

Antifeminismo no Instagram: como perfis militantes culpam o feminismo por corromper moralmente a sociedade¹

Fernanda Kemilly Silva Lira²

Fabiana Moraes³

Universidade Federal de Pernambuco - UFPE

Resumo

Este trabalho investiga narrativas antifeministas disseminadas por mulheres no Instagram, principalmente a argumentação moral por trás das declarações. Os perfis escolhidos pertencem a Ana Campagnolo, Pietra Bertolazzi e Ingrid Silveira, três vozes da bandeira antifeminista ativas na plataforma. Estão sendo analisados vídeos publicados pelos três perfis nos períodos de setembro a outubro de 2024, bem como de janeiro a fevereiro de 2025. As observações empíricas, obtidas através do método de análise de conteúdo, estão sendo problematizadas sob a luz de referenciais teóricos, a exemplo de Miskolci (2021). A pesquisa visa responder de que maneira narrativas antifeministas, presentes no Instagram, podem contribuir com a construção de um pânico moral? Uma reflexão essencial para o debate público contemporâneo, uma vez que a bandeira antifeminista afeta o avanço dos direitos das mulheres.

Palavras-chave: antifeminismo; pânico moral; instagram.

Introdução

O uso do ambiente digital como forma de ação e reflexão de grupos feministas tem sido cada vez mais comum (Ferreira, 2015). No mesmo espaço, vozes antifeministas também têm se mostrado presentes, particularmente no Brasil. Basta uma rápida busca na web por “antifeministas brasileiras” e manchetes como “*Debate nas redes é dominado por antifeminismo no Brasil*” (Valor Econômico, 2025) e “*Mulheres antifeministas na cena política*” (Le Monde Diplomatique Brasil, 2024) são sugeridas.

É justamente essa militância antifeminista, crescente no debate público, que escolhemos investigar. Quem são as vozes ativas por trás dessa bandeira nas redes? O que estão discutindo e como isso pode afetar a vida das mulheres? Pensando nisso, esta pesquisa começou no final do ano de 2023 com a proposta de estudar a formação desse

¹ Trabalho apresentado na IJ 05 - Comunicação, Cultura Digital e Tecnologias, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 9º Semestre, do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, e-mail: fernanda.kemilly@ufpe.br.

³ Orientadora do trabalho e professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, e-mail: fabiana.msilva2@ufpe.br.

movimento, que se opõe ao feminismo e ganha cada vez mais fôlego nas redes, particularmente no Instagram.

A relevância que o Instagram possui, visto que está entre as redes sociais digitais mais consumidas por brasileiras e brasileiros, foi considerada na escolha do nosso objeto de análise. A plataforma ocupa, mais especificamente, o segundo lugar no ranking das redes mais consumidas no país, segundo dados do *Data Report 2024 Brasil*, produzidos em parceria com a *Meltwater* e *We Are Social* (Rock Content, 2024).

Ao longo dos nossos estudos empíricos e teóricos, percebemos que o apelo moral por trás das narrativas antifeministas, que são de cunho conservador, devia ser centralizado na nossa pesquisa. Chegamos a três importantes conceitos, estudados pelas ciências sociais: pânico moral, corrupção moral e empreendedorismo moral. Isto porque os perfis antifeministas vendem cursos, aulas, prometendo respostas para diferentes problemas sociais, enquanto narram o movimento feminista como um vilão moral, responsável por esses problemas.

A pesquisa foi movida a fim de responder: de que maneira narrativas antifeministas, presentes no Instagram, podem contribuir com a construção de um pânico moral? Para alcançar tal objetivo, estamos analisando vídeos publicados no Instagram por três perfis públicos, pertencentes a mulheres defensoras da bandeira antifeminista: Ana Campagnolo, deputada estadual (SC/PL); Ingrid Silveira, influenciadora digital; e Pietra Bertolazzi, escritora e também influenciadora. O estudo tem acontecido a partir do método de análise de conteúdo.

1. Feminismo e seu opositor - o antifeminismo: apontamentos teóricos

As ideias em torno do feminismo, no Brasil, ganharam força a partir do ano de 1975, quando uma articulação foi desenvolvida pelas mulheres em diversos pontos do país (Coêlho, 2021).

