

Bruxas em Tempos de Capitalismo Neoliberal

Martha Júlia Martins¹  0000-0003-1547-827X

¹Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil. 80060-150 –
secretaria.delem@gmail.com



Resumo: O presente trabalho analisa a mudança discursiva em torno da figura da bruxa, buscando na materialidade textual de perfis públicos de Instagram como mulheres reivindicam essa identidade. A resignificação da figura da bruxa é um reflexo da mudança discursiva que surge com o “novo espírito do capitalismo”, que tomou para si a missão de impor uma lógica higienizada do feminismo, mas que só perpetua as dominações de raça, classe e gênero. Parte-se do entendimento de que a caça às bruxas encarnava um modelo violento e misógino de disciplinamento coletivo de mulheres e que só a partir do século XIX começa a arrefecer, com o início de um processo de recuperação e resgate da identidade da bruxa histórica como vítima de um sistema de opressão.

Palavras-chave: Instagram; bruxa; feminismo; neoliberalismo; capitalismo.

Witches in Neoliberal Capitalist Times

Abstract: This paper analyzes the discursive change surrounding the figure of the witch by examining the textual materiality of public Instagram profiles how women claim this identity. The resignification of the witch's figure reflects the discursive change that emerges with the “new spirit of capitalism”, which has taken upon itself the mission of imposing a sanitized logic of feminism while perpetuating dominations of race, class, and gender. It is understood that the witch hunts embodied a violent and misogynistic model of collective discipline of women and only began to subside from the 19th century onwards as a process of recovery and rescue of the figure of the historical witch as a victim of a system of oppression.

Keywords: Instagram; witch; feminism; neoliberalism; capitalism.

Brujas en Tiempos de Capitalismo Neoliberal

Resumen: Este trabajo analiza el cambio discursivo en torno a la figura de la bruja, explorando la materialidad textual de perfiles públicos de Instagram donde las mujeres reclaman para sí esta identidad. La resignificación de la imagen de la bruja es un reflejo del cambio discursivo que emerge con el “nuevo espíritu del capitalismo” que se ha arrogado la misión de imponer una lógica higienizada del feminismo, pero que solo perpetúa las dominaciones de raza, clase y género. Se parte del entendimiento de que la caza de brujas encarnaba un modelo violento y misógino de disciplinamiento colectivo de las mujeres y que solo a partir del siglo XIX comienza a atenuarse con el inicio de un proceso de recuperación y rescate de la identidad histórica de la bruja como víctimas de un sistema de opresión.

Palabras clave: Instagram; bruja; feminismo; neoliberalismo; capitalismo.

Considerações iniciais

O mito da bruxa coincide com o surgimento da imprensa na Europa, o que acabou sendo primordial para a divulgação de informações e imagens das mulheres acusadas de bruxaria via panfletos e sermões (Mona Chollet, 2022). Não parece ser coincidência, também, que quando os índices populacionais decresceram na Europa, no mesmo período, uma intensa ideologia a favor do trabalho, especialmente o urbano e fabril, instalou-se, levando a severas sanções contra mulheres que atentassem contra a reprodução feminina e a desestabilização

da família nuclear heteroparental, pois a ideologia corrente entendia que quanto mais súditos o rei tivesse, mais rica era a nação, logo, casamentos heteronormativos e incentivos à natalidade não tardaram a acontecer. Não demorou muito, também, para que as mulheres que não se unissem ao esforço de servir ao capital – por meio do trabalho e da reprodução – fossem associadas à bruxaria (Silvia Federici, 2017).

Durante a caça às bruxas, entre os séculos XV e XVII, mulheres eram queimadas vivas por motivos torpes. Maridos usavam o clima de perseguição para se livrarem de suas esposas ou amantes indesejadas; homens influentes acusavam as esposas de seus inimigos políticos de bruxaria, pois era mais fácil se livrar das mulheres e desestabilizar os seus opositores; cabelos brancos, envelhecimento, experiência e a autoconfiança das mulheres também eram motivos que levavam à fogueira. Faltar à missa com frequência ou nunca faltar à missa figuravam entre os motivos plausíveis para acusar alguém de bruxaria. Se, ao ser jogada no rio, a acusada de bruxaria boiasse e vivesse, seria considerada culpada (Chollet, 2022).

A caça às bruxas só começa a declinar a partir do século XVIII (Jeffrey Russel; Brooks Alexander, 2019), mas o estigma de bruxa segue como estereótipo comum, associado a mulheres até os dias de hoje; foi o que mostrou o relatório da rede-observatório de Direitos Humanos e Bruxaria ligada à ONU (The Witchcraft & Human Rights Information Network – WHRIN) (Conselho de Direitos Humanos da ONU, 2021), que apontou as inúmeras violações de direitos humanos e identificou uma série de abusos contra mulheres (mutilação, espancamento etc.) acusadas de bruxaria. Em 2021, uma resolução histórica do Conselho de Direitos Humanos da ONU (HRC/RES/47/8, 2021), pedia pela eliminação de práticas criminosas contra mulheres e demais pessoas acusadas de bruxaria e rituais, com base nos princípios da igualdade e não discriminação. “Calcula-se que inúmeras mulheres sofrem violência e que haja subnotificação dos casos. Os crimes acontecem em escala global, com maior prevalência em países como Índia, Nigéria, Zimbabué e África do Sul” (Amanda Scatolini, 2022).

O objetivo do presente artigo consiste em analisar os discursos mobilizados nos perfis públicos de Instagram de mulheres que se autodenominam bruxas – bruxas do campo, bruxas naturais, bruxas verdes, bruxas literárias, bruxas tarólogas, bruxas wicca e bruxas artistas – com o intuito de compreender como mulheres de hoje, chamadas, aqui na pesquisa, de bruxas *influencers*, se autorrepresentam enquanto bruxas ou praticantes de bruxaria. Pretende-se, aqui, responder às seguintes perguntas: 1) como os atores sociais são representados na linguagem dos posts analisados, em outras palavras, como as bruxas *influencers* se autorrepresentam? 2) como os discursos verbais ajudam a compor a representação discursiva dessas mulheres? e 3) quais sentidos e significados estão por trás dessas representações, ou seja, o que o resultado da análise revela sobre a autorrepresentação destas bruxas?

As seções a seguir trazem o percurso metodológico dessa pesquisa, o arcabouço teórico, a análise dos dados e algumas considerações finais sobre o presente recorte.

Percurso metodológico: dados, discurso e bruxaria

Este trabalho é uma pesquisa qualitativa que está situada no campo dos Estudos Críticos do Discurso Feminista e nos Estudos de Gênero e Sexualidade contemporâneos. Os dados gerados para esse recorte são oriundos de busca simples no Instagram, de postagens públicas, a partir do uso das palavras bruxa, bruxaria, maga, feiticeira. O critério inicial de escolha foi perfis de mulheres brasileiras que tivessem um mínimo de 100 (cem) mil seguidores com postagens sobre bruxas, bruxaria, magia. Foram selecionados 8 (oito) perfis de mulheres que se autoidentificam como bruxas e que explicitam isso na minibiografia do Instagram (Bio do Instagram, como é conhecida) ou no próprio nome do perfil para compor a macroanálise que visa compreender as bruxas *influencers* no Instagram como prática discursiva.

