

## **“O mal que o feminismo representa”: uma análise do pânico moral nas narrativas antifeministas do *Instagram***

**“EL MAL QUE REPRESENTA EL FEMINISMO”:** un análisis del pánico moral en las narrativas antifeministas de *Instagram*

**“THE EVIL THAT FEMINISM REPRESENTS”:** an analysis of moral panic in antifeminist narratives on *Instagram*

---

FABIANA MORAES<sup>1</sup>, FERNANDA KEMILLY SILVA LIRA<sup>2</sup>

---

**Resumo:** Este trabalho analisa narrativas antifeministas de três perfis no *Instagram* e os mecanismos pelos quais contribuem para a construção do pânico moral no ambiente digital. A partir da análise de conteúdo (Bardin, 2016) de vídeos publicados entre 2024 e 2025, e à luz das formulações de Cohen (1972) e Machado (2004), identifica-se que o feminismo é construído como ameaça à ordem moral cristã, em narrativas que fragilizam direitos historicamente conquistados pelas mulheres e são amplificadas pelos algoritmos da plataforma. Esse processo se organiza em três eixos: desinformação de gênero, misoginia estrutural e empreendedorismo moral.

**Palavras-chave:** Antifeminismo; Pânico moral; *Instagram*; Redes sociais.

---

<sup>1</sup> Doutora em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) com mestrado em Comunicação pela UFPE. Professora da Pós-Graduação em Comunicação Social e da graduação em Comunicação Social no Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco (CAA/UFPE). Vice-coordenadora do Núcleo de Design e Comunicação Social (NDC/UFPE) e coordenadora do Observatório da Vida Agreste (OVA/UFPE). Pesquisa jornalismo, subjetividade, ficção, arte, pobreza, gênero e raça. Autora dos livros *O Nascimento de Joicy* (2015) e *A Pauta é uma Arma de Combate* (2022). Possui três Prêmios Esso e outras premiações nacionais. Colunista do The Intercept Brasil e da Revista Gama. Email: fabiana.msilva2@ufpe.br

<sup>2</sup> Recém-graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Centro Acadêmico do Agreste (CAA/UFPE). Email: fernanda.kemilly@ufpe.br

**Resumen:** Este trabajo analiza narrativas antifeministas de tres perfiles de *Instagram* y los mecanismos mediante los cuales contribuyen a la construcción del pánico moral en el entorno digital. A partir del análisis de contenido (Bardin, 2016) de videos publicados entre 2024 y 2025, y a la luz de las formulaciones teóricas de Cohen (1972) y Machado (2004), se identifica que el feminismo es construido como una amenaza al orden moral cristiano, en narrativas que debilitan derechos históricamente conquistados por las mujeres y son amplificadas por los algoritmos de la plataforma. Este proceso se organiza en tres ejes: desinformación de género, misoginia estructural y emprendimiento moral.

**Palabras clave:** Antifeminismo; Pánico moral; *Instagram*; Redes sociales.

**Abstract:** This study analyzes antifeminist narratives from three *Instagram* accounts and the mechanisms through which they contribute to the construction of moral panic in the digital environment. Based on content analysis (Bardin, 2016) of videos published between 2024 and 2025, and drawing on the theoretical frameworks of Cohen (1972) and Machado (2004), it identifies that feminism is constructed as a threat to the Christian moral order, within narratives that weaken historically achieved women's rights and are amplified by the platform's algorithms. This process is organized into three axes: gender disinformation, structural misogyny, and moral entrepreneurship.

**Keywords:** Anti-feminism; Moral panic; *Instagram*; Social media.

## Introdução

O Brasil tem assistido a uma intensificação da violência contra a mulher. Em 2025, o país registrou o maior número de feminicídios desde a tipificação do crime, exatos dez anos antes: foram 1.568 pessoas assassinadas em razão de sua condição de gênero, de serem mulheres (Souza, 2026), o patamar de violência mais alto do patriarcado. A persistência das violências de gênero é uma das razões que exige a continuidade do movimento feminista<sup>3</sup>, tanto como instrumento crítico na sociedade quanto de ação e cobrança perante o Estado, incluindo no meio digital.

Na obra *Batalhas Morais: política identitária na esfera pública técnico-midiaticizada* (2021), Miskolci traça um mapeamento histórico e social que

---

<sup>3</sup> Mais do que um movimento organizado, o feminismo se revela no trabalho, na esfera doméstica e em todas as esferas nas quais a recriação das relações interpessoais se torna o objetivo das mulheres, guiadas por um prisma em que a desvalorização ou inferioridade com o feminino não aconteça (Alves; Pitanguy, 1985).

explica como a agenda política contra direitos sexuais e reprodutivos fortaleceu-se a partir dos conflitos acerca do que ficou conhecido como "ideologia de gênero". Uma agenda que, segundo o autor, intensificou-se com o surgimento de assuntos não populares no debate público, a exemplo da legalização do aborto. Estas temáticas ganharam impulso desde a eleição presidencial de 2010, quando, pela primeira vez na história nacional, duas mulheres (Dilma Rousseff e Marina Silva) tinham chances reais de vitória. A primeira conquistou o cargo, foi reeleita em 2014 e sofreu impeachment em 2016. A partir de então, o país vive de forma intensa movimentos de apoio e de discórdia às novas temáticas, enquanto as plataformas digitais servem de microfone público (Miskolci, 2021).

Conforme aponta Céli Pinto (2010), o feminismo constitui simultaneamente um movimento político e um campo de produção teórica. No Brasil, sua trajetória remonta às mobilizações sufragistas do início do século XX e amplia-se com a redemocratização, quando incorpora de forma mais expressiva pautas relacionadas à raça, sexualidade, classe e violência (Coêlho, 2021). Essa pluralização fortalece sua capacidade crítica e favorece sua atuação em novos espaços de mobilização, como o ambiente digital (Ferreira, 2015).

Enquanto o feminismo se fortalece no ambiente digital, o antifeminismo também amplia sua visibilidade, tensionando direitos historicamente conquistados pelas mulheres. No Brasil, tais disputas se intensificam-se em um cenário marcado pela emergência de conflitos morais, em torno dos debates sobre gênero e sexualidade (Miskolci, 2021).

