas em seu perfil no Instagram, a *feminilidade como uma propriedade corporal* é exaltada tanto na maneira muito bem cuidada como Miriane se apresenta – com cabelo, maquiagem e vestuário impecáveis – quanto no modo em que ela reverencia a aparência física e a autoimagem como uma fonte de poder para as mulheres. A *influencer* recorrentemente declara a aparência física como caminho para a autoestima e a autoconfiança, características essenciais para a mulher empoderada do pós-feminismo (Gill & Orgad, 2016).

A *ênfase no autodesenvolvimento e na transformação* também é peça fundamental no discurso de Miriane, tanto no aspecto físico como intelectual. Em seus conteúdos, a advogada passa a mensagem de que as mulheres devem fazer o que for preciso para se sentirem bem e alcançarem o sucesso. Procedimentos estéticos, *megahair* e a utilização de filtros na gravação dos *reels* são práticas que ela assume e incentiva entre suas seguidoras, inclusive ao promover *lives* com cirurgiões plásticos. O estímulo à formação acadêmica e profissional como forma de obter independência financeira também é apresentando reforçando o autodesenvolvimento como a solução para a desigualdade de gênero, recurso discursivo pós-feminista que – como aponta Gill (2007b) – afasta do debate as causas estruturais da desigualdade e coloca nas próprias mulheres a culpa e a responsabilidade por resolvê-la (Gill & Orgad, 2016).

O discurso de Miriane promove a ideia de que investir no seu desenvolvimento e fazer as escolhas certas bastam para superar a desigualdade de gênero, o que nos remete à regularidade pós-feminista central para a ideologia neoliberal: o *foco na individualidade, no empoderamento e na escolha*. Miriane não se cansa de enfatizar que é a mulher que tem que tomar uma atitude e fazer as decisões certas, como obter sua independência financeira e deixar o homem exercer o seu papel de provedor para ser um bom marido, reforçando a retórica neoliberal de poder de escolha e meritocracia.

O *consumismo* e a *mercantilização da diferença*, duas outras regularidades apontadas por Gill (2007b) como características da formação discursiva pós-feminista, também são percebidas no discurso de Miriane. O consumo de soluções como procedimentos estéticos, mencionado anteriormente, é aconselhado pela advogada para manutenção da autoconfiança. Já a *mercantilização da diferença* compõe a essência do seu negócio no Instagram. Ao comoditizar a causa feminista, a advogada cria um nicho de mercado específico para o Direito de Família, ofertando a partir daí, uma série de produtos comercializados por ela, como os cursos ‘Legalmente Poderosa’ e ‘Legalmente Digital’ – que se propõem, respectivamente, a ensinar as mulheres a se protegerem financeiramente em caso de divórcio e a ganharem dinheiro com a criação de uma imagem no ambiente digital – e ‘O Diário de Miriane’, uma espécie de grupo fechado no qual ela revela aspectos pessoais da sua vida.

No entanto, a regularidade que mais se destaca, principalmente quando a advogada argumenta sobre o papel do homem na sociedade, é o *ressurgimento das diferenças sexuais naturais*, que consiste na reafirmação de que mulheres e homens são, por natureza, essencialmente diferentes. Como mencionado na seção anterior, “durante um breve período nas décadas de 1970 e 1980, noções de igualdade masculina e feminina e a similaridade básica entre homens e mulheres tomaram conta da cultura popular” (Gill, 2007b, p. 158). Resultante das conquistas dos movimentos feministas, que abriram espaço para as mulheres no mercado de trabalho, essa similaridade influenciou novas configurações de parcerias heterossexuais e originou uma nova representação masculina nos meios de comunicação. O *novo homem* representado na mídia, como especifica Rosalind Gill (2007a) em sua análise sobre gênero nas revistas, era apresentado como parceiro, sensível e cuidadoso, mas ao mesmo tempo influente, narcisista, preocupado com moda e consumo, e “foi atacado por homens e mulheres como assexuado e não muito masculino” (Gill, 2007a, p. 265). Acusado de inautêntico por não se parecer com o que os homens realmente eram, o *novo homem* foi percebido por muitos como fruto do domínio hegemônico do feminismo e abriu espaço para o surgimento do *novo lad*, que “reafirmou uma versão de masculinidade libidinosa, poderosa e diferente da feminilidade” (Gill, 2007b, p. 158) apoiando-se no “crescente interesse na psicologia evolucionária e no desenvolvimento da ciência genética que prometiam localizar uma base genética para todas as características humanas” (Gill, 2007b, p. 158). Nesse contexto, também

proliferaram as literaturas de autoajuda como Os Homens são de Marte e As Mulheres são de Vênus, de John Gray, que localiza a diferença sexual como psicológica ao invés de apenas biológica, justificando – ou pelo menos dando a entender nas entrelinhas – que a igualdade pregada pelo feminismo não se encaixa com a diferença natural que rege homens e mulheres. A argumentação pautada em diferenças psicológicas é uma forma de imobilizar a desigualdade, porque a partir do momento que a psicologia “explica” a diferença entre mulheres e homens, afasta as questões de opressão do debate e a “diferença” é naturalizada como inevitável (Gill, 2007b).