Dada a impossibilidade de escrever sobre todos os perfis no presente artigo, foi escolhido, para exemplificação e confecção deste trabalho escrito, apenas o perfil @quintaldejurema para a microanálise. O fato de a bruxa deste perfil aparentar ser a mais velha entre todas as outras bruxas dos outros perfis foi o critério empregado, pois, além de ter cabelos brancos, tem traços maduros; historicamente, mulheres idosas foram perseguidas e associadas à bruxaria e ainda hoje os traços do envelhecimento feminino – fomentado por discursos etaristas e preconceituosos presentes em nossa sociedade – servem para estigmatizar, aprisionar e hierarquizar mulheres. Fora isso, entende-se, aqui, que uma mulher madura, produtora de conteúdo digital, é por si só fenômeno de destaque, pois, de acordo com pesquisa recente sobre o perfil dos produtores de conteúdo brasileiros, a idade dos *digital influencers*, em sua maioria, vai dos 27 aos 46 anos (Wake, 2025). Desse modo, ao escolher o perfil selecionado, a pesquisadora visou homenagear mulheres maduras produtoras de conteúdo.

A análise foi dividida em dois estágios: a macroanálise ou a análise das práticas socioculturais como um todo, pensando em instituições, relações de poder, contexto institucional e a observação de outras bruxas *influencers*. No caso específico da bruxa do perfil @quintaldejurema, foram

analisadas as postagens feitas nos meses de janeiro, outubro e dezembro, pois são meses que coincidem com festas comemorativas importantes nos calendários judaico-cristão ou pagão. Em janeiro, por exemplo, a festa em homenagem a Befana, a deusa anciã, é comemorada no paganismo. Em dezembro, são comemorados o Natal, no calendário cristão, e o Yule, no pagão. As postagens que ganharam destaque na análise versam sobre: 1. questões mercadológicas (venda de produtos, serviços, cursos); 2. ensinamentos tradicionais (receitas, amuletos, simpatias); 3. anúncio ou explicação de datas comemorativas, especialmente as datas mais simbólicas na bruxaria, como o Yule, Natal, Solstício de Inverno, Samhain, Halloween, Dia de Finados, Equinócio de Outono; 4) fala de si, fala sobre o que é ser bruxa ou o que é a bruxaria.

Em termos de microanálise, olha-se para questões de texto e descrição linguística em nível detalhado e que servirão de exemplificação, aqui, na seção de análise a partir do perfil @quintaldejurema, conforme já mencionado. Para a microanálise, foram selecionadas apenas as postagens referentes ao mês de outubro de 2023, especialmente as postagens que dizem respeito a fala de si, o que é bruxaria, o que é ser bruxa e afins, e a análise da linguagem verbal será feita com base nos critérios sócio-semânticos criados por Theo van Leeuwen (2003).

Os comentários dos seguidores nas postagens não foram analisados nesta pesquisa, uma vez que o seu foco é o teor da postagem, ou seja, a forma como o conteúdo da postagem se relaciona à representação da mulher que se autodenomina bruxa. Embora haja um grande apelo imagético nas postagens, somado colaborativamente com o conteúdo do que está sendo dito verbalmente no *post*, as imagens não foram analisadas.

Mulheres que se autodenominem cartomantes, benzedeadas, parteiras – atividades geralmente atribuídas a bruxas nas Idades Média e Moderna –, mas que não se autodenominam bruxa, foram excluídas. Mulheres que se autodenominavam bruxas combinadas com outras profissões foram incluídas na pesquisa. Assim, perfis de mulheres que se autodenominavam bruxa e taróloga, bruxa e bióloga, por exemplo, foram analisados em termos macro. Foram excluídos, também, perfis de empresas – empresas de velas, de essências, de roupas –, embora mulheres empreendedoras não foram excluídas, pois o foco da pesquisa é mulheres que se autodenominam bruxas, magas, feiticeiras, não importando se elas são empreendedoras ou não.

Os perfis abaixo foram analisados em termos macro.

Quadro 1 – Bruxa influencer: macroanálise

Perfil	Seguidores	Link de acesso
@artemisiabruxa	117 mil	https://www.instagram.com/artemisiabruxa/
@bruxadocampo	154 mil	https://www.instagram.com/bruxadocampo/
@devaneiodabruxa	320 mil	https://www.instagram.com/devaneiodabruxa/
@diariodabruxa	610 mil	https://www.instagram.com/diariodabruxa/
@grimoriumdabruxa	206 mil	https://www.instagram.com/grimoriumdabruxa/
@magiacommaos	124 mil	https://www.instagram.com/devaneiodabruxa/
@quintaldejurema	165 mil	https://www.instagram.com/quintaldejurema/
@temperodebruxa	186 mil	https://www.instagram.com/temperodebruxa/

Fonte: Quadro elaborado pela própria pesquisadora a partir de consultas aos perfis públicos entre 2023 e 2024.

#PraTodoMundoVer O quadro possui três colunas e sete linhas. Na primeira coluna aparecem sete perfis, na segunda coluna aparece a quantidade de seguidores e na terceira coluna há o link para acessar cada um dos perfis mencionados. O perfil @artemisiabruxa conta com 117 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/artemisiabruxa/>. O perfil @bruxadocampo conta com 154 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/bruxadocampo/>. O perfil @devaneiodabruxa conta com 320 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/devaneiodabruxa/>. O perfil @diariodabruxa conta com 610 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/diariodabruxa/>. O perfil @grimoriumdabruxa conta com 106 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/grimoriumdabruxa/>. O perfil @magiacommaos conta com 124 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/devaneiodabruxa/>. O perfil @quintaldejurema conta com 165 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/quintaldejurema/>. O perfil @temperodebruxa conta com 186 mil seguidores e o link de acesso é <https://www.instagram.com/temperodebruxa/>.

Quadro 2 – Bruxa influencer: microanálise

Perfil	Posts out. 2023	Links
Quintal da Jurema	5	https://www.instagram.com/p/Cx-u9EnAbQz/ https://www.instagram.com/p/CydwxpPgklb/ https://www.instagram.com/p/CyiagiYtjDw/ https://www.instagram.com/p/CyIPB4sAnCQ/ https://www.instagram.com/p/CzEE2AcAMiM/

Fonte: Quadro elaborado pela própria pesquisadora a partir das postagens públicas.