O antifeminismo, compreendido por Cruz e Dias (2015) como um contramovimento discriminatório contra as mulheres, não é recente nem homogêneo. Moreira (2024) aponta que suas manifestações contemporâneas se vinculam à direita ultraconservadora e se organizam em torno de uma gramática moral que associa o feminismo à destruição da família, à "ideologia de gênero" e à chamada "agenda globalista". Nesse contexto, a desinformação de gênero ocupa papel estratégico ao distorcer dados e fabricar ameaças para mobilizar reações contrárias ao feminismo (Anjos, 2019). Já a misoginia, enquanto categoria analítica, opera, conforme Manne (2017), como um sistema de controle e punição das mulheres que transgridem normas de gênero, especialmente as feministas.

Inserida nesse contexto, esta pesquisa investiga narrativas antifeministas disseminadas por mulheres no *Instagram*, com foco na construção moral das

suas argumentações. A plataforma (146,1 milhões de usuários, no Brasil<sup>4</sup>) tem se consolidado como um espaço estratégico tanto para pautas feministas quanto antifeministas. E para compreender esse ambiente é preciso considerar suas lógicas algorítmicas: conforme Silva (2022), plataformas digitais amplificam vieses sociais ao favorecer conteúdos capazes de gerar forte engajamento emocional (como indignação e medo). Seus mecanismos de recomendação e curadoria privilegiam publicações com altos índices de interação, beneficiando conteúdos sensacionalistas (Leite, 2025). Nesse sentido, as narrativas antifeministas analisadas não apenas circulam na plataforma, mas também são moldadas por incentivos algorítmicos.

Diante disso, investigar tais discursos contribui para os estudos da comunicação ao evidenciar como disputas simbólicas em torno dos direitos das mulheres são mediadas e amplificadas nas redes sociais, produzindo efeitos que extrapolam o ambiente digital, uma vez que a sociedade está respondendo com mais agressões às mulheres, como apontam os citados dados de violência contra a mulher.

O *corpus* empírico é composto por vídeos publicados pelos perfis de Ana Campagnolo, Pietra Bertolazzi e Ingrid Silveira, três vozes públicas da bandeira antifeminista ativas no *Instagram*. A seleção foi realizada entre setembro de 2024 e fevereiro de 2025. A partir do método de análise de conteúdo (Bardin, 2016), o estudo investigou de que maneira essas narrativas contribuem para a construção de um pânico moral. Este trabalho é fruto de um estudo maior desenvolvido a partir de um programa de iniciação científica realizado na Universidade Federal de Pernambuco, campus Agreste.

### **Apresentação teórica: pânico moral e empreendedorismo moral**

O antifeminismo não é uma reação recente à pauta feminista, mas um fenômeno tão antigo quanto os próprios avanços das mulheres. Quando o movimento sufragista ganhou força política no final do século XIX e início do século XX, emergiu paralelamente um contramovimento organizado de mulheres anti-sufragistas, que defendiam publicamente a exclusão feminina da vida política. Para Moreira (2024), essa lógica de contra-ofensiva estrutura o antifeminismo desde suas origens, alimentando-se do temor e do pânico moral associados à emancipação feminina. O que muda ao longo do tempo não é

---

<sup>4</sup> O dado, referente a junho de 2025, foi divulgado pela CNN Brasil com base em levantamento da empresa de software NapoleomCat (PIVA, 2025).

essa dinâmica, mas os meios pelos quais ela se manifesta, encontrando nas plataformas digitais um ambiente privilegiado de disseminação.

O conceito foi formulado originalmente pelo sociólogo sul-africano Stanley Cohen na obra *Folk Devils and Moral Panics* (1972). Para Cohen (1972, p. 9), o pânico moral ocorre quando "uma condição, episódio, pessoa ou grupo de pessoas emerge para ser definido como uma ameaça aos valores e interesses sociais". O autor identifica que esse processo envolve a atuação de agentes específicos - os chamados empreendedores morais<sup>5</sup>, responsáveis por transformar determinados grupos em *folk devils* (os "bodes expiatórios" do pânico). Nesse contexto, os meios de comunicação ocupam papel central na propagação do fenômeno, ao estereotipar e dramatizar a suposta ameaça. Cohen descreve ainda que o pânico moral possui um caráter cíclico e frequentemente desproporcional: a resposta social gerada tende a ser mais intensa do que o problema que a desencadeou, e o fenômeno eventualmente perde força, embora possa ressurgir sob novas roupagens.

A partir desse enquadramento original, Machado (2004) revisa o conceito e identifica três fases para a gênese do pânico moral: a invenção do problema (chamada de inventário), a sua significação e, por fim, a ação. Essa estrutura em fases, ainda que didática, não deve ser lida como uma progressão rígida e linear, especialmente no ambiente digital, onde os processos de construção do pânico se dão de maneira simultânea, acelerada e fragmentada, conforme será discutido nas análises.

Para Miskolci (2021), o Brasil viveu um intenso pânico moral recente, através do que ficou conhecido como "ideologia de gênero". O fato de a temática tornar-se uma ameaça para a sociedade é interessante para este trabalho porque revela a retórica moralista da bandeira antifeminista como algo muito maior: uma agenda política contra direitos sexuais e reprodutivos. Depois de traçar o percurso que formou o fantasma da ideologia de gênero, Miskolci traz uma indagação muito importante: "Quem se beneficia do medo coletivo?" (2021, p. 61). Logo depois, ele responde: os empreendedores morais que, a partir de campanhas formatadas em uma cruzada, catalisam "as respostas emocionais ao terror que eles próprios disseminam" (2021, p. 61).

---

<sup>5</sup>Essa menção de Cohen remete ao conceito formulado por Howard S. Becker na clássica obra dos *Outsiders* (1963), referente a atores empenhados em definir determinados grupos ou comportamentos como desviantes moralmente.

Mais recentemente, Miguel *et al.* (2026) aplicam o conceito de pânico moral aos discursos antifeministas da chamada "machosfera", mostrando como a ideia de desamparo masculino é mobilizada para construir supostas "leis misândricas" como ameaça moral. O estudo evidencia que o fenômeno se adapta ao ambiente digital e assume diferentes formas conforme o espaço de circulação, perspectiva que auxilia a compreender suas manifestações específicas no *Instagram*.