Fruto do pós-feminismo, o *novo lad* resgata o estereótipo masculino tradicional que é reforçado no discurso de Miriane Ferreira ao afirmar que os homens precisam desempenhar o papel de provedor no relacionamento, caso contrário, buscarão exercer esse papel fora de casa, com outras mulheres. Com tal afirmação, Miriane deixa subentendido que a diferença entre os sexos é algo natural, universal, intrínseco ao gênero e independe das práticas sociais instituídas.

4. Estratégia metodológica

Os estudos de internet que em seus primórdios dividiam o mundo entre real e virtual, hoje já não consideram a internet apenas como objeto de investigação da cultura online, mas também uma fonte de dados para diagnóstico das condições sociais (Rogers, 2013). Assim, comentários espontâneos nas redes sociais, como os deixados pelos seguidores de Miriane Ferreira em suas postagens no Instagram, podem configurar um relevante *corpus* de pesquisa nos estudos de recepção, possibilitando a análise de como a audiência interage com a formação discursiva pós-feminista expressa no discurso da advogada.

A partir de uma perspectiva filosófica construcionista, que se materializa na conceitualização das *práticas do eu* de Foucault (1987) e na teorização de Hall (2006; 2003) sobre o processo de codificação/decodificação das mensagens – que vê o processo comunicativo como um circuito contínuo no qual o receptor desempenha um papel ativo na negociação de significados e, portanto, pode influenciar as formações discursivas que circulam na sociedade –, o estudo aqui apresentado foi orientado pelo seguinte problema de investigação: como o discurso pós-feminista de homem necessariamente provedor é recepcionado pelos seguidores da advogada Miriane Ferreira em seu perfil do Instagram? Eles consentem ou resistem ao estereótipo de provedor?

A estratégia de investigação empregada foi a Análise Crítica do Discurso (Machin & Mayr, 2010; Orlandi, 2000) contido nos comentários dos seguidores de Miriane Ferreira. A amostra foi definida a partir de um *reels* publicado pela advogada em 19 de dezembro de 2022. A seleção da postagem foi determinada por apresentar claramente o posicionamento de Miriane em relação ao papel dos homens na sociedade. A extensão Download Instagram, do Google, foi utilizada para extração do vídeo e sua transcrição realizada pelo aplicativo Cockatoo.com, como observamos a seguir:

Questão do seguidor: Ridículo esse seu papinho de homem provedor. Quem tem provedor é internet.

Resposta da advogada: Olha, essa é a minha opinião, mas eu respeito todas as outras. Mas é que para mim, a responsabilidade de prover a casa num casamento não deve ficar sobre a mulher. Essa responsabilidade tem que ser do homem. Por mais que a mulher ganhe mais do que seu marido, por mais que o dinheiro seja dos dois dentro de casa, a responsabilidade da provisão deve vir do homem. E isso tem mais a ver com responsabilidade do que com dinheiro propriamente dito, porque quando existe esta inversão de papéis, sabe o que eu vejo? Mesmo que subconscientemente, o homem se sente humilhado por não estar cumprindo um papel que é dele e acaba maltratando a sua esposa. Acabando com a autoestima dela, como se a culpa fosse dela. Quando na verdade, não é. Então, mesmo a pergunta tendo vindo

de um homem, mesmo sendo homem, se você quiser ir lá na minha bio e adquirir o meu treinamento Legalmente Poderosa, lá eu falo bastante sobre estes papéis e, também, sobre a expectativa da mulher em relação ao seu companheiro.

Já os comentários, objeto de análise desta investigação, foram extraídos a partir do aplicativo ExportComments.com, a 11 de outubro de 2023, garantindo a estabilidade do *corpus*. Para delimitação e viabilidade da análise, dos 3537 comentários não encadeados extraídos, foram selecionados todos que tinham a partir de cinco curtidas para compor o *corpus*, totalizando 155 comentários. A decisão de considerar apenas os comentários primários foi tomada porque por configurações de privacidade dos usuários do Instagram, a ferramenta utilizada para recolha só possibilita a extração dos comentários não privados. Logo, no encadeamento das conversas faltam partes dos diálogos, o que prejudica a interpretação da troca de mensagens.