#PraTodoMundoVer O quadro possui três colunas e uma linha. A primeira coluna apresenta o perfil, Quintal da Jurema. A segunda coluna apresenta a quantidade de posts em outubro de 2023, que são 5. A terceira coluna apresenta os links de acesso ao perfil, que são <https://www.instagram.com/p/Cx-u9EnAbQz/>, <https://www.instagram.com/p/CydwxpPgklb/>, <https://www.instagram.com/p/CyiagiYtjDw/>, <https://www.instagram.com/p/CyIPB4sAnCQ/> e <https://www.instagram.com/p/CzEE2AcAMiM/>.

Em suma, as etapas da pesquisa consistem em: 1. Busca inicial dos perfis de mulheres que se autodenominam bruxas; 2. Geração de dados a partir dos perfis públicos selecionados; 3. Análise sócio-discursiva das postagens, com vistas a compreender valores, crenças e significados. As categorias de análise propostas por van Leeuwen (2003) usadas na microanálise são 1) Inclusão/Exclusão; 2) Atribuição de papéis; 3) Generalização/Especialização; 4) Assimilação; 5) Associação/Dissociação; 6) Indeterminação e Diferenciação; 7) Nomeação/Categorização; 8) Funcionalização e 9) Personalização/Impessoalização. Cada amostra de linguagem pode ser classificada por uma ou mais categorias, podendo, assim, haver interposição de categorias, uma vez que discursos são complexos e dinâmicos.

Como um estudo acadêmico, o presente artigo não pretende publicizar perfis de Instagram, nem lucrar com o conteúdo dos perfis citados, uma vez que serve apenas para fins educacionais e pedagógicos de interesse da sociedade. Não pretende criticar as mulheres dos perfis em suas aparências físicas, suas crenças religiosas ou convicções políticas, pois objetiva simplesmente discutir, em âmbito acadêmico, como a identidade histórica das mulheres entendidas como bruxas e perseguidas por isso vem se transformando na sociedade atual, atrelando-se aos valores do capitalismo neoliberal.

Estudos críticos discursivos feministas

Na visão de Ruth Wodak, a Análise Crítica do Discurso (ACD) é uma ferramenta para expor as relações de poder presentes nas interações discursivas (Wodak, 1997). Para Norman Fairclough (1989; 1995; 2003), o discurso é articulado por uma série de práticas sociais que dialeticamente se entrelaçam e se retroalimentam. O pensamento de Fairclough é inspirado na lógica foucaultiana que entende a dialética da produção de significado (*meaning-making*) como sutil, baseada em ampla noção de controle sobre as coisas, sobre os outros e sobre si mesmo, agindo de forma interligada, uma vez que a relação de controle sobre as coisas é mediada pelos outros, e a relação com o outro implica relação consigo mesmo e vice-versa.

Como método de análise e interpretação interdisciplinar, busca entender as relações entre as práticas discursivas e as questões da realidade social, cujo foco é compreender a relação entre linguagem e realidade social, chamando a atenção para a relação entre discurso e manutenção das relações de poder que se enraizam na linguagem e se propagam através dela. Gunther Kress (2003) determina que, desde sempre, o objetivo primordial dos estudos discursivos críticos foi ser fiel ao seu projeto político de investigar e combater as desigualdades presentes nas sociedades contemporâneas. Para o teórico:

Uma sociedade verdadeiramente equitativa é aquela em que os grupos dominantes consideram essencial ter acesso aos recursos linguísticos e culturais de grupos minoritários e exigem tais acessos como uma questão de equidade. Equidade não pode ser entendida como concessão; precisa ser vista como uma questão de igualdade de troca cultural, em que cada grupo social é responsável por contribuir com igual valor a todos os outros grupos sociais em uma unidade social maior (Kress, 2003, p. 18, tradução livre).

É importante, por isso, compreender como funciona, no domínio da linguagem, o potencial semiótico usado discursivamente por todos os grupos sociais, com o intuito de entender as variadas formas de textos usados por todos os segmentos da sociedade. Nesse

sentido, mapear etnograficamente os recursos representacionais dos diversos grupos sociais traz à tona processos de exclusão e desigualdade naturalizados e que precisam ser combatidos (Kress, 2003).

O arcabouço descritivo usado na análise dos perfis de Instagram é baseado na ideia de agência (*agency*) e observa como as escolhas representacionais ligadas a realizações linguísticas ou retóricas servem para descrever e analisar indivíduos como atores sociais. Parte-se da concepção de que a forma como os atores sociais são representados legitima as práticas sociais e os sentimentos que cercam esses atores. Nesse sentido, são observadas as categorias de análise propostas por van Leeuwen (2003) voltadas para a representação de atores sociais, já apresentadas na seção Percurso Metodológico. A proposta de van Leeuwen fornece ferramenta de análise de indivíduos ou grupos sociais, de acordo, sobretudo, com a forma como eles são excluídos, incluídos e categorizados, de forma a reforçar estigmas e preconceitos e promover exclusão social e material por meio da linguagem.

Quando aplicada às questões de feminismo, gênero e sexualidade, a ACD pode revelar como as normas sociais e as desigualdades são reproduzidas, perpetuadas e desafiadas por meio da linguagem, analisando discursos dominantes que perpetuam estereótipos de gênero e reforçam a hegemonia colonial e patriarcal. Sendo assim, na seção a seguir, são apresentadas as análises do perfil selecionado para a presente pesquisa, de modo a observar linguagem e gênero e seus significados.

Da bruxa histórica à bruxa *influencer*

É possível compreender a figura da bruxa e a perseguição sofrida por ela sob muitos aspectos, seja o histórico, em que a bruxa é entendida como serva e aliada do Diabo com forte conotação cristã, sob o aspecto mais antropológico, em que a bruxa é vista como uma feiticeira, praticante de magia, ou sob o aspecto mais recente, em que a bruxa reverencia deuses e deusas com o intuito de praticar o bem e que se aproxima de uma versão mais contemporânea (Jeffrey Russell; Brooks Alexander, 2019).

Embora homens, também, tenham sido acusados de bruxaria, a caça às bruxas era vista primordialmente como coisa de mulher. Linhagens inteiras de mulheres em pequenas cidades europeias foram dizimadas e lhes era impossível competirem contra um sistema de instituições patriarcais e agentes misóginos (juizes, padres, pastores, guardas) cujo objetivo era eliminar essas mulheres. A carnificina das mulheres acusadas de bruxaria foi eficiente para fomentar o controle e o disciplinamento de mulheres, através de um ambiente de competição, rivalidade e vigilância constantes que perduram – em certa medida – até os dias de hoje (Chollet, 2022).

A pesquisa de Federici (2017) analisa as raízes históricas da perseguição de mulheres tidas como bruxas. Nela, a autora destaca que as perseguições tiveram como alvo mulheres empobrecidas e excluídas frente às mudanças ocasionadas pelo sistema primitivo de acumulação capitalista, o que mostra como esse processo foi decisivo para o controle da sexualidade feminina e para a representação negativa das mulheres, criando uma narrativa de ódio e misoginia contra elas que perdura até os dias de hoje.