Ainda nesse campo, a dissertação de mestrado de Julia dos Anjos (2019), intitulada *Megeras (in)domadas: discurso de ódio antifeminista nas redes sociais*, oferece contribuição direta ao objeto investigado. A autora analisa como o discurso de ódio direcionado ao feminismo se estrutura nas redes sociais brasileiras, identificando padrões recorrentes de desumanização, ridicularização e ameaça. Sua pesquisa mostra que o ódio antifeminista digital não é difuso, mas organizado em torno de enquadramentos específicos que associam o feminismo à desestabilização de papéis de gênero considerados naturais e aparecem de maneira sistemática nos perfis analisados neste trabalho.

Logo, esta pesquisa parte também da hipótese de que, assim como os empreendedores morais, frequentemente representados por políticos brasileiros, utilizaram o medo em torno da chamada "ideologia de gênero" para promover retrocessos nos direitos sexuais, os direitos reprodutivos e outras pautas relacionadas às mulheres também vêm sendo fragilizados por grupos que operam a partir de diagnósticos e respostas de caráter moral para a sociedade. No caso específico das falas analisadas por esta pesquisa, isso aparece por meio de um apelo direto que associa as causas feministas ao "demônio"; à condenação da figura de Jesus Cristo e a própria realidade "indigna" que as mulheres vivem na sociedade.

## **Metodologia e resultados**

Esta pesquisa analisou 24 vídeos publicados por três perfis antifeministas no *Instagram*. As contas pertencem a Ana Campagnolo, deputada estadual (PL/SC) eleita pela primeira vez em 2018 e reeleita em 2022; Ingrid Silveira e Pietra Bertolazzi, duas influenciadoras digitais brasileiras. Uma conta do *Instagram* foi criada para a exploração do universo antifeminista e posterior escolha dos perfis. Optou-se por escolher contas com maior número de seguidores e seguidoras e que apresentassem conteúdos diversos (uns mais rápidos e outros mais adensados). O critério de escolha dos períodos

considerou momentos politicamente relevantes: setembro a outubro de 2024, em razão das eleições municipais brasileiras, e janeiro a fevereiro de 2025, pela ascensão de Donald Trump, político da extrema direita estadunidense com influência global. Para a seleção dos vídeos, foram escolhidos os quatro conteúdos mais curtidos de cada perfil em cada período, totalizando oito vídeos por perfil e 24 no total.

A seguir, apresenta-se uma tabela com as temáticas dos conteúdos coletados<sup>6</sup>, como parte da categorização dos dados na análise de conteúdo, método adotado com base em Bardin (2016). Para a autora, o método trata de uma abordagem qualitativa voltada ao sentido das mensagens. Nesse campo, distinguem-se duas vertentes: a análise dos significados e a dos significantes. Esta pesquisa se insere na análise temática, voltada aos significados das falas dos perfis analisados. Além disso, Bardin (2016) estrutura o método em três etapas: descrição dos dados, inferência e interpretação.

A análise de conteúdo temática foi articulada ao referencial do pânico moral, utilizando as categorias de inventário, significação e ação/remediação como chaves interpretativas para compreender as funções sociais dos discursos analisados.

**Tabela 1:** Temáticas abordadas pelos três perfis

| <b>Categoria Temática</b> | <b>Palavras-chave</b>                                      | <b>Vídeos respectivos por perfil</b>                                                                            |
|---------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Esquerda e Feminismo      | mentira do feminismo, hipocrisia, aborto, bíblia, censura; | <b>Campagnolo:</b> vídeos 1, 2, 4 e 8<br><b>Silveira:</b> vídeos 1,3, 4, 5, 7 e 8<br><b>Bertolazzi:</b> vídeo 6 |
| Moral Cristã              | verdade, virtude, justiça divina, vestimenta;              | <b>Silveira:</b> vídeo 6<br><b>Bertolazzi:</b> 1, 2, 3, 4, 5, 7 e 8                                             |
| Governo Lula              | taxação, pix, monitorar, controlar;                        | <b>Campagnolo:</b> vídeos 3,5,6 e 7                                                                             |
| Conteúdo pessoal          |                                                            | Silveira: vídeo 2                                                                                               |

**Fonte:** Autora (2025)

A distribuição temática revela diferenças de ênfase, mas também convergências entre os perfis. "Esquerda e Feminismo" concentram a maior parte dos conteúdos de Silveira e Campagnolo, enquanto Bertolazzi destaca-se pela recorrência da categoria "Moral Cristã". A união entre "Esquerda" e

<sup>6</sup> A lista com os links para cada vídeo encontra-se na bibliografia.

"Feminismo" decorre da forma homogênea como ambos são apresentados nas narrativas, sempre associados à ideia de ameaça. Já "Governo Lula" e "Moral Cristã" aparecem como temas centrais em Campagnolo e Bertolazzi. Em conjunto, as categorias evidenciam narrativas distintas, sustentadas por princípios comuns.

## **Análise dos resultados**

As três mulheres antifeministas analisadas são cristãs: Campagnolo e Bertolazzi apresentam-se como católicas, enquanto Silveira é evangélica. Campagnolo (2,4 milhões de seguidores) produz vídeos mais longos e ancorados em referências teóricas. Silveira (553 mil seguidores), oriunda do TikTok, adota linguagem mais alinhada à lógica dos vídeos curtos, enquanto Bertolazzi (1 milhão de seguidores) ocupa uma posição intermediária: não tem um cargo de prestígio, mas já trabalhou na rádio Jovem Pan e é escritora, com uma retórica menos simplista que a de Silveira. Em termos temáticos, Campagnolo e Silveira abordam questões políticas, enquanto Bertolazzi concentra sua produção quase exclusivamente na religiosidade.

