Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

“O homem comum virou o novo inimigo do sistema”: vitimização masculina e antifeminismo na machosfera brasileira[1]

“The ordinary man has become the new enemy of the system”: male victimization and antifeminism in Brazilian manosphere

Vinícius Barcellos
Lucía Silveira Alda

Palavras-chave: Instagram; Masculinidade; Misoginia digital; Red pill.

1. Introdução

As mídias digitais ocupam papel central na constituição das identidades contemporâneas, especialmente entre adolescentes e jovens, que encontram nesses espaços ambientes de sociabilidade, construção de pertencimentos e consumo de informações (Sibilia, 2008; Castells, 2009; Boyd, 2014). Plataformas como Instagram, TikTok e YouTube atuam como ferramentas de comunicação e sociabilização, além de serem espaços de circulação de discursos, valores e representações sociais que influenciam a forma como sujeitos percebem a si mesmos e aos outros.

Entre os fenômenos que têm ganhado visibilidade nos últimos anos encontra-se a machosfera[2] (do inglês, manosphere), definida por Ging (2019) como um conjunto de comunidades on-line voltadas a discussões sobre masculinidades, relacionamentos, identidade masculina e oposição aos feminismos.

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.
[2] Também usa-se o termo “manosfera”.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Adicionalmente a isso, esse ecossistema on-line não opera apenas de forma explícita ou extremista; ao contrário, muitos de seus discursos estão disfarçados de autoajuda, empreendedorismo, humor ou desenvolvimento pessoal masculino, o que os torna ainda mais eficazes em engajar e influenciar jovens em momentos de vulnerabilidade afetiva, econômica ou social (Nagle, 2017; Ging, 2019). Tais discursos frequentemente dialogam com concepções associadas à masculinidade hegemônica, entendida como um modelo socialmente valorizado de ser homem, marcado pela força, autoridade, liderança, racionalidade e autossuficiência.

Diante desse cenário, esta pesquisa busca responder à seguinte questão: como conteúdos da machosfera presentes no Instagram produzem sentidos sobre masculinidades, misoginia e antifeminismo? O objetivo geral consiste em investigar os sentidos discursivos produzidos acerca das masculinidades e das relações de gênero nos conteúdos da machosfera.

2 Metodologia

A fim de responder a questão central da pesquisa, este trabalho utiliza abordagem qualitativa e articula três procedimentos metodológicos complementares: revisão bibliográfica, etnografia digital e Análise Crítica do Discurso (ACD).

A etnografia digital (Hine, 2000) foi utilizada como estratégia de imersão no campo empírico, permitindo acompanhar práticas, linguagens e dinâmicas comunicacionais presentes na machosfera brasileira. A pesquisa foi desenvolvida em duas etapas. A primeira, de caráter exploratório, ocorreu ao longo de 2025 e consistiu na observação de perfis públicos do Instagram associados à machosfera, com o objetivo de mapear influenciadores recorrentes e identificar características gerais dos conteúdos produzidos.

A segunda etapa, realizada entre janeiro e maio de 2026, correspondeu à coleta sistemática dos dados. Para reduzir interferências decorrentes da personalização

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

algorítmica, foi criada uma conta específica para a pesquisa, sem histórico prévio de navegação. A partir desse perfil, foram seguidos seis influenciadores frequentemente associados, em reportagens jornalísticas e materiais da imprensa, a conteúdos relacionados à red pill, ao antifeminismo e às masculinidades digitais. Em seguida, foram registrados os vinte primeiros reels recomendados pelo algoritmo da plataforma, possibilitando observar a lógica de circulação desses conteúdos.

Para a análise aprofundada, foram selecionados três vídeos do influenciador Rafael Aires[3] a partir da combinação de três critérios: alcance, engajamento e representatividade temática, priorizando conteúdos que apresentavam discursos relacionados à vitimização masculina, o antifeminismo e a oferta de soluções de consumo. A interpretação do *corpus* foi realizada por meio da Análise Crítica do Discurso proposta por Fairclough (2001), que compreende o discurso como prática social.

3. Resultados e discussão

Esta seção apresenta os resultados da análise dos três vídeos selecionados do *corpus*, produzidos e publicados pelo influenciador Rafael Aires e coletados no Instagram entre janeiro e maio de 2026. A análise foi organizada a partir das três dimensões do modelo tridimensional de Fairclough (2001) e orientada pela questão central da pesquisa.

