



## CIBERCULTURA

### “Misoginia na rede vizinha”: uma análise multimodal de discursos masculinistas no TikTok brasileiro

*“Misogyny in the neighboring network”: a multimodal analysis of masculinist discourses on Brazilian TikTok*

*“Misoginia en la red vecina”: un análisis multimodal de discursos masculinistas en el TikTok brasileño*

**Eurico Oliveira Matos Neto**<sup>1</sup>

[orcid.org/0000-0002-9849-1260](https://orcid.org/0000-0002-9849-1260)  
[euriconeto90@gmail.com](mailto:euriconeto90@gmail.com)

**Matheus Pestana**<sup>1</sup>

[orcid.org/0000-0002-5388-8950](https://orcid.org/0000-0002-5388-8950)  
[math.pestana@gmail.com](mailto:math.pestana@gmail.com)

**Danielle Sanches**<sup>1</sup>

[orcid.org/0000-0001-9916-167X](https://orcid.org/0000-0001-9916-167X)  
[danielle.sanchesx@gmail.com](mailto:danielle.sanchesx@gmail.com)

**Maria Sirleidy Cordeiro**<sup>1</sup>

[orcid.org/0000-0002-4479-5162](https://orcid.org/0000-0002-4479-5162)  
[sirleidylima@gmail.com](mailto:sirleidylima@gmail.com)

**Recebido em:** 29 mar. 2025.

**Aprovado em:** 14 out. 2025.

**Recebido em:** 25 mar. 2026.

**Resumo:** O objetivo do artigo é mapear e caracterizar práticas comunicacionais adotadas por perfis engajados em movimentos masculinistas no TikTok com foco específico no contexto brasileiro. Mais precisamente, buscamos identificar mecanismos de uso da plataforma como uma ferramenta de formação de redes para produção, consumo e propagação de discursos misóginos nos ambientes digitais. O estudo é baseado em uma pesquisa empírica baseada na análise multimodal de 12.774 vídeos publicados por 3.128 usuários únicos do TikTok. Os resultados revelam que, no TikTok brasileiro, a multimodalidade é usada estrategicamente por grupos masculinistas para comunicar ideologias e legitimar discursos misóginos. *Hashtags*, textos falados e elementos visuais, como miniaturas e vídeos curtos, são mobilizados para veicular discursos que reforçam uma identidade masculina baseada em valores tradicionais e antifeministas. A análise crítica do discurso aponta como essas práticas tecnodiscursivas adaptam conteúdos entre plataformas, potencializando sua circulação e atraindo públicos diversos, ao mesmo tempo em que estruturam uma resposta reativa a discursos feministas e progressistas.

**Palavras-chave:** Masculinismo; misoginia *online*; discurso de ódio de gênero; TikTok.

**Abstract:** This article aims to map and characterize the communication practices adopted by profiles engaged in masculinist movements on TikTok, with a specific focus on the Brazilian context. More precisely, we seek to identify mechanisms for using the platform as a tool for forming networks for the production, consumption and propagation of misogynistic discourses in digital environments. The study is based on empirical research using multimodal analysis of 12,774 videos published by 3,128 unique TikTok users. The results reveal that, on Brazilian TikTok, multimodality is used strategically by masculinist groups to communicate ideologies and legitimize misogynist discourses. Hashtags, spoken texts and visual elements, such as thumbnails and short videos, are mobilized to convey discourses that reinforce a masculine identity based on traditional and anti-feminist values. Critical discourse analysis shows how these technodiscursive practices adapt content across platforms, boosting its circulation and attracting diverse audiences, while at the same time structuring a reactive response to feminist and progressive discourses.

**Keywords:** Masculinism; online misogyny; gender hate speech; TikTok.

**Resumen:** El objetivo del artículo es mapear y caracterizar las prácticas comunicacionales adoptadas por perfiles comprometidos con movimientos masculinistas en TikTok, con un enfoque específico en el contexto brasileño. Más precisamente, buscamos identificar los mecanismos de uso de la plataforma como herramienta de formación de redes para la producción, el consumo y la difusión de discursos misóginos en entornos digitales. El estudio se sustenta en



Artigo está licenciado sob forma de uma licença  
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

<sup>1</sup> Escola de Comunicação, Mídia e Informação da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

una investigación empírica basada en el análisis multimodal de 12.774 videos publicados por 3.128 usuarios únicos de TikTok. Los resultados revelan que, en el TikTok brasileño, la multimodalidad se emplea estratégicamente por grupos masculinistas para comunicar ideologías y legitimar discursos misóginos. Hashtags, textos hablados y elementos visuales, como miniaturas y videos breves, se utilizan para vehicular discursos que refuerzan una identidad masculina arraigada en valores tradicionales y antifeministas. El análisis crítico del discurso muestra cómo estas prácticas tecnodiscursivas adaptan contenidos entre plataformas, potenciando su circulación y atrayendo a diversos públicos, al tiempo que estructuran una respuesta reactiva a los discursos feministas y progresistas.

**Palabras clave:** Masculinismo; misoginia en línea; discurso de odio de género; TikTok.

## INTRODUÇÃO

Compreender os impactos sociais, culturais, políticos e econômicos da dinâmica de produção e consumo de conteúdos em plataformas digitais tornou-se uma agenda central nos estudos de comunicação. Baseadas em algoritmos que hierarquizam conteúdos por meio de métricas de engajamento, essas plataformas remodelam práticas comunicacionais contemporâneas, gerando efeitos que vão do consumo individualizado de informações *online* a transformações estruturais na esfera de visibilidade pública. A arquitetura de plataformas como o TikTok promove sistemas informacionais hiperpersonalizados, priorizando interesses individuais, em um ecossistema marcado pela fluidez e pela descentralização da produção de conteúdos.

Este artigo discute a produção, a circulação e o consumo de conteúdos produzidos sobre e por grupos masculinistas no TikTok. Investiga-se como a plataforma estrutura e estabelece as regras de visibilidade que moldam o fluxo de propagação associado a práticas discursivas de hipervalorização masculina. Examina-se como a materialidade dos discursos no TikTok habilita novos regimes de produção de discursos misóginos reconhecendo, nesses espaços, as lógicas de perpetuação de papéis sociais atribuídos a homens e mulheres, bem como normas culturais e estruturais que transcendem a tecnologia. O estudo, por tanto, associa-se a pesquisas sobre a emergência de comunidades *online* baseadas na exaltação do "masculino" e na

valorização de um ideal de masculinidade. Tais grupos usam os meios digitais para produzir e difundir conteúdos voltados para a defesa dos "direitos dos homens", em oposição às pautas de empoderamento feminista (Banet-Weiser; Miltner, 2015). Esse microcosmo de produção de conteúdos *online* misóginos, conhecido como "machosfera", tem atuado na imposição de sua agenda em diferentes espaços e plataformas digitais, frequentemente incorporando práticas de violência de gênero (Vilaça; D'Andréa, 2021).

Diversos estudos no Brasil analisam práticas, expressões, discursos e manifestações de violência de gênero com base em ideologias masculinistas nos ambientes digitais. Oliveira e Silva (2021), por exemplo, analisam discursos de grupos masculinistas no Facebook e no YouTube. Mais do que um discurso pautado apenas pela simples superioridade masculina, seu estudo aponta que as práticas discursivas desses sujeitos nas plataformas digitais convertem-se em uma versão radicalizada baseada na disseminação de ideias misóginas. Vilaça (2023) investiga a formação de uma rede masculinista transnacional e multiplataforma que se expressa por meio do uso de *memes* publicados em canais de subgrupos de *incels* no Reddit. Valente *et al.* (2023) utilizam seis diferentes metodologias para investigar aspectos do discurso misóginos na *internet* e explorar estratégias jurídicas para combater a violência *online* baseada no gênero. Sua pesquisa inclui o monitoramento de reações de usuários do Twitter no caso da violência sofrida por Mari Ferrer durante seu julgamento por estupro.

Do ponto de vista metodológico, adotamos uma abordagem multimodal, que combina técnicas de análise e visualização dos dados textuais e imagéticos. Partimos de uma perspectiva ancorada em métodos digitais que compreende os meios digitais como *locus*, objeto e ferramenta para observação de fenômenos sociais contemporâneos (Rogers, 2013). Entendendo os métodos computacionais como o meio, e não como o fim da pesquisa social (Vimieiro; Bargas, 2019), o estudo fundamenta-se no uso combinado de técnicas de análises quantitativas e qualitativas

aplicadas a conteúdos textuais e visuais. Além dessa introdução, o artigo discute estudos que explicam a misoginia *online* e a contribuição de uma abordagem multimodal para a compreensão da análise de discursos masculinistas produzidos e compartilhados em meios digitais.