As três seguem umas às outras no *Instagram*. Essa estrutura de apoio entre perfis não é acidental, mas potencializada pela arquitetura da rede social. Quando perfis com bases de seguidores similares interagem entre si - curtindo, comentando e marcando uns aos outros - o algoritmo da plataforma interpreta esse engajamento cruzado como sinal de relevância e passa a recomendar os conteúdos de um perfil aos seguidores dos demais. Esse mecanismo, descrito por Silva (2022) como um vetor de amplificação de vieses, contribui para a formação de redes de desinformação de gênero coesas e com alto alcance orgânico.

Uma das palavras que esteve fortemente presente na narrativa das três antifeministas, sem dúvida, é “esquerda”. Mesmo Bertolazzi, que tem apostado numa imagem de desvinculação do meio político (e focando no que entende como “espiritualidade”), ainda produz conteúdo com críticas à esquerda, como no vídeo (5), no qual ela responde uma crítica respeito do seu posicionamento a favor da Idade Média. Nele, ela se defende dizendo que sua fala foi distorcida, e que essa é uma estratégia usada por “esquerdistas”.

Em fala sobre o “cancelamento” (movimento massivo de críticas a determinada figura nas redes sociais) da cantora brasileira Jojo Todynho, Silveira usa o termo "Senzala Ideológica" (vídeo 3) e coloca a esquerda como uma espécie de local de aprisionamento racial e moral. O termo, de cunho

racista, é particularmente revelador: ao acionar a metáfora da escravidão para descrever a suposta coerção identitária da esquerda, Silveira opera simultaneamente uma banalização da experiência histórica negra e uma inversão simbólica que posiciona conservadores brancos como vítimas de opressão. Essa inversão é característica do que Anjos (2019) identifica como estrutura retórica do discurso antifeminista online: o movimento de vitimização dos grupos privilegiados como estratégia para deslegitimar as demandas de grupos historicamente marginalizados.

Nesse sentido, há, muito graficamente, o primeiro inimigo em comum: a esquerda e, por conseguinte, o feminismo. No vídeo mais curtido da deputada Ana Campagnolo (126 mil curtidas), a trajetória do movimento feminista é deslegitimada sob dois argumentos: o de que o movimento nunca lutou por dignidade para as mulheres (mencionando para isso um suposto amante e "predador sexual" de Simone de Beauvoir), e que o movimento não pauta setores que já favorecem mulheres (vídeo 1). A conclusão de Campagnolo é direta: o feminismo não protege as mulheres, e sim as prejudica. A culpa pela violência e pela indignidade que elas sofrem não estaria no patriarcado, mas no próprio movimento que o denuncia, pois "são justamente as feministas que apregoam que a sexualidade deve ser livre, irrefreada e sem limites" (vídeo 1, 09:51), argumenta a deputada. Não por acaso, ao final do vídeo, a parlamentar sintetiza essa construção discursiva na expressão "o mal que o feminismo representa", frase que dá título a este artigo. Silveira segue a mesma lógica (vídeo 7): responsabiliza o feminismo pelo desinteresse das mulheres em ter filhos e encerra o vídeo com reflexões bíblicas sobre a maternidade como bênção e como sacrifício necessário.

Essa operação retórica, a de responsabilizar o feminismo pela violência sofrida pelas mulheres, é uma das mais recorrentes no repertório antifeminista contemporâneo. Anjos (2019) a identifica como "inversão da culpa": ao atribuir ao movimento que denuncia a violência a responsabilidade por ela, o discurso antifeminista desvia o debate da estrutura patriarcal e direciona o ódio para as próprias mulheres que resistem a ela. Trata-se, portanto, não apenas de desinformação, mas de misoginia funcionalmente organizada, o que Kate Manne (2018) descreveria como o braço punitivo do patriarcado, voltado especificamente àquelas que desafiam suas normas.

Tal construção discursiva pode ser relacionada com a primeira fase da gênese no pânico, chamada de inventário. Para Cohen (1972), essa fase é marcada pelo exagero e pela distorção: os fatos que dão origem ao pânico são

amplificados, descontextualizados e reapresentados de maneira a parecerem mais graves e mais urgentes do que são. No ambiente digital, esse processo encontra terreno especialmente fértil, as lógicas de engajamento do *Instagram* incentivam conteúdos que provocam reações emocionais intensas, o que beneficia estruturalmente narrativas alarmistas e sensacionalistas em detrimento de análises matizadas. Para se aprofundar nessa fase, vale refletir os vídeos da deputada Ana Campagnolo acerca do Governo Lula - o assunto dominante entre os seus vídeos coletados.

Em vídeo publicado no final de 2024, ela anuncia que o Governo Lula aplicará em 2025 uma "taxação dos pobres", contradizendo, segundo ela, a promessa de campanha de isentar quem ganha até R\$ 5 mil, "mais uma mentira do PT" (vídeo 3, 02:55). Já no vídeo 6, o alvo é a taxação do Pix, a deputada constrói a medida como instrumento de vigilância estatal, alertando que a Receita Federal passará a monitorar e controlar os cidadãos. Quando a jornalista Renata Vasconcellos, da GloboNews, desmente as *fake news* que circulavam sobre o tema, Campagnolo publica a fala (vídeo 5) sugerindo, com sarcasmo, que a emissora assessora o presidente. O vídeo tornou-se o mais engajado do seu perfil no período. Primeiro, ela utiliza de uma retórica alarmista para tensionar uma medida do Executivo: "O governo Lula quer monitorar tudo que você faz e controlar tudo que você tem" (vídeo 6, 04:49). Depois, a estratégia é redirecionar a atenção das pessoas das *fake news* para o seu sarcasmo. Esse movimento de transformar a checagem jornalística em objeto de escárnio é uma estratégia documentada no repertório da desinformação contemporânea, ao ridicularizar o veículo que desmentiu a *fake news*, Campagnolo tanto preserva a narrativa falsa como reforça a desconfiança em relação às instituições de imprensa. Assim, a desinformação opera pela fabricação de conteúdo falso e descredibilização sistemática dos mecanismos de verificação.

Já no vídeo 7, o alarme é contra uma medida federal que restringe o uso de celulares por estudantes nas escolas. A deputada leva a questão para uma ideia de repressão, argumentando que estudantes terão seu meio de produção de provas (o celular) contra "professores abusadores" dificultado. Casos aleatórios são citados para construir a figura do professor como um potencial agressor, em contraste com a criança e o adolescente sob ameaça. O objetivo, de novo, é posicionar o governo de esquerda como uma ameaça através de recursos retóricos como dramatização e distorção (e desinformação no caso do Pix).