Geralmente, quando são feitas referências às mulheres mortas no período da caça às bruxas da Renascença trata-se da bruxaria ligada ao paganismo e que daria origem ao neopaganismo de hoje praticado por aqueles que pensam a bruxaria como religião ou como filosofia de vida, como é o caso das bruxas *influencers* da presente pesquisa. Esse paganismo das bruxas queimadas durante a Renascença – ligada à tradição do neopaganismo contemporâneo – era considerado baixa magia e chama atenção por sua semelhança com as narrativas africanas sobre bruxas, o que é explicado pela difusão cultural e o intercâmbio entre sociedades (Russell; Alexander, 2019).

Hodiernamente, as bruxas *influencers*, produtos de si mesmas, constroem uma identidade virtual que se alia à tendência contemporânea de produzir subjetividade em conformidade com os valores do mercado global, com a noção de empreendedorismo e consumo, produzindo a si mesmas, os produtos que elas vendem, os conceitos e os valores. Nada se perde nessa cadeia, pois, como bem apontam Pierre Dardot e Christian Laval (2016), o mercado possui uma dinâmica de autoconstrução do sujeito que aprende a se conduzir e a conduzir sua própria estética, interesses e valores que são socializados em forma de comércio, tendência, *marketing*, promoção de consumo etc.

Ao mesmo tempo que a bruxaria das bruxas *influencers* estimula divindades femininas, o poder do feminino, o respeito à ciclicidade do corpo feminino e à ciclicidade da vida como um todo, o conhecimento divulgado é produzido dentro de uma lógica neoliberal de mérito e autorresponsabilidade, que se disfarça de cuidado de si e promoção de bem-estar, condizente com os valores da sociedade neoliberal atual, em que o conhecimento produzido é aprendido e ensinado, não herdado. A prática, logo, pode ser facilmente replicada por outras pessoas, como um modelo de negócio bem-sucedido que se alinha aos valores neoliberais, que vendem

saúde e bem-estar em conexão com a natureza, os ciclos da lua, com as estações do ano, com o corpo feminino.

A forma como a bruxaria é apresentada por esses perfis tende a produzir novas ordens do discurso e, conseqüentemente, novas lógicas de consumir, de entender autoconhecimento e bem-estar e de compreender a noção de fé e espiritualidade. Ao mesmo tempo que uma nova prática discursiva vai sendo criada, os indivíduos vão adequando-se às novas práticas, pois, conforme Dardot e Laval (2016, p. 321):

No campo sociológico, a transformação do 'indivíduo' é um fato inegável. O que se designa no mais das vezes com o termo equívoco de 'individualismo' é remetido ora a mutações morfológicas, segundo a tradição durkheimiana, ora à expansão das relações mercantis, segundo a tradição marxista, ora à extensão da racionalização a todos os domínios da existência, segundo uma linha mais weberiana.

Assim, os indivíduos se filiam a uma série de práticas ancestrais ressignificadas pelo capitalismo neoliberal, em que os ensinamentos comercializados pelas bruxas *influencers* remetem a um espaço familiar, em que saberes antes considerados tradicionais, atrasados, inferiores, passados por gerações, tais como chás, emplastos, amuletos de cura e proteção, são agora práticas aceitas como parte de um circuito possível de produção de subjetividade. Esta gera bem-estar e qualidade de vida em um mundo tão competitivo, sedento por aconchego – o que explica a explosão de conteúdo *cozy* e *slow* na internet – integrado a um estilo de vida mais lento e consciente, usado como mecanismo de enfrentamento ao sistema de exploração capitalista (Williams, 2024).

À comoditização dos produtos (amuletos, e-books, leitura de cartas, cursos etc.) junta-se a comercialização de saberes específicos ligados à bruxaria neopagã, como a domesticação de eventos da tradição pagã tradicional e a aproximação dessas festividades com a realidade brasileira, tornando tais festas palatáveis aos seguidores do Brasil. A interpretação de Samhain e seu descendente Halloween datado dos festivais dos folclores celta e irlandês (Lisa Morton, 2019) para a festa de Finados no Brasil ou para a celebração do Equinócio de primavera no Hemisfério Sul é uma forma didatizável de incorporação de uma tradição tão distante da realidade brasileira, mas que se conforma a essa nova produção de subjetividades que reproduz uma "cultura de empresa" (Dardot; Laval, 2016), cujos indivíduos buscam soluções e adequações mercadológicas.

Tal prática não é nova e já vem acontecendo com outros setores ligados ao corpo da mulher, como partos humanizados, partos naturais, atendimentos com ginecologistas naturais, e demais serviços que retornam para mulheres como nicho inovador de mercado, sob a égide de um feminismo civilizatório (Françoise Vergès, 2020; Nancy Fraser, 2019) em que práticas ancestrais antes inferiorizadas vão sendo ressignificadas, higienizadas e transformadas em produtos acessados individualmente, meritocraticamente. Assim, práticas historicamente menosprezadas, discriminadas e apagadas, ligadas ao âmbito doméstico, feminino e familiar, como banhos de asseio, uso de chás e emplastos, parto na água, benzimentos etc. vão se tornando mais digeríveis a um grande público, uma vez que foram cooptados pelos interesses do poder capitalista neoliberal e, dessa forma, vão sendo reinventados como novas narrativas, novas práticas sociais e tecnologias do corpo e da mente.

É interessante notar como o conhecimento sobre ciclicidade feminina, repassado historicamente entre avós, mães e filhas, está cada vez mais sendo vendido como inovação cara. Basta notar a quantidade de produtos voltados para o ciclo menstrual das pessoas que menstruam desde o início das discussões sobre pobreza menstrual há cerca de 5 (cinco) anos aqui no Brasil: copo menstrual, calcinha menstrual, compressas de água quente com essências de ervas calmantes entre outros produtos – rituais e culturas que sempre existiram, mas que, de alguma forma, voltam como produtos mercadológicos direcionados para um certo nicho de mulheres que possuem maior poder aquisitivo, mulheres brancas, classe média, escolarizadas, com acesso à internet, água encanada, banheiro e produtos higiênicos.

A bruxaria e suas ramificações (natural, verde, do campo e outras) fazem parte de um processo subjetivo de construção de tendências e das identidades dos sujeitos muito conectadas aos interesses do mercado, entretanto, a ideia de mercado modificou-se, uma vez que "o conceito que ela designa mudou (...). É um processo de descoberta e aprendizado que modifica os sujeitos, ajustando-os uns aos outros" (Dardot; Laval, 2016, p. 139). Em outras palavras, a subjetividade dos indivíduos que produzem conteúdo, que propagam informação na internet e produzem esse conhecimento ancestral possui uma dinâmica própria que serve para formar um sujeito econômico que se autorregula e se autodisciplina a fazer suas escolhas e tomar seus caminhos de acordo com os seus interesses, mas, principalmente, com os interesses da sua bolha digital.