Cada um dos comentários que compõem o *corpus* foi classificado de acordo com o gênero de seu autor. Tal classificação requereu um trabalho manual da analista de consultar o perfil dos usuários e identificar, pelo nome ou pela foto, se o mesmo era homem ou mulher. A flexão utilizada no texto também foi um indicativo para determinação do gênero. Perfis nos quais não fosse possível identificar o gênero do autor seriam classificados como ‘não identificado’. No entanto, na amostra coletada, foi possível identificar o gênero de todos os perfis.

A partir de uma abordagem interpretativa (Anderson, 2012), que busca os significados emergentes no texto, e tendo como marco teórico os estudos feministas de mídia, à luz da teorização sobre pós-feminismo de Rosalind Gill (2007b), a análise crítica dos textos coletados foi orientada pelas seguintes questões de pesquisa:

- A audiência percebe a contradição no discurso de gênero pós-feminista da advogada? Como?
- A audiência percebe o discurso de diferença sexual natural? Como?
- A audiência faz alguma relação entre o discurso de Miriane e o feminismo? Qual?
- A audiência percebe a articulação pós-feminista por traz do discurso da advogada que busca limitar a transformação social ao manter a hierarquia de gênero? Como?
- A audiência demonstra saber que os estereótipos de gênero são construções sociais? Como?
- A audiência de alguma forma legitima o papel do homem como provedor? Como?

Com os dados organizados em uma planilha de Excel, cada questão de investigação foi classificada, primeiramente, como sim ou não. Para as que apresentaram classificação sim, foi realizada uma leitura aprofundada a fim de interpretar o posicionamento do autor do comentário e extrair padrões emergentes em relação aos temas investigados. Durante esta leitura atenta, os comentários também foram categorizados de acordo com as posições de decodificação sugeridas por Hall (2006) em sua teoria da recepção: preferencial, negociada e contestatória. No entanto, ao longo da análise, identificou-se que mesmo as decodificações negociadas se posicionavam claramente a favor ou contra o discurso dominante de homem provedor da advogada, o que resultou em quatro posições de decodificação categorizadas conforme os critérios a seguir:

- Preferencial não negociada: comentários que concordam com o discurso da advogada sem acrescentar nenhuma informação e/ou somente reproduzindo suas ideias e palavras.
- Preferencial negociada: comentários que concordam com o papel de homem provedor, mas com condições ou limites, como quando o casal não tem filhos.
- Contestatória negociada: comentários que discordam do papel do homem provedor, mas o aceita em algumas situações, como quando o casal tem filhos ou quando as condições financeiras do ma-

rido são muito superiores a da esposa.

- Contestatória não negociada: comentários que discordam do homem provedor, em absoluto e/ou questionam as práticas sociais por trás desse estereótipo.

Durante a análise dos resultados, as quatro posições de decodificação identificadas foram reagrupadas em duas, consentimento e resistência, por verificar-se que a distinção para interpretação de alguns temas não representaria mais-valia para o objetivo da pesquisa. Os comentários que consentem com o estereótipo de homem necessariamente provedor resultaram das posições preferencial não negociada e negociada. Já os comentários que resistem a este estereótipo, resultaram das classificações contestatória negociada e não negociada. A nomenclatura utilizada no reagrupamento dos comentários nestas duas posições de decodificação teve como ponto de partida o trabalho de Hall (1998) que define a cultura popular como uma arena de consentimento e resistência à cultura dos poderosos e seu propósito condiz com o abordado na revisão de literatura quanto ao potencial da audiência de dar continuidade ao discurso dominante ou origem a novas ideologias. Após a realização da análise qualitativa dos dados, os padrões identificados foram quantificados, possibilitando, dessa maneira, a extração de algumas projeções estatísticas do conteúdo analisado.

5. Resultados

A análise crítica do discurso contido nos comentários dos seguidores de Miriane Ferreira conduzida nesta investigação nos possibilitou identificar como que o discurso pós-feminista da advogada e *influencer* é recepcionado pela sua audiência. Dos 155 comentários analisados, 55% consentem com o discurso dominante de homem provedor. Desses, 91% foram emitidos por mulheres que, em 95% dos casos, apresentaram uma posição de decodificação preferencial não negociada, ou seja, que apenas reproduzem e/ou apoiam do discurso dominante. Esta mesma posição de decodificação foi identificada na totalidade de comentários de consentimento emitidos por homens. O que significa que dos 85 comentários classificados como de consentimento, 81 concordam com o discurso de homem necessariamente provedor sem apresentar nenhuma negociação de sentido.