Chegando à vez do termo “feminismo”, no vídeo 4 a deputada defende que as mulheres alcançam o mercado com o pensamento de que devem trabalhar para não depender de homem. Isso porquê, defende ela, as feministas propagaram a ideia que deve-se trabalhar para descolar-se das suas famílias. Nessa interpretação, fatores como violência doméstica, abandono paterno ou desigualdade salarial são ignorados e substituídos por uma explicação única: a influência do pensamento feminista. Essa operação de redução causal, que Miskolci (2021) identifica como característica central do pânico moral, tem efeito duplo: simplifica o problema e aponta um culpado, criando as condições para a mobilização emocional.

A lógica pode ser mais uma vez exemplificada a partir de Silveira, quando, por exemplo, dados de violência, sequer comprovados, são usados a fim de distorcer a realidade brasileira de violência contra a mulher (vídeo 4) e quando aponta o feminismo como hipócrita usando como argumento comentários aleatórios de uma rede social sobre preferências sexuais (vídeo 8). Esse uso de dados não verificados é o que Anjos (2019) identifica como desinformação de gênero, a fabricação ou distorção de evidências empíricas para sustentar afirmações antifeministas que, de outra forma, não resistiriam ao escrutínio. No ambiente do *Instagram*, onde não há mediação editorial e o conteúdo circula antes de qualquer checagem, esse tipo de desinformação alcança grandes audiências antes de poder ser contestado.

Assim, através do exagero e da distorção, está montado um setor culpado pelos problemas sociais, econômicos e morais, a esquerda no panorama geral e o feminismo de maneira particular. As percepções desorganizadas são retroalimentadas por mulheres com influência pública, que comungam dos mesmos interesses e, nesse caso, se seguem e engajam nas publicações umas das outras, a fim de estabelecer a grelha interpretativa apontada por Machado (2004), em que se fixa simbolicamente a “verdadeira” origem do problema, que, nesse caso, defendem ser o feminismo. Esse processo encontra em Miguel *et al.* (2025) uma descrição precisa, os autores demonstram que a disseminação do pânico moral antifeminista nas redes sociais depende de uma rede de agentes que se referenciam mutuamente, produzindo um efeito de consenso e autoridade que amplifica a credibilidade das narrativas. No *Instagram*, a visibilidade mútua entre perfis é potencializada algoritmicamente, tornando essa rede simultaneamente mais coesa e mais difícil de contestar.

Com a ameaça lançada, o pânico moral parte para sua segunda fase: a significação. É aqui que são "criadas as condições para a confirmação das profecias e estereótipos iniciais" (Machado, 2004, p. 62). Essa fase envolve necessariamente a atuação dos meios de comunicação, que operam a estereotipização do grupo-alvo do pânico, produzindo imagens simplificadas e ameaçadoras que circulam amplamente (Cohen, 1972; Machado, 2004). No contexto digital, os próprios perfis das influenciadoras cumprem esse papel editorial, funcionando simultaneamente como produtoras e distribuidoras dos estereótipos. O que resulta uma imagem demonizada do grupo desviante, retratado como atípico e anormal, em contraste com uma imagem idealizada e hiper-normativa do pano de fundo social (Machado, 2004). Para adentrar esse contraste, os vídeos de Bertolazzi são interessantes.

Dos oito vídeos de Bertolazzi, três tratam do enaltecimento do catolicismo e três falam sobre a vestimenta da mulher. Essa concentração temática é significativa, uma vez que ao pautar sistematicamente o corpo feminino - o que a mulher pode ou não exibir - como questão moral central, Bertolazzi reproduz o que Manne (2018) descreve como o controle normativo dos corpos das mulheres enquanto mecanismo de manutenção da ordem patriarcal. A preocupação com a vestimenta feminina não é um tema trivial de estilo de vida, é uma forma de regulação moral do feminino que responsabiliza a mulher pela atenção sexual que recebe, deslocando a responsabilidade do agressor para a vítima. Esse enquadramento, típico da misoginia estrutural, é naturalizado no discurso de Bertolazzi sob o verniz da espiritualidade cristã. O "piriguetismo compulsório" (termo usado em seu vídeo 8) é representado, em sua fala, especificamente pela mulher de mini saia e de salto alto. Uma imagem sexualizada e ridicularizada em contraste com o ideal normativo cristão.

Já Silveira defende que mulheres feministas utilizam a internet para desejar atrocidades como suicídio, violência física por parte do marido e estupro a mulheres "do lar" (vídeo 5). Nenhum dado sobre isso foi apontado. Ela continua o vídeo defendendo que a "mulher do lar" não é interessante para a revolução feminista porque o movimento é anticapitalista. Segundo ela, isso indica que o movimento busca destruir a família para acabar com o acúmulo de riqueza familiar, justificando as motivações das supostas ofensas e ameaças disseminadas por feministas. Esse é o vídeo mais engajado dos avaliados nesta pesquisa (400 mil curtidas). Essa alta performance revela a dimensão algorítmica do problema, conteúdos que combinam vitimização e ameaça moral tendem a ser amplificados por gerarem forte engajamento emocional.

Para Cohen (1972), a fase de significação é aquela em que os *folk devils* são definitivamente constituídos como figuras ameaçadoras, em contraste com os valores que se pretende defender. Nos vídeos analisados, as feministas ocupam consistentemente esse lugar, são construídas como agressivas, hipócritas, destruidoras da família e contrárias aos interesses das próprias mulheres. Essa construção opera por um mecanismo que Anjos (2019) identifica como central no discurso de ódio antifeminista: a inversão da posição de vítima, pela qual o grupo agressor apresenta-se como ameaçado e o grupo historicamente oprimido é retratado como opressor.