A bruxaria neopagã das bruxas *influencers* vive no limiar da dubiedade. De um lado, o capitalismo coopta o termo bruxa e o vende como produto, em que mulheres que se autodenominam bruxas compartilham seus ensinamentos, suas práticas, dentro de um contexto

do capitalismo periférico do Sul global. Ao mesmo tempo, mulheres que são denominadas de bruxas por sociedades patriarcais são mortas, acusadas de bruxaria – ainda hoje –, o que força instituições supranacionais, como a Organização das Nações Unidas (ONU), a tomarem medidas para frear a violência, como a já nomeada resolução HRC/RES/47/8 adotada pelo Conselho de Direitos Humanos em julho de 2021 com o objetivo de eliminar crimes contra mulheres acusadas de bruxaria.

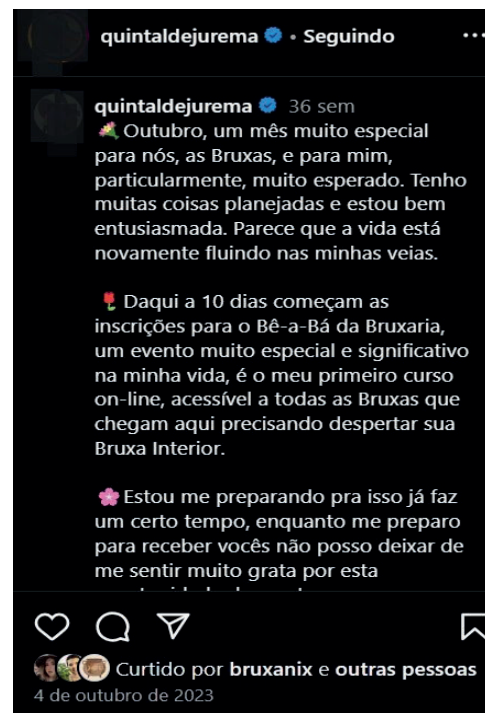
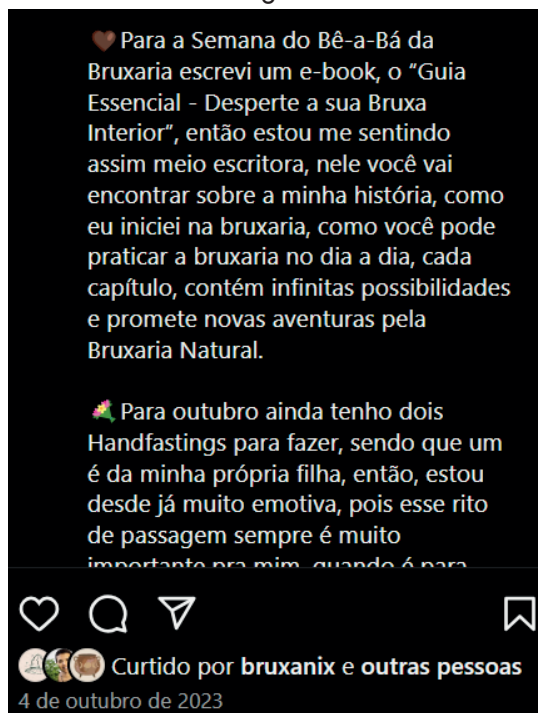
Para a presente análise, o perfil escolhido fez postagens no mês de outubro de 2023; nele, sua autora fazia menção ao mês de outubro como mês das bruxas e se autorreferenciava como bruxa. Como as postagens são grandes e fazem uso de *reels*, que são vídeos curtos do Instagram, aqui serão analisados os *print screens*¹ para facilitar a visualização dos links das postagens completas (cf. seção Percurso Metodológico).

Nesse perfil, as postagens analisadas demonstram um tom conciliador, ameno, inclusivo, preocupado em recepcionar simpatizantes na prática de bruxaria, despertar novas praticantes de bruxaria e engajar as bruxas que já são despertadas para a bruxaria. Seja mostrando um pouco da sua trajetória pessoal como bruxa, seja fazendo uso do humor para desmistificar preconceitos enraizados sobre a bruxaria, seja dissociando bruxaria de satanismo, o perfil como um todo, aos poucos, introduz terminologias próprias da bruxaria, pedagogizando os ritos e costumes da prática, como Beltane, Samhain. Há a discussão sobre divindades mulheres de outras culturas não diretamente ligadas à bruxaria ocidental tradicional ligadas ao hemisfério norte, e de divindades de outras culturas, como as referências feitas a Deméter, deusa grega da fertilidade, da terra e Bastet, deusa egípcia da fertilidade, da dança e do amor.

De uma forma geral, o perfil promove o discurso do sincretismo religioso, não inibindo praticantes de outras religiões a participarem das festividades pagãs. Em termos de categorias semiótico-discursivas, estão presentes os mecanismos de Inclusão, Generalização, Pessoalização e Diferenciação como os mais predominantes nessas postagens, uma vez que há a preocupação em construir uma imagem positiva sobre as bruxas e suas crenças e em diferenciar a bruxaria como prática aliada a bons preceitos e não a práticas satanistas, ligadas ao Demônio cristão, como compreendido pelo senso comum.

No *Print Screen 1*, é possível observar a primeira postagem do mês de outubro, em que a bruxa fala com entusiasmo sobre o mês das bruxas e convida suas seguidoras a participarem de um evento voltado para iniciantes na bruxaria:

Print Screen 1 – Postagem sobre mês das bruxas



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Cx-u9EnAbQz/>

#PraTodoMundoVer Postagem sobre o mês das bruxas do perfil do Instagram Quintal de Jurema.

¹ *Print Screen* é o nome de uma tecla presente na maioria dos teclados de computadores e laptops e que serve para capturar imagens da própria tela (uma foto). O termo passou a ser usado, metonimicamente, para fazer referência à captura dessa tela. Exemplo de uso: 1) Fiz um *print* da tela; 2) Você tem o *print* da tela?

Os mecanismos realizados linguisticamente incluem a figura da bruxa a um grupo maior de participantes (o *coven* ou a agregação das bruxas). Ao delimitar a que grupo essas participantes pertencem, há a identificação de grupo ou classe, o que se traduz em maior proximidade entre as bruxas. Para van Leeuwen (2003), a ideia de distância, altura e visão geral serve para representar grupos dominantes e grupos pertencentes a classes sociais mais elevadas. Descrições mais próximas, como a usada na postagem, buscam especificar os participantes e incluí-los em situação de coletividade, o que geralmente é associado às classes mais populares, como um *coven* de bruxas. Ao mesmo tempo que generaliza ao chamar outras bruxas para fazerem parte daquela ação, a postagem especifica a qual grupo se refere – o de bruxas neopagãs.