## MISOGINIA E MASCULINISMO ONLINE

A misoginia não é um fenômeno novo. Trata-se de uma forma de *performance* política que, embora potencializada pelos meios digitais, remete a problemas sociais, políticos e culturais profundamente enraizados na história da extrema direita (Koulouris, 2018). Práticas discriminatórias contra mulheres em razão de seu gênero ganham novas formas com a popularização da *internet* e, em especial, das plataformas de mídias sociais. O termo misoginia *online* refere-se ao uso de plataformas digitais para a manifestação de hostilidade contra mulheres pelo simples fato de serem mulheres (Barker; Jurasz, 2019). O conceito inclui não apenas violência explícita, mas qualquer tipo de manifestação capaz de causar danos diretos — como psicológicos, profissionais, à reputação ou físicos — ou indiretos, como intimidação, silenciamento ou autocensura. Trata-se do processo de tornar os meios digitais espaços menos igualitários, seguros ou inclusivos para mulheres e meninas (Ging; Siapera, 2018).

Nos últimos anos, houve um avanço significativo no debate sobre os direitos das mulheres na sociedade. A agenda progressista em torno das questões de gênero, entretanto, tem sido acompanhada por uma racionalidade que ressoa no campo da política da extrema direita. Essa tensão manifesta-se, com frequência, na forma de discursos antifeministas e na rejeição do que determinados grupos de extrema direita denominam "ideologia de gênero". Diante disso, ganha capilaridade no debate público uma reação de caráter masculinista, sustentada pela defesa de valores tradicionais atribuídos a homens e mulheres.

Em ambientes digitais, esse *backlash* masculinista se expressa no que se convencionou chamar de "manosfera". Segundo Ging (2019),

o termo designa um conglomerado difuso de subculturas masculinistas que utilizam meios digitais para produzir e propagar ideais de superioridade masculina, resultando, em última instância, em discursos misóginos. Embora apresentem particularidades próprias, tais subculturas digitais — como os movimentos *men going their own way* (MGTOW), *men's rights activists* (MRA), *involuntary celibate* (*incel*) e *pickup artist* (PUA) — compartilham princípios comuns, como a defesa da heteronormatividade, a desumanização das mulheres e o antifeminismo (Krendel, 2020; Marwick; Caplan, 2018).

Um conceito-chave que ganha destaque na agenda masculinista é o de *red pill* — referência ao filme *The matrix* (1999), em que o protagonista, ao tomar a pilula vermelha, desperta para uma verdade oculta na qual a humanidade é escravizada por máquinas. Nas subculturas masculinistas, essa metáfora representa a "revelação" de que o feminismo teria convencido a sociedade de que vivemos em um sistema patriarcal, quando, na visão desses grupos, os homens seriam as verdadeiras vítimas de uma inversão da ordem social. Essa interpretação apoia-se na noção de uma sociedade ginocêntrica, supostamente organizada em favor das mulheres e que resultaria, em última instância, em misandria, ou seja, na existência de um sistema de discriminação contra os homens (Marwick; Caplan, 2018).

A narrativa de superioridade masculina sustentada pelos membros dessas subcomunidades ganha capilaridade nas plataformas digitais, que ampliam e atualizam práticas masculinistas *online*. Sob condições específicas de produção e circulação de conteúdo, os meios digitais transformam as práticas discursivas da misoginia, que deixam de ser compreendidas como fenômenos culturais, sociais e ideológicos e passam a assumir também dimensões estruturais. As plataformas digitais não apenas facilitam as formas já existentes de misoginia, mas também criam novas práticas vinculadas às dinâmicas sociotécnicas. O termo misoginia em rede designa o uso dos meios digitais para conectar subculturas masculinistas, estruturando um sistema de produção,

consumo e disseminação de narrativas sexistas em ambientes *online* ou *offline* (Dickel; Evolvi, 2022). Marwick e Caplan (2018) notam que a "manosfera" se organiza em rede na difusão de ideologias que criminalizam as mulheres e o feminismo. Compreender a misoginia *online* em sua dimensão estrutural implica também observar como ela se materializa discursivamente em meios digitais. A construção do masculinismo *online*, por sua vez, articula diferentes recursos linguísticos — textos, imagens e sons — com as características sociotécnicas das plataformas, fazendo da multimodalidade uma ferramenta teórico-metodológica central para a análise.

### MULTIMODALIDADE NA PRODUÇÃO DE DISCURSOS MISÓGINOS EM PLATAFORMAS DIGITAIS

Aproximar comunicação e linguagem para discutir a multimodalidade é reconhecer que "a comunicação é multimodal" (Van Leeuwen, 2011, p. 668). Isso significa compreender as múltiplas linguagens em relação às situações socialmente situadas e aos contextos de uso. A linguagem, nesse sentido, tornar-se uma ação conjunta, dialógica, multissemiótica e interativa, constituída no encontro com o outro e mediada pela cultura, história, cognição e sociedade (Bakhtin, 2017; Van Dijk, 2012). Para Van Dijk (2012), as práticas discursivas são capazes de controlar a produção de sentido e de reproduzir ideologias de grupos sociais, por meio da manipulação de símbolos. Isso ocorre na organização textual-discursiva dos eventos e das situações socialmente situadas. Mais adequado do que o termo linguagem, no singular, é adotar o termo linguagens, no plural, dado que a multimodalidade envolve tanto dimensões verbais quanto não verbais.

Em ambientes digitais como o TikTok, há uma integração entre múltiplas linguagens. A plataforma habilita uma estrutura comunicacional multimodal, na qual diversos recursos linguísticos são apropriados pelos usuários na produção discursiva. As formas comunicacionais que moldam a linguagem dos meios digitais tornam-se elementos constitutivos da produ-

ção de sentido e de discurso, configurando o que Paveau (2013) denomina tecnodiscurso. Os meios digitais, seus modos de uso e as múltiplas semioses que circulam nos ambientes *online* não se encontram dissociados dos processos de significação; mas discurso e tecnologia são dimensões complementares da sociabilidade *online* (Paveau, 2013). Na comunicação digital, a multimodalidade discursiva manifesta-se nas funcionalidades sociotécnicas que habilitam a produção e circulação de conteúdo. Texto, imagem, som e gesto articulam-se a tecnicidades — *hashtags*, *trends*, filtros e outros recursos — que moldam o regime de produção e circulação de sentidos *online*.

As dimensões comunicativas multimodais, habilitadas por e nos ambientes digitais, exigem um esforço metodológico capaz de mapear informações explícitas e implícitas, a partir de gestos semióticos estabilizados nas postagens, permitindo interpretar significados que circulam nesses ambientes. Compreender a produção de discursos em meios digitais implica, portanto, observar e identificar as regularidades multimodais de espaço. Assim, uma abordagem multimodal permite identificar o uso de recursos linguísticos digitais para a produção de discursos e reprodução de ideologias em um dado contexto (Van Leeuwen, 2011; Van Dijk, 2012; Paveau, 2013).

As práticas discursivas de movimentos masculinistas nos meios digitais evidenciam o uso estratégico da multimodalidade para consolidar narrativas antifeministas (Marwick; Caplan, 2018). Plataformas digitais como o TikTok, que materializam a articulação entre tecnicidades e recursos linguísticos multimodais — como texto, imagem e som —, são amplamente exploradas por subcomunidades *online* para produzir conteúdos que reforçam ideologias de vitimização masculina e de crítica ao feminismo. Nesse processo multimodal, termos como "cara de pedra" e "finos senhores" e outras semioses — sons, cortes de vídeos e *emojis* — não apenas circulam entre as comunidades, mas são reinterpretados e ressignificados em um movimento dialético-relacional (Fairclough, 2009). Esse movimento

consiste na interação entre diferentes discursos e práticas sociais, que se influenciam mutuamente, sendo os discursos moldados pelas estruturas sociais, ao mesmo tempo em que atuam para transformá-las ou reforçá-las. É esse processo dinâmico, que conecta linguagem, poder e contexto sociocultural, que permite que o termo seja usado estrategicamente para sustentar discursos e práticas que reforçam posições de poder ou contestação (Fairclough, 2009).

A diversidade de semioses mobilizada na construção de narrativas e na reprodução de discursos exerce papel central na mediação entre comunidades ideologicamente opostas, como feministas e antifeministas. Por meio de textos, imagens, sons e gestos, esses discursos se estabelecem simultaneamente como instrumentos de conexão e, ao mesmo tempo, evidenciam divergências ideológicas, tornando-se componentes fundamentais nas disputas discursivas e políticas em meios digitais (Van Leeuwen, 2011; Van Dijk, 2012; Paveau, 2013).

A multimodalidade potencializa o alcance e a eficácia das narrativas masculinistas ao permitir que sejam disseminadas de maneira estratégica e direcionadas aos meios digitais. *Hashtags*, filtros e desafios virais são explorados para gerar engajamento e ampliar o impacto de mensagens que não apenas criticam o feminismo, mas também promovem uma revalorização da masculinidade tradicional (Fairclough, 2009; Van Leeuwen, 2011; Van Dijk, 2012; Paveau, 2013; Marwick; Caplan, 2018).