O vídeo 8 de Campagnolo é exemplar dessa operação, por abordar a Resolução 258 do Conanda que, em sua ementa oficial, dispõe sobre o atendimento de crianças e adolescentes vítimas de violência sexual e a garantia de seus direitos, recorrendo à narrativa bíblica conhecida como o Massacre dos Inocentes. O episódio é descrito no Evangelho de Mateus, em que o rei Herodes, temendo perder o poder diante do nascimento de Jesus, ordena o assassinato de todas as crianças com menos de dois anos em Belém. Em vez de discutir o conteúdo da medida, a deputada concentra-se na rapidez de sua aprovação, comparando essa "pressa" à de Herodes para "matar o maior número possível de inocentes". O resultado é que uma resolução voltada à proteção de crianças vítimas de violência sexual é apresentada ao público como seu oposto, ou seja, uma ameaça à vida infantil.

A escolha da referência não é casual. Ao acionar um dos episódios mais carregados de horror moral no imaginário cristão, Campagnolo posiciona a esquerda como herdeira simbólica de Herodes. A associação dispensa argumentação detalhada e transforma uma política pública voltada à proteção de crianças vítimas de violência sexual em uma ameaça à vida infantil. Trata-se de um exemplo da fase de significação descrita por Cohen (1972), com a construção de uma fronteira simbólica entre o Bem e o Mal, no qual o grupo-alvo é convertido em *folk devil* e qualquer defesa da medida torna-se moralmente inaceitável.

Na última fase, dois processos atuam simultaneamente: sensibilização e mobilização de controle social. A sensibilização se refere "à focalização da atenção e consciência do público e dos media em quaisquer eventuais pistas do ressurgimento do problema" (Machado, 2004, p. 62). Já o segundo elemento trata "da rede conceptual e institucional que tem por função a explicação e o controle/gestão do desvio" (Machado, 2004, p. 62). Por isso, a fase é intitulada de "ação e remediação". Cohen (1972) sublinha que, aqui, o

pânico moral encontra sua forma mais institucionalizada, onde especialistas assumem publicamente a tarefa de "solucionar" o problema construído, propondo intervenções que frequentemente resultam em maior controle sobre os grupos-alvo do pânico.

O vídeo 4 de Silveira é uma demonstração clara da teoria. Após afirmar que o feminismo promove leis sexistas, ela finaliza o vídeo com a seguinte afirmação: "como candidata a vereadora, aqui no Rio de Janeiro, quero representar nossos filhos de forma igualitária" (vídeo 4, 01:37). Primeiro, ela sensibiliza o público sob uma ideia de que meninos estão em perigo e aponta, depois, que vai atuar para mudar essa realidade. Mas, embora Silveira comungue dos princípios da fase da ação e remediação, não alcança o espaço legislativo e não acessa, portanto, a rede institucional mencionada por Machado (2004). É aí que partimos para a deputada Campagnolo. Um exemplo claro do impacto atrelado ao cargo de legisladora é a "CPI do Aborto", da qual foi relatora. Instalada na Assembleia Legislativa de Santa Catarina em 2023, a comissão foi criada sob o argumento de investigar supostas irregularidades em procedimentos de aborto legal realizados no estado - especificamente em casos de gravidez resultante de estupro, direito garantido pela legislação brasileira desde 1940. Há, portanto, uma diferenciação nos papéis das antifeministas.

Essa divergência é central para a compreensão do fenômeno. Como demonstram Miguel *et al.* (2025), o pânico moral antifeminista contemporâneo estrutura-se em camadas de agentes com alcances distintos. Há os produtores de conteúdo de massa, que alimentam o pânico junto a grandes audiências com narrativas emocionalmente carregadas; há os empreendedores morais institucionalizados, que traduzem essas narrativas em instrumentos legais e políticos; e há os reprodutores do senso comum, que disseminam os valores sem necessariamente ter consciência do papel que cumprem na rede. Nos perfis analisados, Campagnolo ocupa o primeiro e o segundo nível simultaneamente, Bertolazzi o primeiro, e Silveira o terceiro, embora os limites entre essas posições sejam fluidos e dinâmicos.

Basta ir na descrição do *Instagram* de Campagnolo e clicar no link disponível para entender. Livros, cursos, oficinas e um convite: "estude comigo na Videoteca" são ofertados. A promessa da plataforma da deputada é a de fazer com que o "aluno" seja "implacável na defesa da verdade". Dentre os temas oferecidos, está: "Bioética, anticoncepcionais e aborto em detalhes". No mesmo sentido está Bertolazzi. A influenciadora dirige um convite sarcástico

(vídeo 6) à então ministra do Planejamento Simone Tebet, que se declarou publicamente feminista e cristã. A resposta de Bertolazzi não é um argumento teológico ou político elaborado, mas um produto: "assine meu curso para entender que não há como ser feminista cristã". Há aqui um dado que merece atenção analítica, tanto Campagnolo quanto Bertolazzi monetizam diretamente o pânico moral que produzem. Isso sugere que o empreendedorismo moral, no ambiente digital, não é apenas uma metáfora, mas um modelo de negócio. As plataformas digitais, ao permitirem e incentivarem a monetização de conteúdo via seguidores, assinaturas e produtos digitais, criam incentivos estruturais para a produção e amplificação de narrativas de medo e indignação.

Assim, na última fase da gênese do pânico moral, enquanto opera-se a construção retórica que sensibiliza as pessoas para os efeitos "reais" dos problemas, simultaneamente "especialistas" pronunciam seus diagnósticos. E, no caso do antifeminismo no *Instagram*, as melhores soluções exigem pagamento.

## Considerações Finais

Estudar a produção do pânico moral nos conteúdos digitais coletados, através do seu processo de formação dividido em três fases, foi uma forma de mostrar como as questões discutidas pelos perfis se conectam com o conceito. Isso não quer dizer que as antifeministas estão unidas essencialmente motivadas para desenvolver um pânico moral. No entanto, na prática, seus interesses e a condução deles nas mídias se revelam alinhados com o fenômeno. Essa convergência reforça um senso comum sustentado por argumentos moralizantes e fundamentalistas, que não apenas apagam as complexidades humanas, sociais e econômicas, como também fragilizam a legitimidade de pautas historicamente consolidadas. A análise demonstrou que as narrativas antifeministas no *Instagram* operam de maneira articulada em torno de três eixos: a desinformação de gênero, que distorce dados e fabrica ameaças; a misoginia estrutural, que responsabiliza as mulheres pelas violências que sofrem e regula seus corpos e comportamentos; e o empreendedorismo moral, que monetiza o pânico e o traduz em instrumentos políticos e legais. Esses três eixos se retroalimentam e são amplificados pelas lógicas algorítmicas do *Instagram*, que recompensam o engajamento emocional e incentivam a formação de redes de conteúdo coesas e de alto alcance.