Para van Leeuwen, a inclusão de atores sociais no texto em primeiro plano serve para mostrar a centralidade desses sujeitos. Além disso, ao trazer exemplos reais da sua vida, a bruxa *influencer* confere autenticidade à sua prática de bruxaria e aproxima-se de seus seguidores. A prática de *handfasting* a que se refere a bruxa *influencer* trata-se de cerimônia de casamento não oficial, em que as mãos dos nubentes são atadas como símbolo de união. Compartilhar aspecto tão íntimo da vida familiar aproxima a bruxa de seus seguidores e mostra que ritos do paganismo se congregam aos valores da família, ao amor e à união.

A ideia de união não aparece apenas individualizada, com a experiência de *handfasting*, mas aparece em vários momentos em que a coletividade é chamada a fazer parte dos ritos apresentados no perfil. Assim, ao convidar seus seguidores para os dois *sabbats* (reunião de bruxas) a serem realizados no mês de outubro, a bruxa deixa claro que os eventos são abertos tanto para aqueles que seguem a roda Sul, ou seja, o calendário festivo do Hemisfério Sul, portanto, a primavera do mês de outubro, ou a roda norte, ou seja, o calendário festivo do Hemisfério Norte, logo, o outono. Ampliar para as duas rodas significa ampliar a rede de contatos e adeptos à bruxaria, o que condiz com o discurso de sincretismo e união presente nas postagens.

A manifestação linguística da postagem é esmiuçada na quadro abaixo.

Quadro 3 – Realizações sócio-semânticas do *Print Screen 1*

Realização linguística	Mecanismo sócio-semiótico (van Leeuwen, 2003)	Ator social
Outubro, um mês muito especial para <i>nós, as Bruxas</i> , e para <i>mim...</i>	Inclusão Inclusão – mim	Nós, as bruxas, Outras bruxas, Ela mesma.
<i>Todas as bruxas</i> que chegam aqui...	Especificação	Outras bruxas, seguidoras.
Para outubro ainda tenho dois <i>Handfastings</i> para fazer, sendo que um é da <i>minha própria filha</i>	Personalização Assimilação (<i>handfastings</i> , prática de outra cultura)	A própria filha; Outra pessoa adepta de bruxaria que também vai fazer <i>handfasting</i>
<i>...para quem</i> segue a roda Sul, Beltane, e <i>para quem</i> gira pela roda Norte ou Mista, Samhain	Indeterminação	Praticantes do hemisfério sul ou norte, não especificados

Fonte: Criação da pesquisadora com base no que foi divulgado na rede social do perfil <https://www.instagram.com/p/Cx-u9EnAbQz/>.

#PraTodoMundoVer O quadro traz quatro realizações linguísticas e seus respectivos mecanismo sócio-semiótico e ator social. A primeira realização linguística é “Outubro, um mês muito especial para nós, as Bruxas, e para mim...”. Seu mecanismo sócio-semântico é a inclusão e o ator social é “Nós, as bruxas,

Outras bruxas, Ela mesma". A segunda realização linguística é "Todas as bruxas que chegam aqui...". Seu mecanismo sócio-semântico é a especificação e o ator social é "Outras bruxas, seguidoras". A terceira realização linguística é "Para outubro ainda tenho dois Handfastings para fazer, sendo que um é da minha própria filha". Seu mecanismo sócio-semântico é Personalização e Assimilação (handfastings, prática de outra cultura) e o ator social é "A própria filha; Outra pessoa adepta de bruxaria que também vai fazer handfasting". A quarta realização linguística é "...para quem segue a roda Sul, Beltane, e para quem gira pela roda Norte ou Mista, Samhain". Seu mecanismo sócio-semântico é a indeterminação e o ator social é "Praticantes do hemisfério sul ou norte, não especificados".

No quadro 4/*Print Screen 2*, abaixo, o texto da postagem desmistifica o que é bruxaria e enumera uma série de costumes que não inviabilizam a identidade da bruxa.

Quadro 4 – Realizações sócio-semânticas do *Print Screen 2*

Realização linguística	Mecanismo sócio-semiótico (van Leeuwen, 2003)	Ator social
<i>Se você não é vegana, bebe um vinho, não planta a sua lua, não é trevosa e não usa preto, saiba que essas escolhas não te tornam menos BRUXA</i>	Assimilação Funcionalização	Você – seguidoras, praticantes, iniciantes Bruxa – categoria geral, funcionalização dessa mulher
A verdadeira essência da <i>bruxaria</i> reside na conexão profunda com a <i>natureza</i>	Atribuição de papéis	Natureza e Bruxaria recebem papéis
<i>...a essência da bruxaria está em sua conexão pessoal com a natureza, com o sagrado e com a sua busca pela sabedoria das suas ancestrais</i>	Diferenciação Nomeação – natureza, sabedoria, ancestrais	A Diferenciação é feita quando se aponta a essência da bruxaria A Nomeação é autoexplicativa, pois ela menciona diretamente (Natureza, <u>Ancestrais</u> , outras mulheres)

Fonte: Criação da pesquisadora com base no que foi divulgado na rede social do perfil <https://www.instagram.com/p/CydwxpPqklb/>.

#PraTodoMundoVer O quadro traz três realizações linguísticas e seus respectivos mecanismo sócio-semiótico e ator social. A primeira realização linguística é "Se você não é vegana, bebe um vinho, não planta a sua lua, não é trevosa e não usa preto, saiba que essas escolhas não te tornam menos BRUXA.". Seu mecanismo sócio-semântico são a assimilação e a funcionalização e o ator social é "Você – seguidoras, praticantes, iniciantes Bruxa – categoria geral, funcionalização dessa mulher". A segunda realização linguística é "A verdadeira essência da bruxaria reside na conexão profunda com a natureza". Seu mecanismo sócio-semântico é a atribuição de papéis e o ator social é "Natureza e Bruxaria recebem papéis". A terceira realização linguística é "...a essência da bruxaria está em sua conexão pessoal com a natureza, com o sagrado e com a sua busca pela sabedoria das suas ancestrais". Seu mecanismo sócio-semântico são a Diferenciação e Nomeação – natureza, sabedoria, ancestrais e o ator social é "A Diferenciação é feita quando se aponta a essência da bruxaria. A Nomeação é autoexplicativa, pois ela menciona diretamente (Natureza, Ancestrais, outras mulheres)".

Em outras palavras, a bruxa traz informações relevantes sobre o que é ser bruxa e correlaciona a essência dessa bruxa à natureza. Interessante o uso do termo “trevosa”, gíria que significa alguém “das trevas”, possivelmente em referência às vestes escuras associadas à bruxaria ou à magia. A bruxa desmistifica a ideia de que bruxas precisam ser trevosas, e, portanto, se vestirem e performarem como a figura da bruxa presente no imaginário popular.