A partir da redemocratização do país, o movimento se divide quando algumas feministas passam a ocupar cargos institucionais, institucionalizando pautas e lutas. Vários grupos de mulheres, como as lésbicas, as negras e as periféricas, não se sentem representadas e passam a se organizar em torno de questões específicas de suas vivências. (Coêlho, 2021, p. 156)

Ao longo de sua trajetória, o movimento foi se tornando heterogêneo, como demonstra a existência do feminismo negro. No Brasil, nomes como Djamila Ribeiro,

ativista social, escritora e professora, explicam como feminismos negros podem ampliar democracias (Ribeiro, 2018).

Na internet, o movimento também tem ganhado espaço. Ferreira (2015) utiliza a palavra ciberfeminismo para tratar das diversas representações envolvidas na relação internet e feminismo, mostrando sua força política nos debates atuais. Em contrapartida, o antifeminismo, definido por Cruz e Dias (2015) como um retrocesso para a sociedade moderna devido às características discriminatórias contra mulheres, também cresce nos debates públicos.

Miskolci (2021) estuda a relação entre a ocorrência de transformações nos atuais debates públicos e o cenário das eleições presidenciais do Brasil vivido a partir de 2010, apontando-a como um fator determinante para entender os conflitos atuais ligados às questões de gênero e direitos sexuais. O autor explica como a vitória eleitoral de Dilma Rousseff, primeira mulher eleita presidenta do Brasil, contribuiu com o surgimento de discussões que não eram comuns no debate público, a exemplo da legalização do aborto, fazendo surgir também movimentações de discórdia.

É nesse contexto que os movimentos feministas, que abordam os mais diversos direitos das mulheres, enquanto crescem, também assistem o antifeminismo tomar voz nas plataformas digitais. Soihet (2005) defende que conservadores usam a militância feminista como elemento para zombaria e associação ao que é entendido como promíscuo.

1.3 Narrativas antifeministas: um retrocesso na vida das mulheres

As discussões acerca de direitos sexuais e reprodutivos, não só das mulheres, mas também da comunidade LGBTQIAPN+ por exemplo, sempre estiveram na mira do conservadorismo que as critica. Miskolci (2021) defende a existência de uma cruzada moral construída por grupos, alguns religiosos, para se opor à agenda desses direitos.

Para ele, tal cruzada se trata de um campo discursivo em que há um repertório moral usado por grupos que atuam como empreendedores de soluções para pânico instaurados por eles mesmos em diferentes comunidades. Nesse repertório, existe o que ficou conhecido como “ideologia de gênero”. Miskolci traz explanações sobre o surgimento e o fortalecimento da expressão e seu significado na sociedade brasileira.

Aqui, cabe pontuar o que o autor defende quando diz que a ideologia de gênero surgiu como forma de impedir avanços na agenda de direitos sexuais e reprodutivos, particularmente os das mulheres.

Ana Campagnolo, em 2022, associou a cientista social Simony dos Anjos ao demônio: "Toda feminista é abortista, toda abortista é do demônio, não existe feminista cristã", declarou (Suarez, 2022).

Em uma sociedade que tende a se fundir com a opinião pública moldada pelas redes sociais, disputas entre grupos de interesse podem se cristalizar em oposições binárias, simplistas e moralizantes como a de uma luta do bem contra o mal (Miskolci, 2021, p. 56).

Trata-se do que Miskolci denomina de corrupção moral, o que muitos conservadores e ultraconservadores enxergam na sociedade brasileira e estão dispostos a combater, através da propagação de narrativas como estas sobre o aborto.

Um caso ganhou notoriedade em 2022: a juíza Joana Ribeiro Zimer induziu uma menina de 11 anos, grávida após ser estuprada, a desistir do aborto legal (Mayer, 2022). A situação demonstra a atual realidade na qual os direitos de meninas e mulheres estão em risco, mesmo quando garantidos constitucionalmente, tudo isso em troca de uma vitória conservadora nessa cruzada moral?

Metodologia

No final do ano de 2023, começamos a pesquisar sobre antifeminismo no Instagram. Durante um ano, monitoramos perfis que promovem discursos contrários ao feminismo, identificando temas recorrentes e características dos conteúdos. Inicialmente, adotamos uma abordagem etnográfica, até que decidimos afunilar o recorte da pesquisa: a metodologia foi redefinida para análise de conteúdo, com foco em vídeos e na argumentação moralista fortemente presente nas narrativas. Desde o final de 2024, o estudo passou a compor também o Trabalho de Conclusão de Curso da autora.