Esse uso estratégico dos recursos digitais vai além da disseminação de ideias, criando verdadeiras redes de coordenação para ações de exclusão e assédio *online*. A análise crítica dessas práticas revela como as plataformas digitais se tornam arenas privilegiadas para a reprodução de ideologias que perpetuam desigualdades de gênero. A conexão entre discurso e tecnologia evidencia a capacidade dos ambientes digitais

de estruturar e reforçar dinâmicas sociais excludentes, transformando-os em ferramentas para sustentar e amplificar estruturas de poder desiguais. A circulação de conteúdos masculinistas no TikTok constitui uma estratégia de reforço da construção da imagem social do que é ser homem na sociedade contemporânea. Essa supervalorização de ideais masculinistas resulta, no extremo, na legitimação de práticas misóginas em ambientes *online*. Nesse cenário importam os recursos linguísticos multimodais habilitados pela plataforma e o modo como eles são adotados pelos usuários para a construção de suas formas discursivas.

## METODOLOGIA

Este artigo visa mapear e caracterizar práticas comunicacionais adotadas por perfis engajados com publicações relacionadas a movimentos masculinistas no TikTok. O objetivo é identificar como a plataforma é utilizada na formação de redes de produção, consumo e propagação de discursos misóginos. O *corpus* é composto por vídeos sobre movimentos masculinistas, selecionados por uma técnica de amostragem intencional baseada em pesquisa exploratória. Inicialmente, foram mapeadas *hashtags* utilizadas frequentemente por influenciadores reconhecidamente engajados em movimentos masculinistas. A partir dessa prospecção, elaboramos uma lista-semente de *hashtags*, termos ou expressões comumente adotados por grupos masculinistas e que foram utilizados para coletar as publicações analisadas<sup>2</sup>.

Para a coleta de dados, utilizamos o Zeeschuimer<sup>3</sup>. Inserimos cada termo da lista-semente no mecanismo de *search* do próprio TikTok para coletar publicações relacionadas ao masculinismo que circularam na plataforma. Esse processo resultou em uma amostra de 12.774 vídeos publicados por 3.128 usuários únicos. Em seguida, os

<sup>2</sup> Foram utilizadas as seguintes *hashtags*: #redpillbrasil, #redpillbr, #redpilados, #modernete, #antiotario, #machosfera, #finosenhores, #senhores, #antiotário, #manualredpill, #redcast, #antifeminista, #hipergamia, #desenvolvimentomascullino, #virehomem, #sejahomem, #homemdevalor, #sedesenvolva, #nãosejaessecara, #sigmabr, #mulherismo, #caradepedra e #caradepedra.

<sup>3</sup> A ferramenta permite a coleta de dados de plataformas de redes sociais por meio de técnicas de *web scraping*. Ver mais em: <https://github.com/digitalmethodsinitiative/zeeschuimer>. Acesso em: 20 out. 2025.

dados foram processados, estruturados e exportados para a ferramenta 4CAT<sup>4</sup> (Peeters; Hagen, 2022), que permitiu a análise de metadados das publicações, a extração da rede de *hashtags* e de atores envolvidos nas publicações e o *download* de cada vídeo da amostra. Os vídeos foram transcritos utilizando o Whisper (Radford *et al.*, 2023)<sup>5</sup>, um modelo de transcrição baseado em inteligência artificial de reconhecimento automático de discursos (*automatic speech recognition*).

Adotamos métodos digitais mistos que combinam técnicas quantitativas e qualitativas de análise computacional de texto e imagem. Exploramos o *corpus* em três eixos analíticos: a) análise de rede de coocorrência de *hashtags*; b) análise linguística do conteúdo falado em vídeos masculinistas capturados do TikTok; e c) análise visual das *thumbnails* dos vídeos. Quanto ao primeiro eixo, extraímos as *hashtags* de todas as publicações que compõem a amostra e analisamos a formação de agrupamentos de coocorrência de termos-chave. Buscamos compreender o uso estratégico de marcadores discursivos e o modo como eles se articulam em torno do debate sobre masculinidade no TikTok. Mais do que identificar a predominância de termos específicos, o artigo visa compreender as *hashtags* que são utilizadas como ferramentas sociotécnicas que refletem múltiplas formas de engajamento social no debate público em meios digitais (Omena; Rabello; Mintz, 2020).

Quanto ao conteúdo falado, aplicamos técnicas de modelagem de tópicos às transcrições. Optamos pelo BERTopic, um modelo de análise de tópicos que combina várias técnicas de aprendizado de máquina e processamento de linguagem natural em inteligência artificial (Grootendorst, 2022). O modelo transforma textos em vetores de alta dimensão usando *embeddings*, a partir de um modelo pré-treinado. Esse modelo captura as relações semânticas entre palavras e frases. Esses *embeddings* são então reduzidos

em dimensionalidade utilizando UMAP (McInnes; Healy; Melville, 2018), uma técnica que mantém a estrutura global dos dados, facilitando a visualização e interpretação. Após a redução da dimensionalidade, o BERTopic aplica o HDBSCAN (Malzer; Baum, 2020) para agrupar os documentos com base na densidade dos pontos de dados. O HDBSCAN é eficaz em identificar agrupamentos de diferentes tamanhos e densidades, além de lidar bem com *outliers*. Para interpretar os agrupamentos formados, utilizamos o modelo KeyBERT (Grootendorst, 2020) para extrair as palavras mais representativas de cada grupo de palavras, ajudando a identificar termos significativos para os tópicos. Por fim, utilizamos o modelo Llama3 (Ai@Meta, 2024) para auxiliar na criação das representações de cada tópico.

Sobre a análise visual, utilizamos a ferramenta Collection Space Navigator (OHM, 2023) para a extração das características de cada imagem de publicações masculinistas no TikTok. Optamos por utilizar o ResNet50, um modelo pré-treinado baseado em rede neural convolucional (HE *et al.*, 2016). Utilizamos o T-SNE (*t-distributed stochastic neighbor embedding*) para reduzir a dimensionalidade dos vetores extraídos por meio do modelo ResNet50 e para organizar a distribuição das imagens em um espaço bidimensional, o que facilita a visualização dos agrupamentos. A partir do mapa bidimensional das imagens, os agrupamentos foram categorizados por meio de uma análise exploratória de caráter descritivo. A seguir, os resultados são apresentados com foco em três aspectos: a rede de *hashtags* associadas a conteúdos masculinistas, as falas dos vídeos analisados e a análise visual das *thumbnails* da amostra.

<sup>4</sup> A plataforma agrega um conjunto de técnicas para análise e processamento de dados de plataformas sociais *online*. Ver mais em: <https://4cat.nl/>. Acesso em: 20 out. 2025.

<sup>5</sup> O modelo se utiliza da arquitetura Transformers (Vaswani *et al.*, 2017) para transcrever de maneira automática vídeos e áudios em diversas linguagens, sendo capaz também de traduzir o conteúdo. Além disso, o Whisper consegue identificar o idioma falado no material, anotando-o.



*hashtags* "homem" e "mulher" coocorrem a partir de um debate sobre os papéis de gênero em relações amorosas. Isso se dá pela conexão entre tais *hashtags* e termos como "relacionamento", "casamento", "namoro" e "amor".

O agrupamento em lilás reúne 3.681 *hashtags*, correspondentes a 27,9% do total de *hashtags* associadas às publicações da amostra analisada. As *hashtags* de maior centralidade referem-se à funcionalidade de distribuição de conteúdo no TikTok ("*foryou*", "*foryoupage*", "*fy*", "*fyp*", entre outras), o que evidencia o uso estratégico desse recurso na disseminação de conteúdos potencialmente masculinistas, voltados sobretudo à busca por viralidade por meio de uma linguagem memética ("*viralTikTok*", "*meme*", "*viralvideo*"). Há também referências a funcionalidades ("dueto", "*trend*"), a formatos de conteúdo ("*edit*") e *softwares* utilizados na edição de vídeos ("*capcut*"). As *hashtags* relacionadas a funcionalidades do TikTok integram a mesma comunidade de termos específicos dos movimentos masculinistas na plataforma, tais como "sigma", "cara de pedra" e "finos senhores". Essa conexão sugere uma estratégia de camuflagem discursiva, em que expressões associadas a esses grupos são vinculadas a recursos da própria plataforma, potencializando a propagabilidade de seus conteúdos.

O agrupamento em verde reúne 2.037 *hashtags*, correspondentes a 15,47% do total identificado nas publicações analisadas, e está associado a temas sobre feminismo e antifeminismo. Destaca-se o volume de conteúdos com a *hashtag* "hipergamia", termo originalmente formulado pela Antropologia Social para designar o ato de uma pessoa recorrer ao *status* social e às condições econômicas como critérios para escolher parceiros conjugais. Atribuída às mulheres, a hipergamia feminina é compreendida, nos discursos observados, como uma suposta tendência das mulheres de selecionarem seus parceiros considerando a capacidade deles de proverem bens materiais, segurança e estabilidade finan-

ceira, além de serem detentores de condições genéticas desejáveis para seus descendentes, tais como bagagem cultural, estatura corporal e melhores *performances* comunicativas verbal e não verbal.