Já entre os 45% de comentários reconhecidos como de resistência ao discurso de homem provedor, 47% foram emitidos por mulheres e 53% por homens, demonstrando um maior equilíbrio entre os gêneros nesta posição de decodificação. Tanto homens (76%) quanto mulheres (94%) contestaram a afirmação de homem provedor, maioritariamente, dentro da posição de decodificação identificada nesta investigação como não negociada. Os comentários identificados como contestatórios negociados apresentaram as questões financeiras, a liberdade de o casal combinar a melhor divisão de papéis para ambos (poder de escolha, o que não deixa de ser uma regularidade neoliberal) e a maneira como a família se estrutura (se com filhos ou não) como fatores condicionantes para o papel do homem como provedor, como vemos nos exemplos: “Eu não consigo ser o provedor. Aqui é parceria em tudo. Nas finanças, na educação das filhas, na limpeza da casa”; “Se o cara deixa todo o trabalho doméstico pra mulher, superconcordo. Pôrém se ambos dividem as atividades domésticas, não tem pq [sic] não dividirem as contas” e “Depende muito de cada situação... principalmente se não houver filhos”.

O entrelaçamento de conceitos contraditórios presente na fala da advogada foi percebido apenas entre o que contestam o discurso de homem provedor. A contradição no discurso pós-feminista de Miriane Ferreira foi identificada em 26% dos comentários realizados por mulheres e em 35% dos comentários realizados por homens dentro da categoria “comentários de resistência”. As demonstrações dessa percepção puderam ser notadas em frases como: “Kkk o curso é de mulheres poderosas, mas nem tanto, né?”, “Quando apenas o homem é provedor, a mulher vira eterna refém dele. Além de ir contra ao que várias vezes a própria doutora prega, de que a mulher deve buscar o seu sustento”; “Essa é a opinião

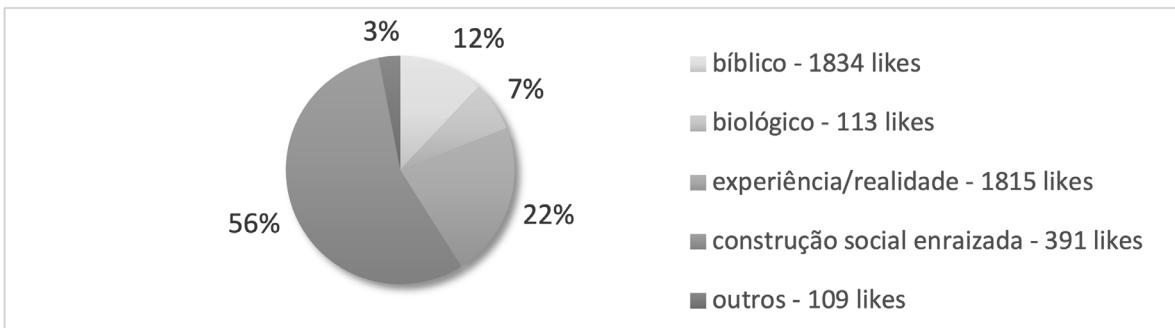
dela que eu não consigo concordar, pq [sic] simplesmente não faz sentido” e “Mas no frigir dos ovos vai contra tudo o que a senhora mesma prega em relação aos homens se responsabilizarem pela parte que cabe a eles nas tarefas da casa”.

Quanto a perceber a articulação pós-feminista por trás do discurso da advogada, que busca limitar a transformação social reforçando a hierarquia patriarcal de gênero, também não foi evidenciada entre os que consentem com o posicionamento da advogada em relação ao papel provedor do homem. Mesmo entre os que resistem a essa afirmação, somente 6% dos comentários emitidos por mulheres e 14% dos comentários emitidos por homens demonstraram percebê-la. Tal percepção foi demonstrada em comentários como: “Essa ideia é péssima e reforça toda a estrutura patriarcal que devemos desconstruir na nossa sociedade”; “Não, isso é machismo enraizado... com isso se perpetua vários abusos sobre o corpo feminino, incluindo o de posse”; “A socialização que diz que o homem deve ser provedor é a mesma que coloca mulheres em situação de vulnerabilidade pela qual elas chegam até aqui [no Instagram da advogada] pedindo ajuda e orientação”; “Esse tipo de comentário acaba sendo um desserviço, pois pode ser usado de argumento de manutenção da ‘dona do lar’ e da desigualdade salarial”; “Esta distinção reforça ainda mais o machismo, a inferiorização da mulher e o sexismo”; “Esse tipo de ideia é que faz reforçar a percepção [de] que o homem é detentor de poder no lar” e “O opressor não seria tão forte se não tivesse cúmplices entre os próprios oprimidos. O machismo nunca terá fim com a perpetuação de pensamentos como esses”.