O feminismo, nesse contexto, é construído como vilão de modo difuso e adaptável às demandas do engajamento digital, sendo um antagonista conveniente para sustentar interpretações reducionistas sobre questões

sociais complexas. Nesse sentido, as *big techs* também entram no questionamento emblemático de Miskolci (2021, p. 61): "quem se beneficia do medo coletivo?", uma vez que, para elas, o pânico moral deixa de ser só tolerado e passa a ser também rentável.

Como limitação deste trabalho, reconhece-se que a análise se concentrou nos aspectos discursivos dos conteúdos, sem examinar sistematicamente as métricas de alcance orgânico versus impulsionado, nem a dimensão da recepção, ou seja, como os seguidores respondem, interpretam e eventualmente reproduzem essas narrativas. Pesquisas futuras poderiam aprofundar essas dimensões, bem como investigar comparativamente o fenômeno em outras plataformas, como o *TikTok*, onde Silveira tem origem e onde as lógicas algorítmicas de amplificação apresentam características distintas.

Os conteúdos coletados foram analisados enquanto representação da pauta antifeminista contemporânea, investigando como fomentam o fenômeno do pânico moral, já desencadeado de maneira muito evidente na sociedade brasileira através da "ideologia de gênero". Ao reduzir fenômenos complexos sob oposições simplistas, esses discursos não apenas distorcem o debate público, mas também impactam diretamente a forma como direitos, corpos e modos de existência são compreendidos, disputados e regulados na sociedade.

## Bibliografia

- ANJOS, Júlia Cavalcanti Versiani dos. Megeras (in)domadas: discurso de ódio antifeminista nas redes sociais. **Escola de Comunicação**, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.
- ALVES, Branca; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. 6. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto; Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BECKER, Howard S. **Outsiders: studies in the sociology of deviance**. New York: Free Press, 1963.
- BERTOLAZZI, Pietra. @pietrabertolazzi. *Instagram*. Disponível em: <https://www.Instagram.com/pietrabertolazzi/>. Acesso em: 14 mar. 2026.
- CAMPAGNOLO, Ana. @anacampagnolo. *Instagram*. Disponível em: <https://www.Instagram.com/anacampagnolo/>. Acesso em: 14 mar. 2026.

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

COHEN, Stanley. **Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers**. London: MacGibbon and Kee, 1972.

CRUZ, Maria; DIAS, Alfrancio. Antifeminismo. **Revista de Estudos de Cultura**, São Cristóvão, v. 1, n. 01, 2015.

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

KARHAWI, Issaaf *et al.* Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, v. 17, n. 12, p. 46-61, 2017.

LEITE, Raphael. Redes sociais mais usadas no Brasil: ranking atualizado [2025]. **Zoho Blog**, 2025.

MACHADO, Carla. Pânico moral: para uma revisão do conceito. **Interações: Sociedade e as novas modernidades**, 2004.

MANNE, Kate. *Down Girl: The Logic of Misogyny*. New York: Oxford University Press, 2017.

MIGUEL, Vinícius Machado; CASTELLANO, Mayka; LEAL, Tatiane. A fabricação do desamparo no discurso da machosfera: o pânico moral com as “leis misândricas”. **E-Compós**, [S. l.], 2026. DOI: <https://doi.org/10.30962/e-comps.3271>. Acesso em: 23 maio 2026.

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

MOREIRA, Thaís. Permanências, rupturas, transformações: os antifeminismos de ontem e de hoje. **Plural**, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 77–97, 07 out. 2024.

PIVA, Gabriela. Brasil é termômetro para avaliar futuro do *Instagram*, diz VP da rede social. **CNN Brasil**, São Paulo, 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/brasil-e-termometro-para-avaliar-futuro-do-Instagram-diz-vp-da-rede-social/>. Acesso em: 27 maio 2026.

PINTO, Céli. Feminismo, história e poder. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15–23, jun. 2010.

SILVA, Tarcízio. Racismo algorítmico: inteligência artificial e discriminação nas redes digitais. São Paulo: **Edições Sesc SP**, 2022.

SILVEIRA, Ingrid. @ingredsilveirabr. *Instagram*. Disponível em: <https://www.instagram.com/ingredsilveirabr/>. Acesso em: 14 mar. 2026.

SOUZA, Felipe. Brasil tem maior número de feminicídios dos últimos 10 anos, diz pesquisa. **CNN Brasil**, São Paulo, 4 mar. 2026

## ANEXO A - VÍDEOS ANALISADOS

Perfil de Pietra Bertolazzi

Vídeo 1: BERTOLAZZI, Pietra. Meu Instagram, minhas regras! Obs.: Tive que repostar o vídeo pois não havia subido na íntegra. 10 out. 2024. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DA8xqMKOgN-/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/DA8xqMKOgN-/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 2: BERTOLAZZI, Pietra. Roupa não define caráter, mas caráter define roupa. 4 out. 2024. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DAtD\\_EPOUG1/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/DAtD_EPOUG1/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 3: BERTOLAZZI, Pietra. Sobre espiritismo. 8 out. 2024. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DA4Y3c7srO3/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DA4Y3c7srO3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 4: BERTOLAZZI, Pietra. Catolicismo e conservadorismo. 7 out. 2024. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DA1uFYUyEsk/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DA1uFYUyEsk/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 5: BERTOLAZZI, Pietra. Comente “DZ” para ter acesso a turma do Doutrina Zero 2025 com 50% de desconto. 21 jan. 2025. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DFGcRWyyX6j/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DFGcRWyyX6j/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 6: BERTOLAZZI, Pietra. Entenda sobre as pautas que defende. Conheça os movimentos que gostaria de aderir. Não seja como a Simone Tebet. Comente DZ neste vídeo para ter acesso gratuito à Masterclass “O Método QQC”, que abrirá a turma do Doutrina Zero 2025. 16 de jan. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DE5KZIKOk2A/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DE5KZIKOk2A/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 7: BERTOLAZZI, Pietra. Progressivamente, ao longo das últimas décadas, fomos todos nos acostumando com a falta de modéstia, de pudor e de vergonha a ponto de chegarmos ao ápice da falta de caridade que é termos pessoas literalmente peladas [...]. 17 fev. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DGMPDK1yqzw/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DGMPDK1yqzw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 8: BERTOLAZZI, Pietra. Piriguetismo culposo... Cê curte?. 28 fev. 2025. Instagram: @pietrabertolazzi. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DGomP\\_ey8A5/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DGomP_ey8A5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