Por fim, os agrupamentos vermelho e azul correspondem, respectivamente, a 5,42% e 5,1% do total de *hashtags* analisadas. Comparados aos demais, são agrupamentos com pouca centralidade na rede e que se distribuem de maneira mais dispersa. O agrupamento vermelho reúne 714 *hashtags*, geralmente voltadas a demarcar o contexto nacional de circulação desses discursos ("Brasil", "TikTokbr", "*memebr*" e "sigmabr"). Já o agrupamento azul, composto por 672 *hashtags*, destaca-se pelo uso recorrente do termo "sejahomem", associado a uma rede mais coesa de expressões como "virehomem", "sejahomemdeverdade", "sejaalfa" e "sejaomelhor".

### **Análise das falas em vídeos masculinistas no TikTok**

Abordamos adiante o conteúdo expresso pelos usuários que publicaram vídeos sobre práticas masculinistas no TikTok. Para o que chamamos de análise do conteúdo falado, filtramos os vídeos coletados de modo a manter na amostra apenas conteúdos em português, o que resultou em uma amostra de 6.055 publicações<sup>7</sup>. Aplicamos uma técnica de modelagem de tópicos para capturar relações semânticas no conteúdo falado. Assim, identificamos 13 tópicos e os ilustramos no Quadro 1, no qual aparecem em ordem crescente por predominância no *corpus*. A coluna intitulada de "Representação" reúne termos extraídos por TF-IDF baseado em classe. Todos os documentos de um mesmo *cluster* são concatenados e tratados como uma única classe, e a relevância dos termos é calculada por uma ponderação que privilegia palavras frequentes nesse grupo e raras no restante do *corpus*. Assim, o conjunto resultante destaca não apenas as palavras mais frequentes, mas termos distintivos e informativos,

<sup>7</sup> A identificação do idioma e a transcrição do conteúdo falado foram previamente realizadas pelo modelo Whisper, um sistema de reconhecimento automático de discursos da OpenAI (*automatic speech recognition*) treinado com dados supervisionados multilíngues e multitarefas coletados da *web*.

capazes de caracterizar o tópico em relação aos demais. O primeiro tópico é numerado como -1 pois nele são alocados os documentos que não se encaixam em outros tópicos. Esse tópico con-

centra um conjunto significativo de falas sobre dicas de relacionamento, ganhando, então, essa rotulação.

**Quadro 1** – Agrupamentos temáticos de publicações sobre *red pill* no TikTok

Tópico	Nº de documentos	Nome	Representação
-1	3.300	Dicas de relacionamento	porque, vocês, mulher, você, mulheres, só, homens, entendeu, falando, caras
0	1.009	Comportamentos masculino e feminino	mulher, mulheres, porque, só, homens, você, mas, relacionamento, vocês, entendeu
1	462	Desenvolvimento pessoal	porque, só, vocês, mim, eu, dele, dia, comer, já, não
2	428	Sentido da vida e felicidade	porque, vida, ego, mente, mas, estar, viver, poder, mundo, isso
3	188	Dicas sobre ser o "Chad"	com, rosto, vocês, video, você, mulher, foto, caras, beleza, mulheres
4	134	Como sair com mulheres	perguntou, falou, respondeu, conversar, conversa, mandou, você, queria, disse, pegou
5	131	Gênero e identidade	brasileiro, brasil, porque, mas, gente, pessoas, estão, país, mundo, elas
6	114	Música/ <i>funk</i>	meu, lá, vai, <i>shout</i> , vamo, ah, aí, quero, oi, essa
7	108	Religião/cristianismo	bíblia, fé, Jesus, Deus, igreja, senhor, glória, porque, profano, você
8	53	Segurança, armamento e justiça	condenado, preso, justiça, crime, policial, porque, disse, polícia, com, militar
9	33	Pornografia e vício digital	<i>cyber</i> , com, pornografia, <i>internet</i> , pornô, social, porque, vício, aqui, muito
10	22	Aborto e direitos das mulheres	aborto, abortar, anticoncepcional, gravidez, feto, feministas, feminismo, irresponsável, bebê, porque
11	13	Amor e paixão	apaixonou, apaixonado, amar, amor, porque, acredito, paixão, casar, casamento, só

Fonte: Elaboração própria.

O tópico comportamentos masculino e feminino reúne falas que contrapõem homens e mulheres a partir de uma perspectiva masculinista e, por vezes, misógina. São críticas à liberdade sexual e ao movimento feminista; isso sem mencionar a alegação de uma suposta igualdade verdadeira, que seria comprometida com a ascensão de uma agenda feminista. Essas dimensões também aparecem, por vezes de forma latente, em outros tópicos, refletindo uma visão bastante característica dos discursos masculinistas dentro ou fora

do TikTok. O tópico desenvolvimento pessoal consiste em falas com dicas de como ser homem, passando por questões de saúde, finanças, aparência e socialização. São frequentes ofensas de cunho gordofóbico, afirmando um ideal de corpo "malhado", com o foco em ser saudável. Os tópicos sentido da vida e felicidade e dicas para ser o "Chad" se aproximam dele, pois apresentam também uma discussão sobre trabalho, sucesso e o sentido da vida, passando pelas mesmas temáticas apontadas no anterior. O termo "Chad"

é utilizado pelos usuários para referirem-se a um homem considerado "alfa", ativo sexualmente e atraente para as mulheres. Nesses três tópicos, é perceptível o grande número de perfis de *coaches* que buscam ensinar como se relacionar, como socializar, o que fazer e o que não fazer, sempre tangenciando machismo e misoginia. Em todos, está presente o termo "VSM", valor sexual de mercado, uma espécie de índice que indica o quão atraente e desejável uma pessoa é.

O tópico como sair com mulheres concentra falas com dicas de relacionamento voltadas para ensinar sobre dinâmicas sociais em encontros amorosos. Isso inclui, por exemplo, como fazer o convite, como agir durante um encontro e como reagir diante da recusa. Questões de brigas em relacionamento também são abordadas, mostrando como um homem deveria se comportar diante de diversas situações. O tópico seguinte, gênero e identidade, apresenta fortes críticas ao movimento feminista, à Lei Maria da Penha e à população LGBTQIAPN+. Também estão presentes falas políticas em defesa de Bolsonaro, colocando-o em oposição a esses movimentos e apresentando-o como a solução para frear o avanço desses grupos no Brasil.

As falas dos vídeos publicados por e sobre movimentos masculinistas também destacam aspectos sociais e culturais. O tópico música/*funk* abrange áudios de músicas ou falas que criticam, principalmente, músicas do gênero *funk*, visto pelos grupos masculinistas como um estilo imbecilizante. Já o tópico religião/cristianismo abrange falas que tratam sobre temáticas religiosas e conservadoras, de confessionalidade cristã, com visões de mundo que também tangenciam discursos misóginos, com justificativas bíblicas. Em uma publicação, é dito, por exemplo, que "manginas' seriam condenados por Deus". Outros temas, como honra, heroísmo e traição, também estão presentes nas suas interseções com a temática religiosa.

O tópico segurança, armamento e justiça agrega falas que defendem o armamento e a atuação

violenta da polícia, criticam o sistema de justiça e idealizam a guerra. Dentro da ótica masculinista, afirmam que o homem é instintivamente protetor, sobretudo das mulheres, e criticam o trabalho de ONGs que atuam na defesa dos direitos humanos. Já o tópico pornografia e vício digital concentra falas que alertam sobre o vício em redes sociais e em conteúdos adultos. A masturbação é entendida como um problema e a cocaína e a pornografia, como similares quanto aos efeitos no cérebro. Apresentam também o conceito de cibervida: a existência do indivíduo nas redes sociais, compartilhando aspectos da sua vida com seus seguidores, o que é visto como nocivo.

O tópico aborto e direitos das mulheres agrega falas que enquadram o aborto como um crime e pecado, identificando o feminismo como um movimento genocida e que não defende uma igualdade verdadeira. Em determinada postagem, é questionado o porquê de feministas defenderem o aborto, mas não defenderem a flexibilidade da laqueadura e vasectomia, que, na prática, não são consideradas crimes. Por fim, o tópico amor e paixão contém postagens sobre o amor, sua distinção em relação à paixão e dilemas amorosos. São falas sobre o sofrimento de desilusões amorosas e sobre amor condicional – ou seja, baseado em uma condição financeira ou emocional.

A Figura 2 ilustra a distribuição das principais palavras de cada tópico. Cada esfera representa um tópico, e seu tamanho indica a prevalência no *corpus*<sup>8</sup>. A proximidade reflete a similaridade semântica entre os tópicos — quanto mais próximas, mais palavras compartilham em comum. Nota-se que os tópicos estão bem separados e apresentam domínios sem nenhuma interseção, indicando que sua delimitação é ótima e eficiente.