Alguns destes comentários também identificam a consciência demonstrada por parte dos seguidores em relação aos estereótipos de gênero serem resultado de construções sociais. Mais uma vez, entre os comentários que consentem com o discurso dominante, não foi identificada nenhuma referência a isso. Já entre os que discordam do papel do homem como necessariamente provedor, observou-se que 29% dos comentários emitidos por mulheres e 35% dos comentários emitidos por homens demonstram essa consciência, o que pode ser evidenciado nos exemplos: “Doutora, isso é reforço de estereótipos sexuais”; “O q[ue] seria inversão de papéis? Quer dizer q[ue] homens e mulheres tem [sic] um papel específico e imutável dentro da sociedade?”; “O homem se sente humilhado por não cumprir um papel que foi imposto sobre ele sem motivo algum”; “Não, não. Esse tema é muito mais complexo que isso! Até porque a frustração masculina de prover ocorre em reação a uma estrutura social fundamentada no patriarcalismo [sic]”; “Homem provedor é parte de uma construção machista patriarcal de pensar as relações. Reforçar isso é um equívoco e traz prejuízos pra sociedade como um todo” e “Que tal começarmos a trabalhar nos futuros homens que, para ele[s] se sentir[rem] homens, não precisa[m] estar superior[es] a ninguém?”.

O discurso de diferença sexual natural da advogada que defende a função de provedor como sendo uma necessidade intrínseca ao gênero masculino é percebida por 35% das mulheres e 51% dos homens que apresentam comentários que resistem a tal afirmação. No geral, eles apontam esse discurso como antigo, retrógrado e machista, como percebido nos comentários: “Esse negócio de dizer que só homem pode ser [provedor] é muito surreal. Aqui provemos igual. Evoluímos juntos e cada um tem sua vida financeira preservada. Coisa de mil e quinhentos esse negócio de que homem tem [que] prover...”; “Acho machista isso de homem provedor. A ideia de prover dá ideia de poder também. Resumindo, o homem sempre vai dar uma desculpa para maltratar a mulher” e “Acho que tanto o homem quanto a mulher tem o seu papel como provedor(a) e/ou como dono de casa. E não é pra marmanjo ficar envergonhado por ganhar menos ou ser dependente”.

Em 60 dos 85 comentários que consentem com o discurso da advogada, foi possível identificar temas prioritários que legitimam o papel provedor do homem como uma diferença sexual natural (gráfico 1).



Fonte: autor

Em 12% desses comentários, o conhecimento religioso foi o argumento utilizado para tal legitimação, como expresso em: “Sempre foi responsabilidade do homem, é uma ordem de Deus”; “Gente do céu, está na Bíblia! Se ler a Bíblia vai achar lá que o homem que tem que prover o lar! No Alcorão também tem, e é o mesmo, o homem é o provedor do seu lar!” e “Eu acredito no que está na Bíblia. A mulher tem papel de administradora e o marido de provedor.” Além disso, os comentários que legitimam a diferença entre homens e mulheres através da religião obtiveram 1834 curtidas, mostrando que apesar de não ser a justificativa que mais aparece nos comentários, foi a que obteve um maior número de *likes* por parte da audiência da advogada.

Já fatores biológicos, nomeadamente, a gestação e a amamentação, foram citados em 7% dos comentários que legitimam a diferença sexual natural, o que pode ser constatado em declarações como: “A mulher vai parir, vai ficar presa em amamentação, ainda terá dificuldade de voltar ao mercado de trabalho...”; “A questão é que a própria natureza já sobrecarrega a mulher de responsabilidades. A questão de ser provedor eu acredito que é a única forma de equilibrar os sacrifícios, sabe? Poxa, carregar, parir, amamentar meses ou anos, NÃO É FÁCIL, é cansativo e esgotante!” e “Homem não amamenta. Homem não gesta por nove meses sem conseguir caminhar direito”. Os comentários que legitimam a diferença sexual como biológica receberam 113 curtidas.

Um outro fator identificado na análise para justificar a diferença natural entre homens e mulheres foi o conhecimento empírico. Cerca de 22% dos comentários analisados alegam que o papel necessariamente provedor defendido pela advogada é verdadeiro porque viveram ou conhecem alguém que vive/viveu essa experiência, como podemos observar nos exemplos a seguir:

Você está certa. Eu vivi isso. Eu era a provedora e meu ex-marido se sentia diminuído e começou a me maltratar muito, me acusar de traição e encher a cabeça [d]e desconfianças completamente fantasiosas. Sofri demais. Me separei porque não suportei.”