Na segunda postagem, o post mostra que a bruxaria pode ser vivida de várias formas para realidades distintas, pois, como a própria bruxa aponta, “a bruxaria é uma tradição diversa”.

Print Screen 2 – Postagem sobre quem é ou não bruxa



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CydwxpPgklb/>.

#PraTodoMundoVer Postagem sobre o mês das bruxas do perfil do Instagram Quintal de Jurema.

Ao mesmo tempo que demonstra que a bruxaria é uma prática desrepressora e não punitiva com seus praticantes, aproveita a oportunidade para compartilhar ensinamentos e valores do neopaganismo. Ademais, a postagem está direcionada a um você generalizante – você que não é vegana, você que não bebe vinho, você que ainda assim pode se considerar bruxa. Bruxa, aqui, entra em uma categoria geral também, pois diz respeito à tentativa de convencer “você” de que a sua forma de bruxaria também é aceita.

A bruxaria, aqui, é apresentada como uma jornada individual de trajetória marcada por processos de autodescoberta da bruxa, ou seja, descobrir-se bruxa não é algo que está atrelado a nenhum dom descoberto ainda na infância, como a mediunidade ou a canalização praticada pelo espiritismo, por exemplo. A lógica de pregação, como acontece em religiões protestantes e neopentecostais, em que os novos adeptos são evangelizados e aderem à religião através da conversão, também não acontece, pois se descobre que a bruxaria está ligada aos princípios e ciclos da natureza e sua conexão com ela.

Na postagem seguinte (cf. *Print Screen 3*, Quadro 5), a bruxa traz, em tom jocoso, um convite para seus seguidores aprenderem sobre como ser uma “bruxa dona da sua própria vida” e fortalecer “sua irmandade bruxesca”, em outras palavras, como empoderar mulheres praticantes de bruxaria por meio do conhecimento aprofundado, além do Instagram, sobre a bruxaria. A postagem busca desmistificar a ideia de que a bruxaria é maligna e seus praticantes não têm Deus no coração, possivelmente o Deus cristão, o que é rebatido por um cachorro zangado que ataca a assertiva.

Print Screen 3 – Postagem desmistificando que bruxaria não é do Demônio

Fonte: <https://www.instagram.com/p/CyIPB4sAnCQ/>.

#PraTodoMundoVer Postagem sobre o mês das bruxas do perfil do Instagram Quintal de Jurema.

Quadro 5 – Realizações sócio-semânticas do *Print Screen 3*

Realização linguística	Mecanismo sócio-semiótico (van Leeuwen, 2003)	Ator social
<i>Você</i> que já está cansada de falar que bruxaria é livre, <i>não é do demônio</i> , venha aprender como ser uma bruxa dona da sua própria vida...	Inclusão Diferenciação Nomeação/Categorização	Inclusão de outras bruxas (Você) Diferenciação (não é do demônio) Nomeação (bruxa do bem)

Fonte: Criação da pesquisadora com base no que foi divulgado na rede social do perfil <https://www.instagram.com/p/CyIPB4sAnCQ/>.

#PraTodoMundoVer O quadro traz uma realização linguística e seus respectivos mecanismo sócio-semiótico e ator social. A realização linguística é "Você que já está cansada de falar que bruxaria é livre, não é do demônio, venha aprender como ser uma bruxa dona da sua própria vida...". Seu mecanismo sócio-semiótico é "Inclusão, Diferenciação. Nomeação/Categorização" e o ator social é "Inclusão de outras bruxas (Você) Diferenciação (não é do demônio) Nomeação (bruxa do bem)".

A diferenciação é feita entre crença do demônio e crença que não é do demônio, o que, linguisticamente, reforça uma ideia binária que compreende a fé como um eixo dicotômico e que parece existir só a partir da existência desses dois polos. Ao trazer essa informação na postagem, a bruxa tranquiliza muitos seguidores/as que talvez reproduzam essa crença tão arraigada e que faz parte do senso comum, ao mesmo tempo que vende uma proposta de curso com todas as informações elementares sobre a prática de bruxaria.

Considerações finais

A pesquisa buscou investigar perfis de mulheres que se autodenominam bruxas, por meio da análise de como essas mulheres se autorrepresentaram em suas postagens e quais os significados representacionais ligados à descrição das bruxas nos perfis analisados. A pesquisa não teve por objetivo desabonar as crenças individuais ou os empreendimentos comerciais de nenhum dos perfis, buscando apenas compreender a divulgação de conteúdo digital sobre bruxaria.

Na presente análise, observou-se que as bruxas *influencers* buscam desmistificar a bruxaria e desassociá-la de uma visão dicotômica, geralmente compreendida como maligna, demoníaca ou anticristã, uma vez que a prática da bruxaria tem o intuito de promover autonomia e liberdade para mulheres, e é proporcionada a partir do autoconhecimento do corpo, das emoções, dos ciclos da natureza etc.

As evidências linguísticas apontam para a defesa da importância da conexão com a natureza e a relação da ciclicidade feminina com essa natureza, ou seja, quando a mulher compreende que o corpo feminino é feito de ciclos naturais e que é preciso respeitar esses ciclos, aprende a respeitar o seu organismo e a fazer as pazes com as suas emoções. É possível inferir que a lógica dos ciclos, assim como a lógica das celebrações e festividades, segue um calendário previsível ao longo do ano que alia datas comemorativas à lógica do capitalismo neoliberal, e, portanto, encaixa-se nas datas celebradas pelo comércio. Nesse cenário, é possível citar o Halloween que, sequestrado pelo capitalismo norte-americano e esvaziado de seu significado pagão ligado ao Samhain, mobiliza muitos adeptos dessa celebração. No Brasil, a festa chega principalmente com a comemoração de cursinhos de inglês, como meio educativo e cultural associado ao aprendizado do idioma. Hoje em dia é possível dizer que a festa ganhou uma força por si só e é celebrada em muitos meios distintos daqueles dos cursos de inglês original. Ao fazerem uso da festa que leva o nome das bruxas, as bruxas *influencers* conseguem atrair atenção para a prática da bruxaria, para a festividade e para a própria bruxa, como identidade e prática cotidiana ligada à natureza e à vida.

Diferentemente das bruxas históricas, as bruxas *influencers* possuem o privilégio histórico de terem voz e poderem contar uma narrativa distinta da narrativa que levou inúmeras mulheres na Europa e América à fogueira. Além disso, são predominantemente mulheres brancas, com acesso a internet e tecnologias digitais, residentes em cidades médias e grandes. A bruxaria nas redes sociais ganhou um novo matiz, pois é entendida como filosofia de vida, não como religião, ligada a práticas coletivas, mas especialmente individuais, de mudanças de vida e *lifestyle*, ligada a questões como bem-estar e saúde, mas também empoderamento e identidade, ao contrário da bruxaria dos séculos XV e XVII.