<sup>8</sup> Os eixos D1 e D2 representam as duas primeiras dimensões principais, que são derivadas de uma análise de redução de dimensionalidade realizada pelo UMAP, utilizadas para visualizar a proximidade entre os tópicos.

Figura 2 – Distância intertópica

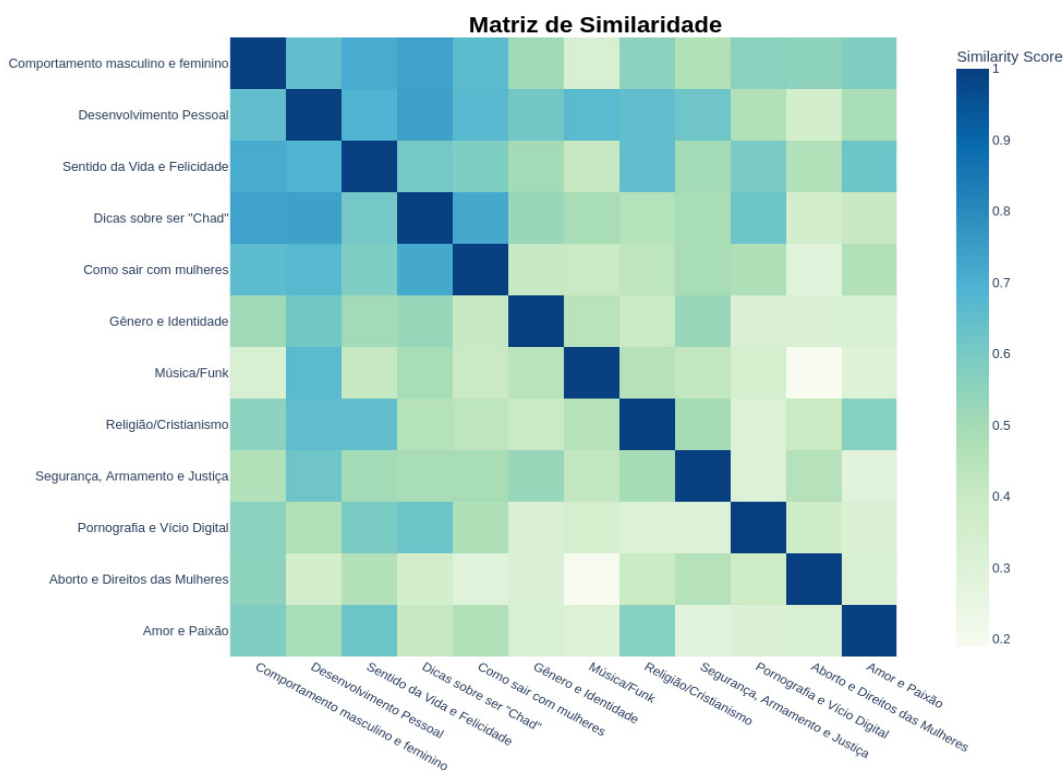


Fonte: Elaboração própria.

A relação de semelhança e diferença entre os tópicos também pode ser observada por meio da matriz de similaridade, que permite visualizar a correlação entre diferentes tópicos identificados no corpus (Figura 3). Cada célula da matriz representa a similaridade entre dois tópicos, medida

por um score de similaridade que varia de zero a um, onde um indica máxima similaridade e zero indica nenhuma similaridade. As cores das células variam do azul escuro ao verde claro, com o azul escuro indicando maior similaridade.

Figura 3 – Matriz de similaridade entre tópicos

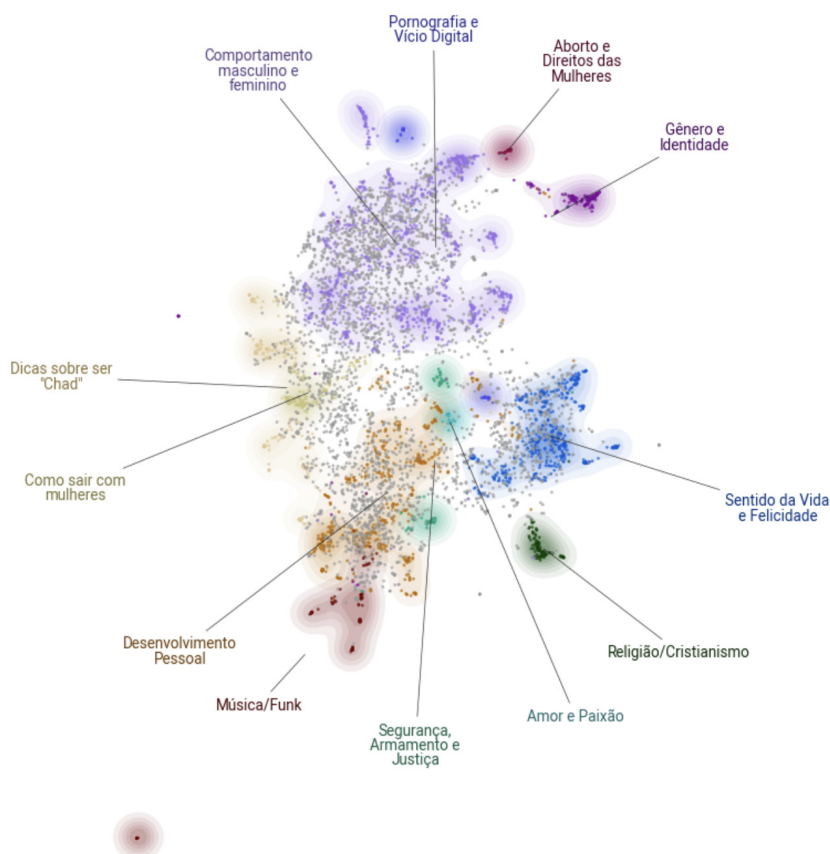


Fonte: Elaboração própria.

Tópicos como dicas sobre ser o “Chad”, comportamentos masculino e feminino, desenvolvimento pessoal, sentido da vida e felicidade e como sair com mulheres têm uma similaridade alta, indicando que esses temas frequentemente compartilham termos e contextos semelhantes nas postagens. Outros tópicos, como segurança, armamento e justiça e amor e paixão, têm uma similaridade baixa, sugerindo que as discussões nesses tópicos são mais distintas. A matriz de similaridade é útil para identificar agrupamentos de tópicos relacionados, fornecendo uma visão

mais detalhada sobre como diferentes temas dentro do universo masculinista se conectam e se diferenciam. Essa análise ajuda a mapear a estrutura das discussões e a compreender melhor a inter-relação entre diversos tópicos abordados nas postagens. Por fim, buscamos estabelecer a relação entre os agrupamentos aplicando técnicas de redução de dimensionalidade nos documentos, o que auxilia a leitura da relação entre os tópicos a partir da distribuição deles em um eixo bidimensional (Figura 4).

**Figura 4 – Distribuição dos documentos**



**Fonte:** Elaboração própria.

Os agrupamentos bem-definidos, como pornografia e vício digital, aborto e direitos das mulheres e segurança, armamento e justiça, mostram que esses tópicos possuem uma coesão temática forte, com documentos frequentemente discutindo termos e conceitos semelhantes. Por outro lado, a sobreposição de pontos entre tópicos

como desenvolvimento pessoal e dicas sobre ser o “Chad” indica que há interseção temática, com documentos que podem abordar múltiplos tópicos, como já visto anteriormente. Os pontos em cinza escuro, sem o rótulo, representam o tópico -1, considerado *outlier*. Em suma, a análise do conteúdo das transcrições de vídeos publi-