Eu não concordaria há alguns anos. Mas teve um relacionamento que me fez mudar de ideia. Eu era provedora e no início foi tudo tranquilo. Eu ganhava superbem, com os meses o cara começou a apresentar baixa autoestima e tantas paranoias que começou até a ME prejudicar, inclusive na frente das pessoas. Ele entrou em depressão e eu só chorava tbm [sic]. Parei de gostar dele. Detalhe que no relacionamento anterior o provedor era ele com a ex.

O homem que ganha menos tem BAIXA AUTOESTIMA... Sofre uma AUTO-HUMILHAÇÃO e eu não sei porque isso acontece! Conheço vários casos.

O que eu vejo em todos os casamentos que a mulher assume papel de provedora é [sic] maridos acomodados que geralmente não ficam muito tempo no mesmo emprego e mulheres que viram mães dos maridos, sobrecarregadas com o trabalho dentro e fora de casa e na maioria das vezes a mulher está mais velha e mal cuidada, estressada, cansada e sobrecarregada enquanto o marido continua bonitão e jovem.

Os comentários que apelam para a experiência pessoal ou observada tiveram 1815 curtidas, o que demonstra que muitos seguidores da advogada concordam com este posicionamento.

Uma percentagem menor, 3% dos comentários, legitimaram com motivos diversos a diferença sexual natural, tais como fatores psicológicos ou filosofias orientais que replicam esse modelo. É o que podemos evidenciar no comentário: “Existem apenas duas cadeiras em uma relação: Yin e Yang! Para quem não entendeu, pesquisem e depois interpretem o que ela disse. E sim, ela tem toda razão!!!”. Tais comentários obtiveram um total de 109 curtidas.

No entanto, a maioria dos argumentos utilizados pelos seguidores para legitimar a diferença sexual natural são oriundos de conhecimento de senso comum, ou seja, ideias que são normalizadas na sociedade e se constituem como práticas do sociais – ou *práticas do eu*, como teorizado por Foucault (1987) – observadas em expressões como ‘macho alpha’, ‘questão de honra’, homem com H maiúsculo’ e na insistência em se falar da ‘inversão de papéis’, como se a função de mulheres e homens na sociedade fosse fixa. Tal fenômeno foi percebido em 56% dos comentários e pode ser evidenciada nos exemplos: “Quando o homem é homem de verdade, ele se sente humilhado. Quando é moleque, se aproveita da situação e se acomoda. O problema hoje é a inversão de valores. Ninguém mais sabe que papel exerce dentro de uma relação”; “Engraçado que isso antigamente era uma questão de HONRA PARA HOMEM, hoje em dia os homens ‘frágeis’ acham isso extorsão. Ah, me poupe”; “O homem que se preza tem que ser o macho alfa sim... independente [sic] de quem ganha mais ou não” e “Acho broxante um homem não ser o provedor do seu lar. Nada como um Homem de verdade com H maiúsculo”. Tais comentários, apesar de aparecerem em maior quantidade, não são tão aplaudidos pela audiência de seguidores da advogada e contam com 391 curtidas.

Também foi observado na análise dos textos que a homossexualidade é utilizada como argumento tanto em comentários que contestam a diferença sexual natural (“E os casais gays? Papo besta. Se casais do mesmo sexo conseguem viver sem esses papéis, héteros também conseguem”), quanto em comentários que concordam com a diferença sexual natural: “É exatamente assim. A psicanálise, a constelação familiar, além de outras filosofias orientais já diziam isso. O homem tem que está [sic] no Polo Yang e a mulher no Yin. Mesmo em relações homossexuais. Deve haver um parceiro na polarização yin e o outro no yang para a relação dar certo.”

Por fim, quando analisamos se a audiência associa o discurso pós-feminista de Miriane ao feminismo, constatamos que os seguidores que apresentam comentários que consentem com o discurso de gênero da advogada, tendem a não associá-lo ao feminismo e, inclusive, culpam o feminismo pela inversão de papéis, como podemos observar nos comentários: “O feminismo que me perdoe (e pode rasgar a minha carteirinha de feminista), mas só quem já foi provedora da casa sendo casada, entende bem”; “Engraçado que os homens só defendem aquilo que os beneficia, até usam o feminismo a favor deles quando o assunto é dividir conta e ter direitos iguais”; “Este lance de dividir as tarefas ainda é só discurso de feministas e milenials, na vida real ainda não vi”; “Infelizmente foi o próprio feminismo que distorceu esses papéis, criou uma geração de príncipes e não ajudou em nada a mulher” e

Certíssima! Senão, acontece o que temos visto. Mulher fazendo papel de homem e homem fazendo papel de mulher. Isso faz o homem perder a admiração pela mulher porque ela fica medindo força com ele. O movimento é do homem. Mas as feministas não estão preparadas para esta conversa.