Agora que contextualizamos um pouco a nossa escolha metodológica, é preciso situar a especificidade do nosso método, bem como a teoria por trás dele. A análise de conteúdo está diretamente ligada ao sentido por trás do conteúdo (Bardin, 2016). Existem duas questões importantes para citarmos sobre a famosa obra *Análise de Conteúdo*, escrita por Bardin, escritora francesa, em 1977. A primeira é que há dois

tipos de análise de conteúdo, a que analisa os significados da mensagem e a que analisa os significantes. Esta pesquisa é uma análise temática - analisa os significados da mensagem. Estamos interessadas no sentido das falas ditas pelos perfis em análise. O segundo ponto é o passo a passo construído pela autora para o desenvolvimento desse tipo de pesquisa.

Bardin (2016) explica que há três princípios no processo da análise de conteúdo: a descrição dos dados, a inferência e a interpretação.

Se a descrição (a enumeração das características do texto, resumida após tratamento) é a primeira etapa necessária e se a interpretação (a significação concedida a estas características) é a última fase, a inferência é o procedimento intermediário, que vem permitir a passagem, explícita e controlada, de uma à outra. (Bardin, 2016, p. 46)

Essa inferência é defendida pela autora como dedução lógica. Antes de dar início ao primeiro passo, foi preciso escolher de onde viriam os dados. Escolhemos três nomes: Ana Campagnolo, Ingrid Silveira e Pietra Bertolazzi. Campagnolo é deputada estadual em Santa Catarina, pelo Partido Liberal (PL) e católica; Ingrid ganhou popularidade a partir do Tik Tok e do Instagram, se posicionando a favor do cristianismo (ela é evangélica) e contra o feminismo. Nas últimas eleições municipais, se candidatou a vereadora no Rio de Janeiro, sem êxito. Por fim, temos Pietra Bertolazzi, que já atuou como apresentadora na Jovem Pan, também cristã (católica), tem ganho popularidade com conteúdos parecidos com os de Ingrid.

Depois de determinar quais seriam os perfis, definimos o período dos vídeos publicados. Como esta pesquisa, enquanto projeto de TCC, começou no segundo semestre de 2024, decidimos que os meses de setembro e outubro seriam os escolhidos, visto que foi um período interessante no cenário político brasileiro mais recente - as eleições municipais. Como a pesquisa analisa conteúdos e trata de questões associadas à política, o período escolhido se mostra relevante.

Para filtrar os vídeos, ou seja, definir quais vídeos seriam aprofundados, escolhemos como critério a quantidade de curtidas, partindo do pressuposto de que o engajamento simboliza que o conteúdo gerou identificação positiva com o público que o consumiu. E isso é um indicativo que o assunto possui alguma relevância pública.

Decidimos que seriam quatro vídeos por perfil, totalizando 12. Após nos debruçar sobre os 12 vídeos mais curtidos de setembro a outubro de 2024, dando início

a primeira fase dos princípios de Bardin, que é o tratamento dos dados, percebemos que seria interessante ter conteúdos de outro período em meio ao nosso material coletado. Isto porque os perfis abrangem variados temas e quanto mais os conteúdos forem diretos às questões de gênero, que são de pertinência para este estudo, mais rica a pesquisa se torna. Estabelecemos esse segundo momento: janeiro e fevereiro de 2025. O critério foi o mesmo - um período relevante diante de um contexto político. Nesse caso, um momento positivo para a direita e a extrema direita no mundo, que foi a volta de Trump ao poder.

Desse modo, obtemos 12 vídeos no período de setembro a outubro de 2024 e o mesmo quantitativo nos meses de janeiro e fevereiro de 2025, totalizando 24 conteúdos para as análises. Por conseguinte, criamos categorias que organizam os assuntos explorados pelos perfis e, por último, fizemos a interpretação dos dados sob a luz de referenciais teóricos. A pesquisa está em desenvolvimento, mas os resultados iniciais já apareceram.

Coleta dos dados

Começaremos mostrando os assuntos contidos em cada um dos 24 vídeos. Para otimizar o espaço deste artigo, mostraremos os dados em tópicos, em vez de tabela ilustrativa. Os vídeos estão organizados conforme o período de publicação, e os perfis aparecem de acordo com o volume de curtidas (do mais ao menos engajado). A última verificação dos dados ocorreu em 06 de julho de 2025.