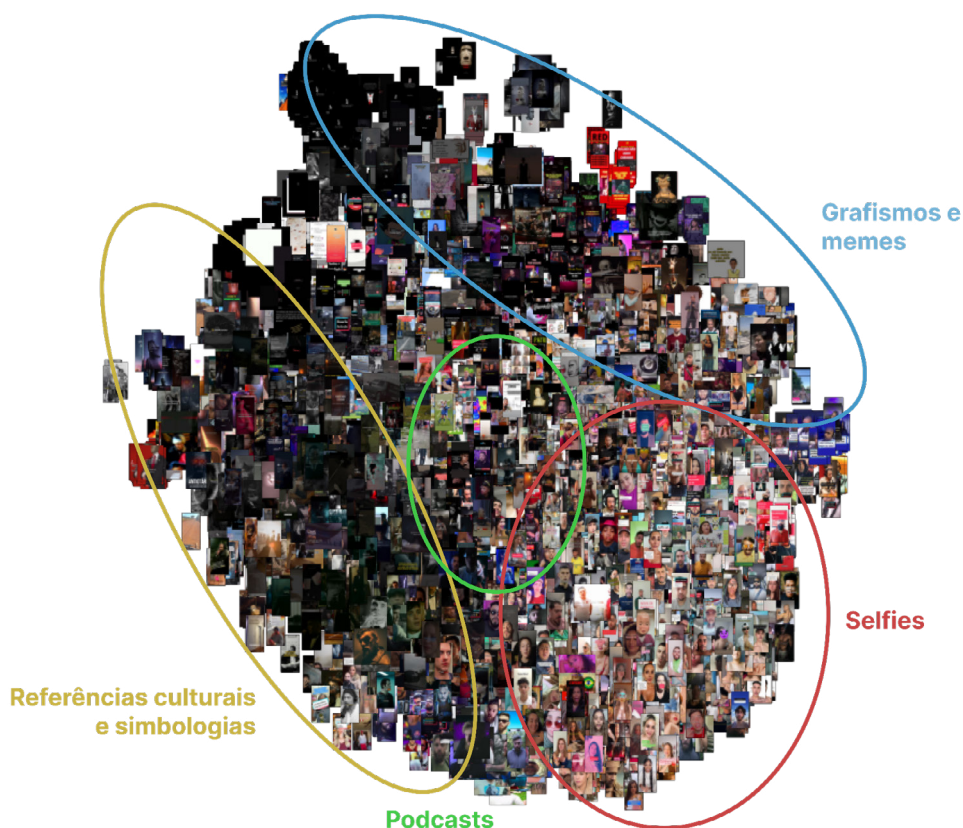
cados sobre práticas masculinistas no TikTok permite identificar e compreender a estrutura do discurso produzido por usuários da rede de vídeos de curta duração sobre os papéis sociais atribuídos a homens e mulheres na sociedade contemporânea.

### Análise visual das *thumbnails* dos vídeos masculinistas no TikTok

Para entender como os usuários que se relacionam com conteúdos masculinistas no TikTok mobilizam recursos visuais em suas dinâmicas de produção de sentido, aplicamos técnicas de agrupamento de imagens por semelhança ao conjunto de *thumbnails* de vídeos que compõem

a amostra da pesquisa. As imagens foram extraídas dos vídeos e processadas por meio da ferramenta Collection Space Navigator, que organiza o conjunto de imagens em uma visualização única em que as imagens são posicionadas levando em consideração o grau de semelhança que compartilham. Após o agrupamento, realizamos uma análise exploratória dos agrupamentos de imagem a fim de extrair os principais elementos visuais que compõem os grupos formados pelas imagens. Argumentamos que os *thumbnails* de vídeos publicados no TikTok sobre a temática *red pill* podem ser agrupados em quatro conjuntos: grafismos e *memes*, referências culturais e simbologias, *podcasts* e *selfies* (Figura 5).

Figura 5 – Agrupamento de *thumbnails* de vídeos do TikTok sobre *red pill*, com foco na amostra em português



Fonte: Elaboração própria.

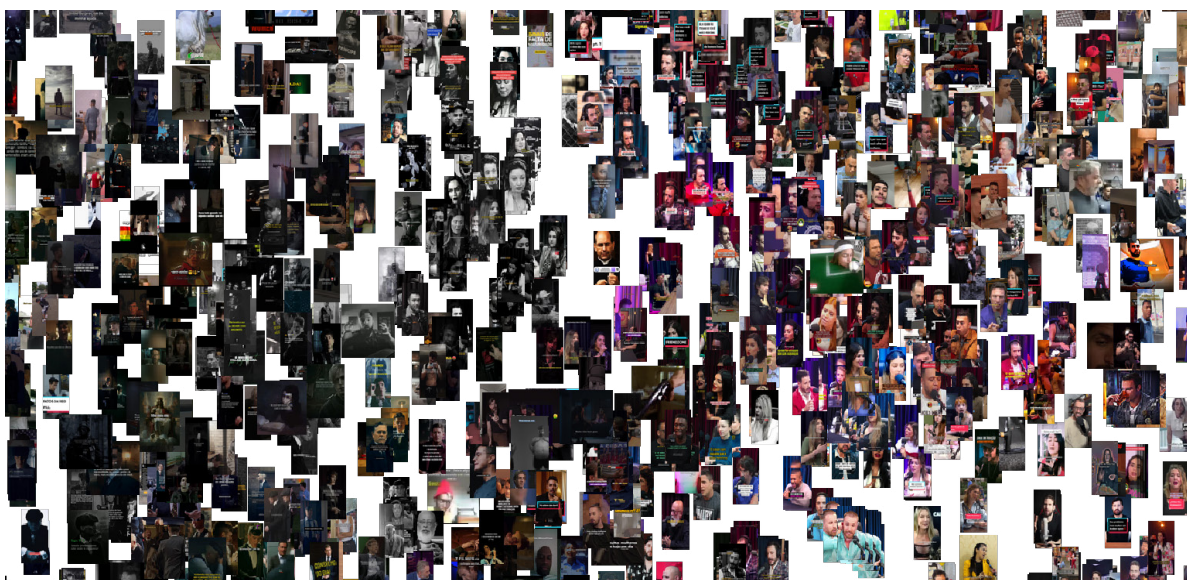
Do ponto de vista comunicacional, o primeiro tipo de conteúdo imagético que se destaca entre as *thumbnails* analisadas denota a importância do

uso recorrente de trechos de *videocasts* com a participação de personalidades e influenciadores que abordam essa temática (Figura 6). Seguindo

uma lógica transmidiática, esses vídeos são originalmente publicados no YouTube e, ao serem republicados como “cortes” ou “*edits*” no TikTok, adquirem uma nova dinâmica de circulação. Em um contexto de crescente consumo de vídeos de curta duração, figuras públicas utilizam os cortes como um recurso linguístico para ampliar o alcance de narrativas e enquadramentos que moldam uma identidade masculina. Assim,

atuam como lideranças que, em certa medida, orientam, explicam e traduzem os princípios e valores que devem ser compartilhados pelos demais membros da comunicação. Tais perfis evocam o discurso de autoridade de modo a propor interpretações sobre o papel social que deve ser desempenhado por homens e mulheres na sociedade contemporânea.

**Figura 6** – *Zoom-in* no agrupamento formado por *thumbnails* de cortes de vídeos em canais masculinistas no YouTube

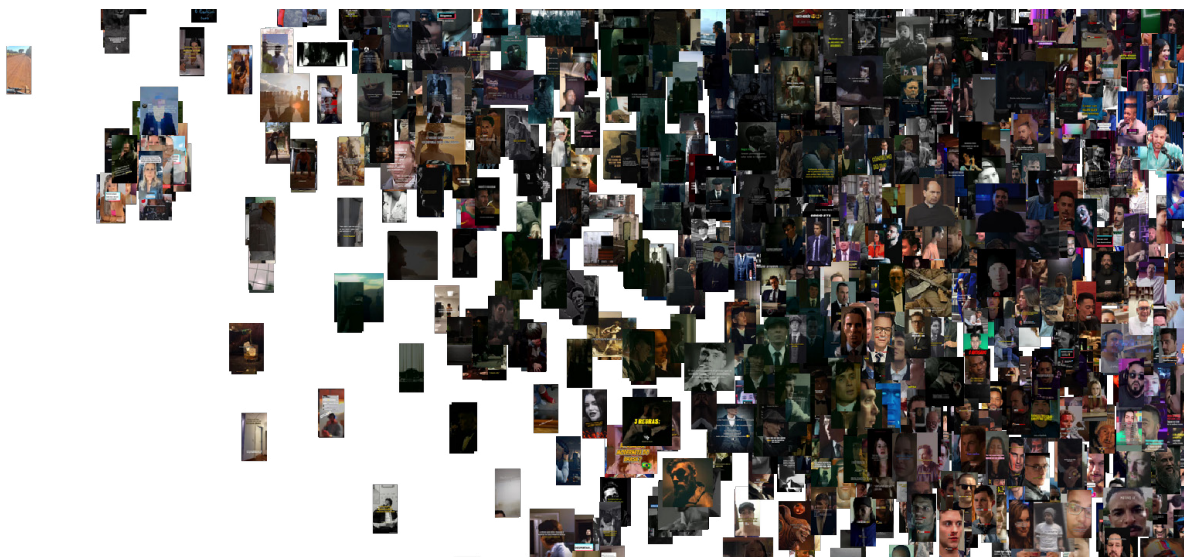


**Fonte:** Elaboração própria.

Ainda sobre referências visuais, a análise dos agrupamentos de *thumbnails* revela o uso de referências culturais e simbologias construídas para confirmar uma identidade de valores masculinistas (Figura 7). Destacam-se, nessa construção ideológica, personagens masculinos de filmes e séries que representam posições de poder. Entre eles, o personagem Tommy Shelby, da série *Peaky blinders* (2013-2022), interpretado por Cillian Murphy, destaca-se como uma referência fulcral dos perfis masculinistas no TikTok. Ex-sargento britânico que serviu na Primeira Guerra Mundial e, posteriormente, tornou-se líder da gangue Peaky

Blinders, Shelby é considerado, pelos grupos masculinistas, um modelo ideal — admirado pelo seu comportamento enigmático e violento, pela defesa de valores familiares e pela elegância em sua forma de se vestir. Outros exemplos incluem personagens masculinos da série *Vikings* (2013-2020) e dos filmes *O poderoso chefão* (1972), *Clube da luta* (1999) e *O lobo de Wall Street* (2013). Esse agrupamento também incorpora imagens simbólicas que representam, para esses grupos, valores associados ao “homem de valor” — como postagens com lobos ou estátuas Moai, frequentemente acompanhadas de mensagens textuais sobre solidão e autoconhecimento.