Já entre os seguidores que resistem ao discurso de gênero da advogada, encontramos três cenários distintos. O primeiro é marcado por comentários que associam o discurso de Miriane ao feminismo e se mostram antifeministas, como nos exemplos: “É um pensamento feminista e desatualizado com a sociedade atual.” e “O Feminismo não pode ser seletivo. Por isso a causa não é levada a sério.” O segundo é formado pelos comentários que percebem a contradição no discurso da advogada e, por considerá-la feminista, descredibilizam o feminismo: “Ué? Onde é que tá o empoderamento nisso?” e “É o típico empoderamento de conveniência. Tipo, luto contra o patriarcado, mas quero manter a parte dele que me convém”. No terceiro cenário, os seguidores não veem a Miriane como feminista e em geral defendem a causa, como observamos em: “Claro que uma mulher feminista não vai se casar com um homem que enxerga os valores da vida como é dito por você” e “Seu conteúdo é, no geral, muito interessante. Mas esse discurso hétero normativo [sic] e patriarcal em pleno 2022 é duro, né?”.

6. Considerações finais

Como abordado na revisão de literatura (Foucault, 1987; Hall, 2006; Orlandi, 2000), o discurso dominante tende a ter mais visibilidade e, consequentemente, mais impacto na constituição da subjetividade dos indivíduos, ditando as práticas sociais e perpetuando o *status quo*. No entanto, o papel ativo dos indivíduos na decodificação e retransmissão da mensagem pode influenciar as formações discursivas que circulam na cultura e estimular a transformação social, mesmo que esse seja um processo árduo devido a permeabilidade do discurso hegemônico. Na investigação aqui apresentada, observamos que o discurso hegemônico pós-feminista propagado pela advogada e *influencer* Miriane Ferreira em seu perfil no Instagram foi aceito e reproduzido pela maioria dos seguidores que interagiram com a postagem analisada através de comentários (55%) e curtidas (8862). No entanto, o percentual não chega a ser alarmante, já que os comentários que resistem à ideologia pós-feminista da advogada constituem 45% da amostra e totalizam 8602 curtidas, o que demonstra até um considerável equilíbrio entre as ideologias hegemônica e contra-hegemônica.

Termos identificado um percentual muito maior de mulheres (91%) que consentem com o discurso pós-feminista de homem necessariamente provedor pode indicar uma limitação do estudo devido ao fato de o perfil @dra.mirianeferreira ser direcionado ao público feminino e o tema analisado estar diretamente ligado ao papel do homem na sociedade. No entanto, o equilíbrio observado entre homens (53%) e mulheres (47%) que contestam o discurso pós-feminista de homem provedor pode ser considerado como indicador da literacia da audiência em relação às dinâmicas discursivas e ideológicas que circulam na cultura. Literacia essa mais identificada nos comentários de resistência de autoria masculina, que mais comumente expressaram perceber a articulação conduzida pelo discurso pós-feminista – que perpetua o machismo através da cooptação dos valores feministas – e as regularidades que caracterizam essa formação discursiva, como o entrelaçamento de conceitos contraditórios e a reafirmação da diferença sexual natural.

Respondendo ao nosso problema de pesquisa, o discurso pós-feminista de homem necessariamente provedor de Miriane Ferreira é aceito pela maioria dos seguidores (55%) que interagiram através de comentários na publicação analisada. A regularidade discursiva que reforça a diferença sexual como natural, inclusive, é legitimada por parte destes comentários que a justificam através da religião, da biologia, de filosofias orientais, da psicologia, do conhecimento empírico e dos conhecimentos de senso comum, fruto das construções sociais enraizadas em sua subjetividade. Percebemos nesse público a

efetivação do processo de constituição das *práticas do eu* e a criação de um ciclo de consentimento no processo comunicativo que se completa reforçando a ideologia dominante, uma vez que dos 85 comentários, apenas quatro (4,7%) demonstram alguma abertura para negociação de significados.