Set-Out 2024

Ana Campagnolo

- Opinião sobre o divórcio da Cíntia Chagas – 127 mil curtidas
- Opinião ‘Cadeirada no Marçal’ – 115 mil curtidas
- Crítica ‘Taxação dos pobres’ (governo Lula) – 42,4 mil curtidas
- ‘Feminismo fez o mercado de trabalho ser desestimulador para mulheres’ – 41,1 mil curtidas

Ingred Silveira

- Agradecimento por desempenho nas eleições – 47 mil curtidas

- Imagens: chegada do primeiro filho – 43 mil curtidas
- ‘Cancelamento da Jojo Todynho pela esquerda’ – 27 mil curtidas
- ‘Mães/mulheres são violentas’ – 21 mil curtidas

Pietra Bertolazzi

- Resposta à repercussão sobre sua opinião acerca do espiritismo – 21,7 mil curtidas
- Relação entre caráter e roupa – 21,07 mil curtidas
- Crítica ao espiritismo – 19,23 mil curtidas
- Catolicismo e conservadorismo – 12,06 mil curtidas

Jan–Fev 2025

Ingred Silveira

- “Machismo e feminismo são iguais” – 417 mil curtidas
- Comentário sobre assassinato da jovem Natany Alves – 93 mil curtidas
- ‘Feminismo fez filhos parecerem um fardo’ – 60 mil curtidas
- ‘Feminismo hipócrita’: age igual ao que não querem nos homens – 38 mil curtidas

Ana Campagnolo

- Compartilhamento de vídeo - Renata Vasconcellos sobre taxaço Pix – 93 mil curtidas
- Opinião sobre taxaço (impostos e Pix) – 68 mil curtidas
- Opinião - Lei do uso de celular nas escolas – 63 mil curtidas
- Opinião - aborto no governo Lula – 54 mil curtidas

Pietra Bertolazzi

- ‘Resposta’ a uma feminista – 27,8 mil curtidas
- ‘Resposta’ a Simone Tebet – 13 mil curtidas
- ‘Como o marido deve querer que sua esposa se vista’ – 8 mil curtidas
- Pontuaço sobre o “Piriguetismo” – 7 mil curtidas

Nós criamos seis categorias de temática geral que contemplam o conteúdo de cada um dos vídeos coletados. Uma delas, “Vida pessoal”, foi para fins de registro, onde estão dois vídeos: um com imagens do filho da influenciadora Silveira e outro com um breve agradecimento seu aos votos das últimas eleições municipais. Essa categorização

nos permite um panorama geral de quais são os tipos de discussões e o que cada um dos perfis prioriza em seus debates. A seguir, as categorias e seu número de curtidas:

Temática geral	Ana Campagnolo	Pietra Bertolazzi	Ingred Silveira	Total
Definições para o Feminismo	1	2	3	6
Comportamento das mulheres - vestimenta; violência.	0	4	1	5
Opiniões - Governo Lula	5	0	0	5
Crença religiosa	0	2	0	2
Vida pessoal	0	0	2	2
Comentários sobre casos de repercussão pública, envolvendo pessoas públicas	2	0	2	4
TOTAL por perfil	8	8	8	24

Algumas observações iniciais são: as três trataram de definições para o feminismo; e Silveira é a que mais trouxe o debate; Campagnolo investe em discussões políticas - previsível visto que é legisladora; e Bertolazzi prioriza assuntos religiosos.

Análise dos resultados

Podemos destacar, neste resumo, algumas das nossas conclusões. Para começar, no vídeo mais curtido de Campagnolo, em que ela se pronuncia sobre o divórcio de Cíntia Chagas, figura conhecida nas redes por dar dicas de língua portuguesa, a deputada afirma: “*o verdadeiro autor dos direitos humanos e resgatador da dignidade feminina foi Jesus Cristo e depois dele a igreja*”. A afirmação veio depois dela explicar que Cíntia recebeu “*uma carta de uma coalizão feminista*”, e que não deveria ‘cair nessa’ porque as feministas mentem. Ela prossegue e aponta a bíblia e o cristianismo como os caminhos possíveis para a dignidade feminina.

Para esta reflexão, Pinto (2009) pode ser mencionada.

tanto o movimento feminista quanto a sua teoria transbordaram seus limites, provocando um interessante embate e

reordenamento de diversas naturezas na história dos movimentos sociais e nas próprias teorias das Ciências Humanas em geral (Pinto, 2010, p.15).