#### Perfil de Ana Campagnolo

Vídeo 1: CAMPAGNOLO, Ana. Sobre todo esse burburinho em torno do divórcio da Cíntia Chagas. 11 out. 2024. Instagram: @anacampagnolo. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DBARRwnOa98/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DBARRwnOa98/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 2: CAMPAGNOLO, Ana. Imagine como seria a pauta em todas as redes sociais hoje se um político de direita tivesse feito o mesmo com um esquerdista [...]. 16 set de 2024.

Instagram: @anacampagnolo. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/C\\_\\_rX2wSDfL/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/C__rX2wSDfL/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 3: CAMPAGNOLO, Ana. Prometeram picanha, mas estão é descarregando um caminhão de impostos no lombo do povo. A partir de 2025, quem recebe dois salários mínimos terá que pagar imposto de renda. O apetite do governo petista em tomar dinheiro de quem trabalha e produz para entregar à companheirada é insaciável, ninguém escapa. 9 out 2024. Instagram: @anacampagnolo. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DA6z2rvSZbY/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/DA6z2rvSZbY/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 4: CAMPAGNOLO, Ana. O movimento feminista, muitas vezes, reforça a ideia de que ser mulher é sinônimo de dificuldade. Isso cria uma mentalidade de constante luta, distorcendo a realidade das mulheres. 19 out. 2024. Instagram: @anacampagnolo. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DBTyHP1OcN3/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/DBTyHP1OcN3/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 5: CAMPAGNOLO, Ana. s.n. 15 jan. 2025. Instagram: @anacampagnolo. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DE3E5PDSlNC/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DE3E5PDSlNC/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 6: CAMPAGNOLO, Ana. Dos mesmos criadores de “as comprinhas da Shein não serão taxadas”, está no ar agora “o governo irá monitorar as suas movimentações bancárias, mas fique tranquilo, você não será taxado” [...]. 11 jan. 2025.. Instagram: @anacampagnolo. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DEsUTqEugNo/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DEsUTqEugNo/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 7: CAMPAGNOLO, Ana. Lula sancionou uma lei que proíbe os alunos de usar celulares em sala de aula [...]. 6 fev. 2025. Instagram: @anacampagnolo. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DFv\\_B8Dynns/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DFv_B8Dynns/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 8: CAMPAGNOLO, Ana. A resolução abortista do Conanda foi imediatamente publicada pelo Governo Lula no Diário Oficial da União após decisão judicial [...]. 13 jan. 2025. Instagram: @anacampagnolo. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DEx0cV-y9XB/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DEx0cV-y9XB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

## Perfil de Ingrid Silveira

Vídeo 1: SILVEIRA. Ingrid. Saindo apenas 4 dias da campanha, gravidinha de 9 meses, fiquei feliz pela quantidade de votos feitos. Agradeço a minha equipe e meus seguidores do município do RJ que confiaram em mim. Deus abençoe cada um e agora vou me dedicar a um dos meus trabalhos mais importantes que é ser mamãe do Theo. 6 out. 2024. Instagram:

@ingredsilveirabr. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DAzYtdsxn5/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/DAzYtdsxn5/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 2: SILVEIRA. Ingrid. 10/10/2024. Foi o dia que Deus marcou para você chegar ao mundo e sua chegada me fez a mãe mais feliz que existe. Seu pai e eu sonhamos com você e te amamos demais! Jesus é contigo aonde quer que vá, Ele será para sempre seu Pai [...]. 13 out. de 2025. Instagram: @ingredsilveirabr. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DBEkEO4xuII/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/DBEkEO4xuII/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 3: SILVEIRA. Ingrid. Pronto, falei! Parabéns pelo posicionamento @jojotodynho. 16 set. 2024. Instagram: @ingredsilveirabr. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/C\\_\\_jCe8uw hf/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/C__jCe8uw hf/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 4: SILVEIRA. Ingrid. A prova que amor se esfriou, s4tanás está a todo vapor. Para vereadora no RJ, vote 22.202. 23 set. 2025. Instagram: @ingredsilveirabr. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DAQ9pjrO5yC/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/reel/DAQ9pjrO5yC/?utm_source=ig_web_copy_link). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 5: SILVEIRA. Ingrid. Coloquei o link desse podcast no story. 3 jan. 2025. Instagram: @ingredsilveirabr. Disponível em:

[https://www.instagram.com/reel/DEYUCp6RpMp/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DEYUCp6RpMp/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 6: SILVEIRA. Ingrid. Isso é revoltante! Sinto que nós brasileiros estamos largados as traças... oro para que a misericórdia e a justiça de Deus alcance esses caras, porque a justiça do Brasil não funciona. 18 fev. 2025. Instagram: @ingredsilveirabr. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DGO2PkpR\\_IO/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DGO2PkpR_IO/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 7: SILVEIRA. Ingrid. Feminismo propagou tão bem que filhos é um fardo, que agora virou “sonho” ser estéril. 16 fev. 2025. Instagram: @ingredsilveirabr. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DGIt854x-BW/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DGIt854x-BW/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Vídeo 8: SILVEIRA. Ingrid. Acho que esse é meu vídeo mais visto e curtido na internet. 10 jan. 2025. Instagram: @ingredsilveirabr. Disponível em: [https://www.instagram.com/reel/DEplvPUR4DA/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==](https://www.instagram.com/reel/DEplvPUR4DA/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==). Acesso em: 15 nov. 2025.

Recebido em: 31/03/2026

Aceito em: 10/07/2026