A bruxa histórica poderia ser uma mulher perseguida pela sociedade local ou praticante de uma religião pagã ligada a um folclore local que se dividia entre alta e baixa feitiçaria, parte de uma cultura conectada a camponeses, andarilhos e povos dizimados durante guerras de conquista (Russel; Alexander, 2019). Aqui, a bruxa *influencer*, embora faça muitas referências a essa personagem histórica e injustiçada, ressignifica a prática da bruxaria conectando-se a uma linguagem mais corporativa e empresarial, identificada com os princípios neoliberais de aprimoramento do *self* e responsabilização dos indivíduos por seus sucessos e fracassos.

Os discursos mostraram, ainda, forte teor sincrético nas postagens das bruxas *influencers*, condizentes com a forma de pensar a religião do brasileiro. A pesquisa serviu para mostrar que coexistem a tentativa de resgate da bruxa histórica, ao mesmo tempo que uma nova imagem da bruxa é apresentada, como autônoma, feliz, realizada, influenciadora. A pesquisa serve para mostrar que os discursos, ao longo do tempo, sofrem modificações históricas face aos valores correntes.

O fenômeno das bruxas *influencers* aponta, também, para própria contradição do capitalismo. De um lado, há um sistema que aceita mulheres que se autodenominam bruxas, uma vez que estão aliadas aos valores neoliberais e aos interesses do capital. De outro, há mulheres que não se autodenominam bruxas, mas são violentamente acusadas de bruxaria, e, portanto, excluídas de suas comunidades, como apontado pelo relatório da ONU acima citado, chegando a serem assassinadas em decorrência de falsas atribuições de feitiçaria. Outra contradição diz respeito ao fato de o conhecimento ancestral, feminino, familiar, tradicional de mulheres deixar de ser compartilhado livremente a partir da interação entre mulheres, para ser mediado pelo mercado e pelos produtos estabelecidos pela lógica do capital.

O perfil @quintaldajurema foi escolhido a partir de critérios subjetivos da pesquisadora para exemplificar tendência espiritual, comportamental e mercadológica presente em redes sociais que revivem a figura da bruxa histórica que ressignifica e rerepresenta saberes ancestrais – antes discriminados e inferiorizados – e, atualmente, adequados ao modelo de sociedade capitalista neoliberal. O estudo aqui conduzido visa compreender de que forma conhecimentos familiares, especialmente ligados à feminilidade e à ancestralidade de mulheres das famílias, estão sendo repassados em redes sociais como produtos mercadológicos típicos de uma

tendência condizente com as necessidades do mercado, portanto, não visa desacreditar ou difamar as mulheres que se apresentam como bruxa, mas refletir sobre a evolução do termo e da figura da bruxa na sociedade atual.

Referências

- CHOLLET, Mona. *Bruxas. A força invencível das mulheres*. Belo Horizonte: Âyiné, 2022.
- CONSELHO DE DIREITOS HUMANOS DA ONU. *Resolução 47/8*. Index: A/HRC/RES/47/8, 16/07/2021. Disponível em <http://www.un.org>. Acesso em 17/04/2024.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *A nova razão do mundo*. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Language and Power*. Londres e Nova Iorque: Longman, 1989.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Media Discourse*. Oxford: Edward Arnold, 1995.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. Nova Iorque: Routledge, 2003.
- FEDERICI, Silvia. *Calibã e a Bruxa: Mulheres, corpo e acumulação primitiva*. São Paulo: Elefante, 2017.
- FRASER, Nancy. "Feminismo, capitalismo e a astúcia da história". In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org.). *Pensamento Feminista: conceitos fundamentais*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.
- KRESS, Gunther. "Representational resources and the production of subjectivity: Questions for the theoretical development of Critical Discourse Analysis in a multicultural society". In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; COULTHARD, Malcolm (Eds.). *Texts and Practices: Reading in Critical Discourse Analysis*. [S. l.]: Routledge, 2003.
- MORTON, Lisa. *Trick or Treat: A History of Halloween*. Londres: Reaktion Books, 2019.
- RUSSELL, Jeffrey B.; ALEXANDER, Brooks. *A história da bruxaria*. São Paulo: Aleph, 2019.
- SCATOLINI, Amanda. "'Caça às bruxas': no século XXI, mulheres são perseguidas e mortas em 50 países sob acusação de feitiçaria". *O Globo*, 2022. Disponível em <https://oglobo.globo.com/mundo/noticia/2022/12/caca-as-bruxas-no-seculo-xxi-mulheres-sao-perseguidas-e-mortas-em-50-paises-sob-acusacao-de-feiticaria.ghtml>. Acesso em 16/08/2024.
- VERGÈS, Françoise. *Um feminismo decolonial*. São Paulo: Ubu, 2020.
- WAKE. *Censo de Criadores de Conteúdo do Brasil 2025*. São Paulo: Wake Creators, 2025. Disponível em <https://campaigns.wake.tech/agradecimento-censo-de-criadores-wake-creators-2025>. Acesso em 01/07/2025.
- WILLIAMS, Holly. "'Slow living': por que 'não fazer nada' é bom para a saúde". *BBC Culture*, 15/08/2024. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/articles/c4gx9x1dlpdo>. Acesso em 01/07/2025.
- WODAK, Ruth. *Gender and Discourse*. Londres: Sage Publications, 1997.
- van LEEUWEN, Theo. "The representation of social actors". In: CALDAS-COULTHARD, Carmen Rosa; COULTHARD, Malcolm (Eds.). *Texts and Practices: Reading in Critical Discourse Analysis*. Londres: Routledge, 2003.

Martha Julia Martins (martha.julia@ufpr.br; marthajumartins@gmail.com) é professora do curso de Letras da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e docente colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Roraima (PPGL/UFRR). Este trabalho é um recorte da pesquisa de pós-doutorado da pesquisadora e contou com o apoio da bolsa PROCAD/Amazônia.

COMO CITAR ESTE ARTIGO DE ACORDO COM AS NORMAS DA REVISTA

MARTINS, Martha Julia. "Bruxas em Tempos de Capitalismo Neoliberal". *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 34, n. 1, e107914, 2026.

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Não se aplica.

FINANCIAMENTO

Editai Universal 2023 do CNPq e da bolsa PROCAD/Amazônia.

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS

Os dados de pesquisa estão disponíveis no corpo do documento.

CONSENTIMENTO DE USO DE IMAGEM

Não se aplica.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Não se aplica.

CONFLITO DE INTERESSES

Não se aplica.

LICENÇA DE USO

Este artigo está licenciado sob a [Licença Creative Commons CC-BY 4.0 International](#). Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, criar para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra.

HISTÓRICO

Recebido em 11/07/2025

Aceito em 29/08/2025

EDITORA RESPONSÁVEL

Cristina Scheibe Wolff  0000-0002-7315-1112

EDITORA CIENTÍFICA

Tatiane Silva Cerqueira Santos  0000-0002-3690-6686