3.1 O perfil de Rafael Aires

O perfil selecionado para análise é do influenciador Rafael Aires, que atua no Instagram sob o perfil @rafael.airess (Figura 1). Com 2 milhões de seguidores, Rafael Aires se posiciona como uma das figuras de maior alcance na machosfera brasileira. Sua biografia na plataforma sintetiza o posicionamento discursivo central do perfil:

[3] A análise e coleta de dados quantitativos quanto aos conteúdos da plataforma Instagram foram realizadas no dia 31/05/2026.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

"Verdades desconfortáveis/Nunca mais seja feito de otário", enunciados que articulam a retórica do despertar masculino, característica do universo red pill, à promessa de proteção contra a vulnerabilidade e o engano.

Figura 1 – Perfil analisado



Fonte: captura de tela do Instagram (2026)

O link disponibilizado na biografia direciona para o site rafaelaires.com/antiotario, reforçando a associação entre o discurso identitário e a oferta de produtos ou serviços digitais, padrão observado em todos os influenciadores acompanhados durante a etnografia.

3.2 Primeira análise: "a academia virou cabaré?"

O primeiro vídeo analisado foi publicado por Rafael Aires em 26 de abril de 2026 (Figura 2). O vídeo alcançou aproximadamente 1,6 milhão de visualizações, além de 60,1 mil curtidas, 4.272 comentários, 1.930 republicações e 5.090 compartilhamentos, números que indicam ampla circulação e elevado engajamento da audiência, posicionando-o como um dos conteúdos de maior ressonância no corpus analisado.

Figura 2 – Reel sobre a academia

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)



Fonte: Captura de tela da plataforma Instagram (2026)

O vídeo é iniciado com a pergunta retórica “É impressão minha ou a academia virou cabaré?”, por meio da qual Rafael Aires enquadra a presença feminina nas academias como sinal de degradação moral. A oposição entre “antigamente” e “hoje em dia” constrói uma narrativa conservadora de decadência, enquanto a afirmação de que as mulheres “se vitimizam” deslegitima denúncias de assédio ao enquadrar o assédio como consequência natural da utilização de determinadas roupas.

Na dimensão visual, o vídeo alterna a imagem do influenciador com cenas de mulheres treinando em roupas consideradas curtas, utilizando o corpo feminino simultaneamente como objeto de crítica e recurso de atração da audiência. Essa estratégia reproduz um repertório recorrente da machosfera, segundo o qual as mulheres

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

"provocam" e depois denunciam o assédio, deslocando a responsabilidade da violência para as vítimas.

A recepção do conteúdo reforça esse enquadramento. Os comentários mais curtidos culpabilizam as mulheres pela sexualização das academias, defendem seu banimento ou sugerem a segregação por gênero, enquanto apenas um comentário questiona a lógica de consumo desse tipo de conteúdo. Esse predomínio evidencia a circulação e a legitimação coletiva do discurso proposto pelo influenciador.

Na dimensão da prática social, o vídeo atualiza uma lógica histórica de controle dos corpos femininos ao responsabilizar as mulheres pelas reações masculinas e relativizar a violência de gênero. Ao mesmo tempo, exemplifica a lógica mercantil da machosfera: ao se apresentar como alguém que revela "verdades desconfortáveis", Rafael Aires acumula autoridade simbólica e converte identificação, engajamento e pertencimento em consumo de produtos digitais.

3.2 Segunda análise: Neymar, feminismo e a Lei da Misoginia

O segundo vídeo analisado (Figura 3) foi publicado por Rafael Aires em 6 de abril de 2026. O conteúdo registrou aproximadamente 685 mil visualizações, 42,1 mil curtidas, 1.426 comentários, 1.520 republicações e 4.029 compartilhamentos. Embora o alcance seja inferior ao do primeiro vídeo analisado, os índices de republicação e compartilhamento indicam elevada circulação ativa do conteúdo.