**Figura 7** – Zoom-in no agrupamento de publicações com referências culturais e simbologias

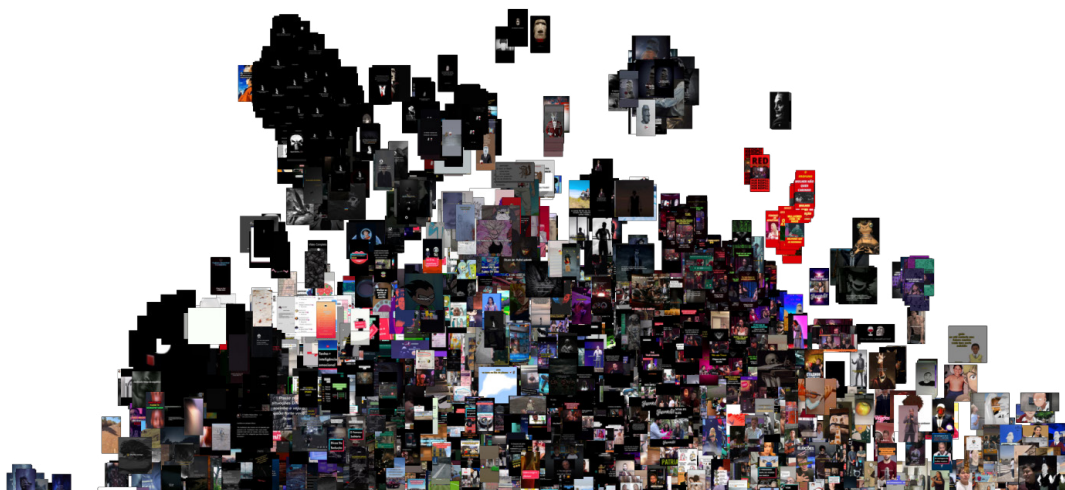


Fonte: Elaboração própria.

Identificamos também um agrupamento formado especificamente por grafismos, *memes*, desenhos e ilustrações diversas (Figura 8). São vídeos com a reprodução de imagens de desenhos animados, personagens de *videogames* e animações japonesas como *Naruto* e *Dragon ball Z*. Os cortes de vídeos mostram personagens fortes pronunciando frases que exaltam valores como coragem, amizade e honradez — princípios associados ao ideal de um homem de valor. Um exemplo é um vídeo publicado em dezembro de

2022, no qual se lê "machos sigmas nos animes" e uma lista de supostas características de personalidade: "frio, lobo solitário, controle emocional, introvertido, confiante, respeitado, não corre atrás de mulher, estoicismo". O vídeo mostra, em seguida, uma série de personagens de *animes* com esse perfil. Essas referências culturais operam, nesse cenário, como ferramentas simbólicas que ajudam a transmitir — de forma explícita ou implícita — valores associados a uma cultura masculina, especialmente entre os mais jovens.

**Figura 8** – Zoom-in no agrupamento formado por publicações com grafismos, *memes* e desenhos animados

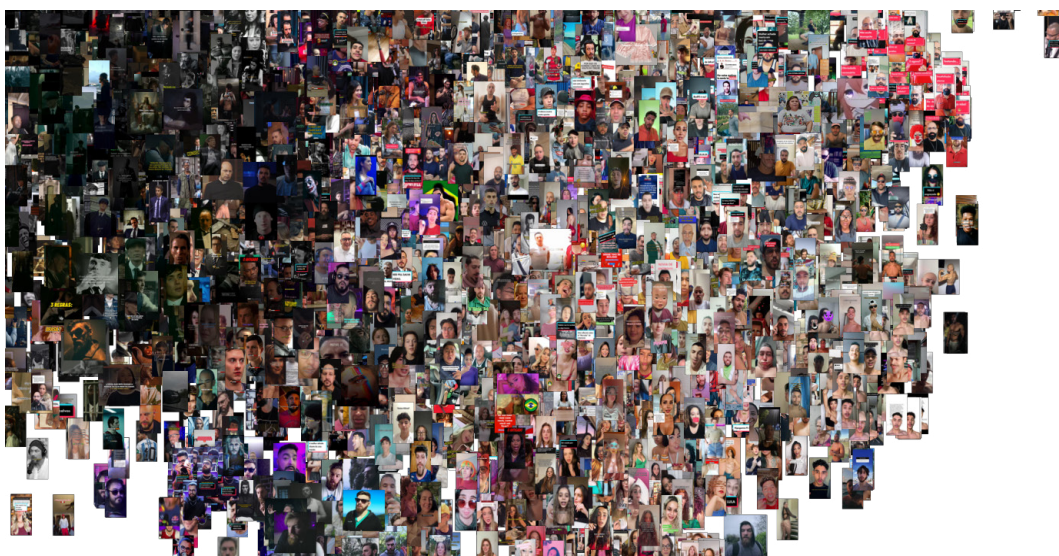


Fonte: Elaboração própria.

Por fim, identificamos um agrupamento formado prioritariamente por miniaturas com imagens de vídeos gravados pelos próprios usuários no formato de testemunho. As *selfies* nos ambientes digitais são um gênero significativo na produção de conteúdo digital. A representação de si nas redes sociais se insere no contexto de sociabilidade digital como uma forma expressiva que, paralelamente, alimenta a própria circulação de

conteúdos nesses ambientes, uma vez que o algoritmo tende a priorizar esse tipo de conteúdo. Assim, observamos que a técnica de agrupamento de imagens por similaridade entre as *thumbnails* resultou na formação de um agrupamento composto principalmente por imagens do rosto de homens e mulheres que tratam sobre a temática do masculinismo no TikTok (Figura 9).

**Figura 9** – Zoom-in no agrupamento formado por publicações com *selfies*



**Fonte:** Elaboração própria.

Em suma, o agrupamento de imagens com a análise qualitativa permite identificar aspectos visuais que contribuem para criar narrativas sobre uma identidade masculinista no TikTok. Observa-se a formação de uma narrativa transmidiática, expressa pela republicação, no TikTok, de vídeos originalmente extraídos do YouTube. Essa estratégia amplia o discurso de autoridade mantido por influenciadores associados a grupos masculinistas e representa uma adaptação discursiva às lógicas de consumo e propagação de conteúdo na plataforma de vídeos curtos. O uso de referências culturais destaca-se como um recurso para estabelecer vínculos com os interlocutores. As *selfies* também emergem como uma forma de autorrepresentação nos ambientes digitais, materializando-se na forma de testemunhos de usuários comuns que expressam suas percepções sobre a ideologia *red pill*, seja para

concordar ou discordar.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise multimodal de discursos masculinistas no TikTok revela que a misoginia em rede é sustentada por uma ecologia comunicacional que combina plataformas e seus operadores algoritmos, performatividade sobre gênero e estratégias de visibilidade do conteúdo publicado. Ao integrar elementos textuais, sonoros e imagéticos, a produção de conteúdo sobre a temática *red pill* constrói uma narrativa que naturaliza desigualdades de gênero, a partir da valorização masculina, e reposiciona o antifeminismo como um valor moral e um estilo de vida, ao aglutinar o posicionamento de mulheres nessa perspectiva. Assim, os resultados indicam que a circulação desse conteúdo não é aleatória, pois ela busca a

"valorização masculina" como uma estratégia de legitimação de discursos masculinistas e de construção de uma "identidade masculina" baseada em princípios que traduzem um "homem de valor". Essa estratégia é composta pela mobilização de recursos linguísticos multimodais habilitados pela plataforma, mas também explorados pelos usuários na construção de suas formas discursivas. *Hashtag*, texto, fala e imagem são elementos que, em conjunto, contribuem para a formação de discursos misóginos que se materializam em formas expressivas próprias no TikTok.

Os resultados mostram que as subcomunidades masculinistas no TikTok se adaptam à lógica algorítmica da plataforma, explorando as técnicas do meio para promover afetos de identificação e pertencimento. A estética motivacional e o discurso de "desenvolvimento pessoal masculino" operam como porta de entrada para visões mais radicais, disfarçando a misoginia sob uma retórica de autoaperfeiçoamento. Essa estratégia conecta grupos masculinistas brasileiros a circuitos globais de circulação simbólica, nos quais a masculinidade tradicional é reembalada como resistência cultural diante do avanço das pautas feministas e progressistas.