A afirmativa de Campagnolo nega a história e contribui com o apagamento da luta social travada ao longo da história, por mulheres. Já Ingrid Silveira afirma que o machismo e o feminismo são iguais, equiparando os males irreparáveis que o machismo representa a um movimento de luta social, num vídeo que lhe rendeu mais de 400 mil curtidas. A justificativa é que as mulheres feministas não aceitam mulheres que querem ‘ser do lar’, porque sua revolução prega a destruição da família. Já Bertolazzi sugere, em um de seus vídeos, que mulheres usam roupas curtas para atrair desejo masculino, induzindo o homem ao pecado. Em outro, ela explica como um marido deve querer que sua esposa se vista.

As declarações, de uma maneira geral, colocam na conta do feminismo a culpa pelos problemas ligados às relações humanas na contemporaneidade e buscam dizer que o avanço dos direitos das mulheres não teve influência do movimento social. Além disso, as questões cristãs são colocadas como forma de desnaturalizar pautas feministas, como liberdade para se vestir como quer, reprimindo esses comportamentos sob justificativa de que na verdade as mulheres devem seguir determinados preceitos ao realizar certos comportamentos, a exemplo da escolha de sua roupa.

Estas alegações precisam ser pensadas a partir de uma reflexão simbólica e política: a quem interessa ver o feminismo como o responsável por ‘falhas’ sociais da contemporaneidade? Vivemos disrupções nas relações sociais, econômicas, e incontáveis variáveis podem justificá-las. Mas a bandeira antifeminista, ultraconservadora, tem uma resposta pronta para isso: o feminismo. E essa resposta é publicizada através de assinaturas de cursos, inclusive. Tanto Bertolazzi como Campagnolo lucram com o ramo, fora do Instagram.

Quando Miskolci (2010) disserta sobre empreendedorismo moral, ele explica que comunidades que foram fragilizadas de alguma maneira, a exemplo da desigualdade econômica, estão carentes de respostas. As antifeministas têm trabalhado nisso, nos alertando para um cenário que se direciona a um caminho feito de controle e de repressão, quando o assunto é o combate às desigualdades de gênero.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 3. reimpr. da 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016. Título original: *L'analyse de contenu*.

CRUZ, M. H.; DIAS, A. F. **Antifeminismo**. Revista de estudos de cultura, 2015.

COELHO, Clara. **Feminismos no Instagram: uma análise sobre compartilhamento de teoria feminista na rede social**. São Paulo: Periféria, 2021.

FERREIRA, Carolina. **Feminismos web: linhas de ação e maneiras de atuação no debate feminista contemporâneo**. Cadernos Pagu, 2015.

GALETTI, Camila; MESSEMBERG, Débora. Mulheres antifeministas na cena política. **Le Monde Diplomatique Brasil**, edição 201, 2 abr. 2024. Disponível em: <https://diplomatique.org.br/mulheres-antifeministas-na-cena-politica/>. Acesso em: 4 jul. 2025

MAYER, Sofia. O que se sabe sobre caso da menina de 11 anos impedida de fazer aborto em SC após estupro. **G1**, 21 de jun de 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2022/06/21/o-que-se-sabe-sobre-caso-da-menina-de-11-anos-impedida-de-fazer-aborto-em-sc-apos-estupro.ghtml> Acesso em: 24 de maio de 2025.

MISKOLCI, Richard. **Batalhas Morais: política identitária na esfera pública tecno-midiatizada**. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, história e poder**. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, v. 18, jun. 2010.

RIBEIRO, Djamila. **Quem tem medo do feminismo negro?**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

ROCK CONTENT. As maiores redes sociais. **Rock Content**, 28 fev. 2022. Atualizado em 11 abr. 2024. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/as-maiores-redes-sociais/>. Acesso em: 4 jul. 2025.

SOIHET, RACHEL. **Zombaria como arma antifeminista: instrumento conservador entre libertários**. Florianópolis: Estudos Feministas, 2005.

SUAREZ, Joana. Como funciona o movimento que propaga o ódio às feministas no Brasil. **UOL**, 1 de ago de 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/azmina/2023/08/01/brasil-como-funciona-o-moviment-o-que-propaga-o-odio-as-feministas.htm?cmpid=copiaecola> Acesso em: 26 de maio de 2025.

VALOR ECONÔMICO. Debate nas redes é dominado por antifeminismo no Brasil. **Valor Econômico**, 13 mar. 2025. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2025/03/13/debate-nas-redes-e-dominado-por-antifeminismo-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 4 jul. 2025.