Figura 3 – Reel sobre o Neymar

Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)



Fonte: Captura de tela da plataforma Instagram (2026)

O vídeo articula três vozes: uma fala de Neymar Jr., um comentário sobre machismo e a interpretação de Rafael Aires. A partir da declaração do jogador de que o árbitro teria acordado "meio de chico"[4], o influenciador constrói a narrativa de que uma

[4] A expressão "estar de chico" é utilizada como eufemismo para se referir à menstruação. De origem portuguesa, o termo "chico" é associado à ideia de sujeira, sendo relacionado à palavra "chiqueiro" e ao sentido de "porco". Essa associação remete a uma concepção histórica em que a menstruação era vista como algo impuro, especialmente por ser compreendida como um impedimento às relações sexuais. Assim, "estar de chico" passou a carregar o sentido de "estar suja". Além disso, utilizar a menstruação como justificativa para desqualificar o humor, a opinião ou o comportamento de alguém é considerada machista, pois transforma um processo biológico natural em argumento para invalidar mulheres e pessoas que menstruam. Ao associar a menstruação à irritabilidade, instabilidade emocional ou falta de racionalidade, esse tipo de comentário reforça estereótipos de gênero historicamente usados para diminuir a credibilidade das mulheres e tratá-las como menos capazes de agir ou decidir com razão.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

fala banal pode ser interpretada como machismo, colocando qualquer homem sob ameaça.

Ao selecionar esses recortes, Aires sustenta que o "homem comum" se tornou alvo de perseguição. A legenda "o homem comum virou o novo inimigo do sistema" reforça esse enquadramento ao mobilizar um antagonista amplo e pouco definido, típico de narrativas conspiratórias, no qual Estado, mídia e feminismo aparecem como partes de um mesmo projeto. Essa construção corresponde ao que Fairclough (2001) denomina equivalência hegemônica: Neymar é equiparado ao "cidadão comum", apagando diferenças sociais para produzir um sentimento coletivo de vitimização masculina.

O argumento é intensificado ao apresentar o feminismo como um projeto de controle e silenciamento dos homens, enquanto o encerramento explicita a dimensão mercantil do discurso ao associar o cenário de ameaça à venda do e-book Manual do Antiotário. Assim, medo e consumo tornam-se elementos complementares de uma mesma estratégia comunicacional.

Essa dinâmica aproxima-se do conceito de "fantasma de gênero" (Butler, 2024), segundo o qual o gênero é construído como uma ameaça difusa capaz de mobilizar pânicos morais. No vídeo, o feminismo é apresentado como uma força oculta responsável por perseguir o "homem comum", produzindo uma narrativa que alimenta simultaneamente o engajamento da audiência e a comercialização de soluções.

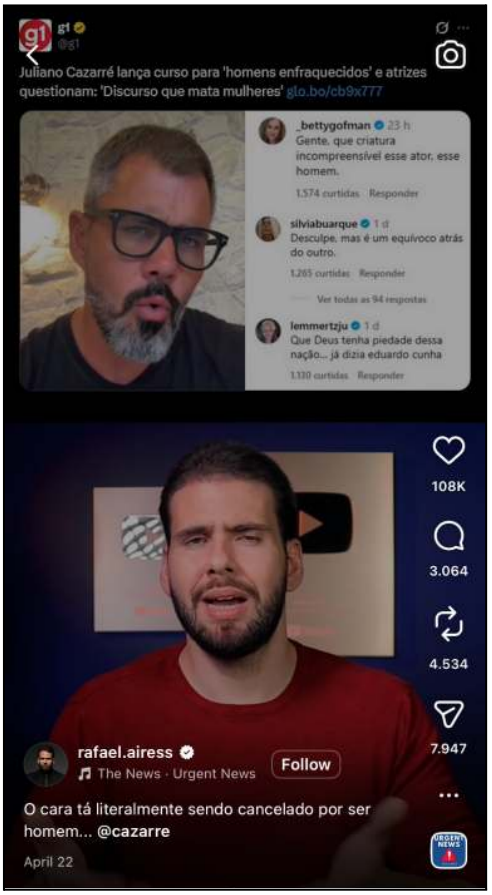
Além disso, a montagem dos recortes evidencia uma estratégia recorrente da machosfera: ao selecionar, editar e reorganizar falas de terceiros, o influenciador controla o enquadramento interpretativo e reforça a narrativa de perseguição masculina. Ao posicionar os homens como vítimas de um suposto projeto feminista, o discurso incentiva o ressentimento e a recusa da solidariedade às mulheres, produzindo efeitos que extrapolam o ambiente digital e incidem sobre as relações de gênero.

3.3 Terceira análise: Juliano Cazarré e o "enfraquecimento do homem"

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

O terceiro vídeo analisado (Figura 4) foi publicado por Rafael Aires em 22 de abril de 2026. O conteúdo alcançou aproximadamente 1 milhão de visualizações, registrando 108 mil curtidas, 3.064 comentários, 4.534 republicações e 7.947 compartilhamentos.