Já entre os 70 comentários que se mostraram contra-hegemônicos – discordando do discurso de homem necessariamente provedor da advogada – foi identificada uma possibilidade de negociação em 11 comentários (15,7%). Tal observação nos leva a entender que entre os autores de comentários de resistência há uma maior tendência a negociação de significados e uma maior abertura a mudar de posição. Considerando a análise como um todo, podemos reafirmar, então, o discurso dominante como mais forte e pervasivo tanto na quantidade de adeptos atuais (comentários e curtidas) quanto de possíveis novos adeptos (seguidores que possam negociar sentidos e considerar a ideologia hegemônica).

Referências Bibliográficas:

- Almeida, M. (24 de outubro de 2022). Miriane Ferreira, a advogada influencer que alerta mulheres sobre direitos no casamento. *Exame Invest*. <https://exame.com/invest/minhas-financas/miriane-ferreira-advogada-influencer-alerta-mulheres-direitos-casamento/>
- Anderson, J. A. (2012). *Media research methods: Understanding metric and interpretative approaches*. Sage.
- Baeta, A. D. (2021). Língua(gem)-discurso-ideologia: O pós-feminismo e a limitação da justiça social. Em M. J. Neto, *Língua(gem) e justiça social: Saberes, práticas e paradigmas* (pp. 137-157). Tutoia: Diálogos. <https://doi.org/10.52788/9786589932253.1-7>
- Banet-Weiser, S. (2007). What's your flava? Race and postfeminism in media culture. Em Y. Tasker, & D. Negra, *Interrogating postfeminism: Gender and politics of popular culture* (pp. 201-226). Duke University Press.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular feminism and popula misogyny*. Duke University Press.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2004). *A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento*. Vozes.
- Boltanski, L., & Chiapello, È. (2009). *O novo espírito do capitalismo*. Martins Fontes.
- Dean, J. (2010). Feminism in the papers: Contested feminisms in the British quality press. *Feminist Media Studies*, 10(4), 391-407. <https://doi.org/10.1080/14680777.2010.514112>
- Foucault, M. (1987). The ethic of care for the self as a practice of freedom: An interview with Michel Foucault on January 20, 1984. Raúl Fornet-Batancourt, Helmut Becker, Alfredo Gomez-Müller and J.D. Gauthier. *Philosophy & Social Criticism*, 12, 112-131. <https://doi.org/10.1177/019145378701200202>
- Foucault, M. (2008). *A arqueologia do saber*. Forense Universitária.
- Fraser, N. (2009). O feminismo, o capitalismo e a astúcia da história. *Mediações*, 14(2), 11-33. <https://doi.org/10.5433/2176-6665.2009v14n2p11>
- Fuchs, C. (2008). *Internet and society: Social theory in the internet age*. Routledge.
- Gallagher, M. (2013). Media and the representation of gender. In C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin, *The routledge companion to media and gender* (pp. 42-50). Routledge.
- Gerbner, G. (1978). The dynamics of cultural resistance. Em G. Tuchman, A. K. Daniels, & J. Benét, *Hearth and home: Images of women in the mass media* (pp. 46-50). Oxford University Press.
- Gill, R. (2007a). *Gender and the media*. Polity Press.
- Gill, R. (2007b). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R., & Orgad, S. (2016). The confidence cult(ure). *Australian Feminist Studies*, 30(86), 324-344. <https://doi.org/10.1081/08164649.2016.1148001>

- Gill, R., & Scharff, C. (2011). *New femininities: Postfeminism, neoliberalism and subjectivity*. Palgrave Macmillan.
- Hall, S. (1998). Notes on deconstructing “the popular”. Em J. Storey, *Cultural theory and popular culture: A reader* (pp. 442-453). Pearson.
- Hall, S. (2003). Reflexões sobre o modelo de codificação/decodificação: Uma entrevista com Stuart Hall. Em L. S. (Org.), *Da diáspora: Identidades e mediações culturais* (pp. 353-386). UFMG.
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP&A.
- Hall, S. (2006). Encoding/decoding. Em M. G. Durham, & D. M. Kellner, *Media and cultural studies keywords* (pp. 163-173). Blackwell.
- Lewis, P., Bensope, Y., & Simpson, R. (2017). Postfeminism, gender and organization. *Gender, Work and Organization*, 24(3), 231-225 . <https://doi.org/10.1111/gwao.12175>
- Machin, D., & Mayr, A. (2010). *How to do critical discourse analysis: A multimodal introduction*. Sage.
- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: Gender, culture and social change*. Sage.
- Orlandi, E. P. (2000). *Análise de discurso: Princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods*. MIT Press.
- Tasker, Y., & Negra, D. (2007). *Interrogating postfeminism: Gender and the politics of popular culture*. Duke University Press.