Figura 4 – Vídeo sobre o caso Cazarré



Fonte: Captura de tela da plataforma Instagram (2026)

O vídeo se apropria da controvérsia em torno de um evento sobre masculinidade[5] promovido por Juliano Cazarré para sustentar a narrativa de perseguição

[5] O ator Juliano Cazarré criou o evento "O Farol e a Forja", um encontro de imersão de três dias voltado exclusivamente para o público masculino, focado em masculinidade, liderança, fé e propósito. Descrito como o maior do tipo no Brasil, a iniciativa busca orientar homens que se sentem perdidos e fortalecer valores tradicionais.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

aos homens. Rafael Aires apresenta o ator como alguém que “se tornou o maior inimigo do Estado brasileiro”, enquadrando o episódio como um caso de perseguição política antes mesmo de revelar o suposto “crime”: organizar um evento sobre masculinidade. A desproporção entre a acusação e o fato é utilizada para sugerir que opiniões consideradas comuns estão sendo injustamente classificadas como misoginia.

Esse recurso evidencia uma estratégia recorrente da machosfera: o uso da ironia para inverter o sentido das acusações de machismo e apresentá-las como a verdadeira violência. A sequência “agora vamos ver os crimes cruéis que ele cometeu” introduz, em tom de deboche, uma lista de características ordinárias, mobilizando o que Fairclough (2001) denomina ironia intertextual, isto é, a apropriação do discurso do adversário para esvaziar sua legitimidade.

O vídeo também constrói uma identidade coletiva baseada na oposição entre "nós" e "eles". Expressões como “gente fresca, estrogenada e mimada” desqualificam os críticos ao associar feminilidade à fraqueza, enquanto a frase “se os artistas estão chorando, nós estaremos sorrindo” interpela o espectador a integrar uma comunidade masculina definida pelo antagonismo ao feminismo e à esquerda. Essa dinâmica aproxima-se do conceito de distinção simbólica de Bourdieu (1989), em que a identidade do grupo se afirma pela oposição ao outro.

Na dimensão da prática discursiva, Rafael Aires transforma uma controvérsia amplamente repercutida na mídia em evidência de uma suposta perseguição à masculinidade, convertendo um acontecimento público em combustível para a narrativa da machosfera. Essa lógica pode ser compreendida à luz do conceito de pânico moral (Cohen, 1972; Butler, 2024), no qual o feminismo é construído como ameaça à masculinidade e à ordem social, mobilizando engajamento e consumo.

Por fim, o vídeo evidencia uma característica central da machosfera: a dependência do adversário. É a existência de um inimigo permanente que sustenta a

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

identidade do grupo, a produção de conteúdos e a lógica de funcionamento desse ecossistema comunicacional.

4. Considerações finais

A análise dos três vídeos evidenciou que os conteúdos produzidos por Rafael Aires mobilizam estratégias discursivas que constroem uma identidade masculina baseada na vitimização, no antagonismo ao feminismo e na deslegitimação das pautas de gênero. Por meio de escolhas lexicais, enquadramentos narrativos e recursos multimodais, os vídeos naturalizam discursos antifeministas e reforçam uma percepção de ameaça permanente dirigida aos homens.

Conclui-se que a construção desse antagonismo é central para a lógica da machosfera, na medida em que a figura do feminismo como inimigo recorrente sustenta a produção de conteúdos. Assim, a machosfera opera não apenas como espaço de circulação de discursos sobre masculinidades, mas como um ecossistema comunicacional que articula identidade, conflito e consumo nas plataformas digitais.

Referências

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOYD, Danah. *It's complicated: the social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press, 2014.

BUTLER, Judith. *Quem tem medo do gênero?* São Paulo: Boitempo, 2024.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.

COHEN, Stanley. *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*. Oxford: Martin Robertson, 1972.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora da UnB, 2001.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

GING, Debbie. Alphas, Betas and Incels: theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, v. 22, n. 4, p. 638-657, 2019.

HINE, Christine. *Virtual Ethnography*. Londres: Sage, 2000.

NAGLE, Angela. *Kill All Normies: online culture wars from 4chan and Tumblr to Trump and the alt-right*. Winchester: Zero Books, 2017.

SIBILIA, Paula. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.