Esse estudo ilustra as dinâmicas discursivas de grupos masculinistas na plataforma de vídeos curtos a partir da sua capacidade de autodeterminação baseada em práticas, princípios e valores compartilhados entre os membros dessa comunidade. Nota-se, por exemplo, que membros dessas comunidades não se consideram parte de um movimento, mas sujeitos que compartilham valores, crenças, moralidades, ideologias e cosmovisões sobre a sociedade e seu funcionamento. Apesar das convergências de princípios, o comportamento de tais sujeitos é marcado por pluralidades e idiossincrasias. Dentro das dinâmicas de sociabilidade de grupos masculinistas, há formações identitárias e práticas discursivas heterogêneas, que podem transbordar para sujeitos que não fazem parte estritamente da "manosfera", como mulheres antifeministas. Tais ideologias antifeministas, segundo Krendel, McGlashan e Koller (2022),

destacam dicotomias entre os gêneros, retratando mulheres como homogêneas, privilegiadas e frequentemente imorais, enquanto homens são representados como desfavorecidos, mas capazes de sucesso econômico e sexual. Esses atributos reforçam desequilíbrios de poder sexual e social, ampliando discursos de oposição ao feminismo para esferas mais amplas da sociedade.

Remontamos ainda as estratégias tecnodiscursivas misóginas em meios digitais, olhando especificamente para o conteúdo produzido e disseminado por perfis engajados nessa temática no TikTok. A arquitetura da plataforma auxilia a amplificação dos discursos antifeministas já que opera por meio de um sistema de recomendação hiperpersonalizado, priorizando conteúdos que tenham maior probabilidade de gerar reações imediatas. As contribuições metodológicas do artigo se concentram na adoção de uma abordagem multimodal para identificar discursos produzidos no TikTok observando especificamente a dimensão sociotécnica das ideologias que circulam como publicações nesse ambiente digital. Observando a rede de coocorrência de *hashtags*, analisando o conteúdo falado em vídeos e examinando a similaridade visual em miniaturas de conteúdo no TikTok, exploramos a construção, manutenção e propagação de símbolos, representações e argumentos adotados por perfis que interagem com um conjunto de *hashtags* características de movimentos misóginos no TikTok.

Identificamos que as publicações compartilhadas com *hashtags* masculinistas no TikTok frequentemente são construídas por meio de referências culturais como filmes, *memes* e desenhos animados. Adicionalmente, nota-se uma estratégia multiplataforma que estrutura a circulação de conteúdos misóginos no TikTok. Por meio da análise visual, identificamos, por exemplo, que parte do conteúdo compartilhado na plataforma de vídeos curtos são edições, cortes ou repostagens de trechos de entrevistas e participações de figuras influentes do movimento, originalmente publicados na íntegra em *videocasts* do YouTube. Isso sugere que as dinâmicas de disseminação

do discurso misógino se adaptam às práticas de produção discursiva em cada plataforma. Por um lado, os usuários mais engajados com o tema podem assistir ao vídeo completo nos canais oficiais do YouTube desses atores, enquanto no TikTok os trechos mais significativos ganham uma nova lógica de circulação, atraindo inclusive a atenção de usuários que não necessariamente se engajariam com o mesmo conteúdo em outra plataforma. Estudos futuros podem aprofundar como as estratégias de propagação de discursos machistas são estruturadas a partir de uma compreensão desses movimentos sobre os algoritmos de entrega de conteúdo nesses ambientes digitais.

A pesquisa aponta ainda para um debate significativo sobre as interpretações feminista e antifeminista sobre o papel da mulher na sociedade. De forma complementar, estudos indicam uma articulação entre o antifeminismo e a agenda masculinista, incluindo os movimentos *red pill* e *incel* e a emergência de uma "manosfera" *online*. Valéria Dickel e Guilía Evolvi (2022) analisaram como as atividades das masculinistas se intensificam como um discurso que busca contrabalançar o crescimento de discursos feministas *online*. As autoras destacam como esses movimentos ganham força a partir de uma percepção de conspiração feminista, em que se faz necessário um contramovimento de reação baseado na vitimização dos homens e no desejo de restabelecer valores patriarcais. Investigando influenciadoras antifeministas, Bauer (2023) argumenta que esses perfis adotam diferentes práticas para metapolitizar suas vidas pessoais para apresentar suas ideias antifeministas nos meios digitais, criando, inclusive, pontes com atores da "manosfera". Esta, por sua vez, configura-se um conjunto fragmentado de comunidades digitais (*red pill*, *incel*, PUA etc.) que promovem discursos misóginos a partir da construção de uma identidade masculina baseada em representações tradicionais sobre os papéis de gênero na sociedade (Han; Yin, 2023); convergindo, assim, com as práticas discursivas e estratégicas de influenciadoras antifeministas. Em suma, podemos compreender

os movimentos antifeministas e a emergência de grupos masculinistas como uma forma de reação às representações feministas e progressistas sobre o papel social das mulheres no contexto contemporâneo.

## REFERÊNCIAS

4CAT. The 4CAT Capture & Analysis Toolkit. *4Cat*, [s.d.]. Disponível em: <https://4cat.nl/>. Acesso em: 24 out. 2025.

AI@META. Llama 3 Model Card. *Github*, 2024. Disponível em: [https://github.com/meta-llama/llama3/blob/main/MODEL\\_CARD.md](https://github.com/meta-llama/llama3/blob/main/MODEL_CARD.md). Acesso em: 14 maio 2024.

BANET-WEISER, Sarah; MILTNER, Kate M. #Masculinity-SoFragile: culture, structure, and networked misogyny. *Feminist Media Studies*, [s. l.], v. 16, n. 1, p. 171-174, 2016. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2016.1120490>. Acesso em: 30 out. 2025.

BAKHTIN, Mikhail. *Para uma filosofia do ato responsável*. 3. ed. Tradução de Valdemir Miotello e Carlos Alberto Faraco. São Carlos: Pedro & João Editores, 2017.

BAUER, Mareike Fenja. Beauty, baby and backlash? Anti-feminist influencers on TikTok. *Feminist Media Studies*, [s. l.], v. 24, n. 5, p. 1023-1041, 2024. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14680777.2023.2263820>. Acesso em: 30 out. 2025.

BARKER, Kim; JURASZ, Olga. Online Misogyny: A Challenge for Digital Feminism? *Journal of International Affairs*, [s. l.], v. 72, n. 2, p. 95-114, 2019. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/26760834>. Acesso em: 24 out. 2025.

DICKEL, Valerie; EVOLVI, Giulia. "Victims of feminism": exploring networked misogyny and #MeToo in the manosphere. *Feminist Media Studies*, [s. l.], v. 23, n. 4, p. 1392-1408, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2029925>. Acesso em: 24 out. 2025.

FAIRCLOUGH, Norman. A dialectical-relational approach to critical discourse analysis in social research. In: WODAK, Ruth; MEYER, Michael (ed.). *Methods of Critical Discourse Analysis*. 2. ed. London: Sage, 2009. p. 162-187.

GING, Debbie. Alphas, betas, and incels: Theorizing the masculinities of the manosphere. *Men and Masculinities*, [s. l.], v. 22, n. 4, p. 638-657, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1097184X17706401>. Acesso em: 24 out. 2025.

GING, Debbie; SIAPERA, Eugenia. Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, [s. l.], v. 18, n. 4, p. 515-524, 2018. Disponível em: <https://doras.dcu.ie/26989/1/Special%20issue%20on%20online%20misogyny.pdf>. Acesso em: 24 out. 2025.

GROOTENDORST, Maarten. BERTopic: Neural topic modeling with a class-based TF-IDF procedure. *ArXiv*, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2203.05794>. Acesso em: 24 out. 2025.

GROOTENDORST, Maarten. KeyBERT: minimal keyword extraction with BERT. *Zenodo*, 2020. v.0.3.0. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4461265>. Acesso em: 24 out. 2025.

HAN, Xiaoting; YIN, Chenjun. Mapping the manosphere. Categorization of reactionary masculinity discourses in digital environment. *Feminist Media Studies*, [s. l.], v. 23, n. 5, p. 1923-1940, 2023. Disponível em: <https://xyonline.net/sites/xyonline.net/files/2024-06/Han.%20Mapping%20the%20manosphere%202023.pdf>. Acesso em: 30 out. 2025.

HE, Kaiming et al. Deep residual learning for image recognition. In: IEEE CONFERENCE ON COMPUTER VISION AND PATTERN RECOGNITION, 2016, Las Vegas. *Proceedings* [...]. Las Vegas: IEEE, 2016. p. 770-778. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/7780459>. Acesso em: 24 out. 2025.

KOULOURIS, Theodore. Online misogyny and the alternative right: debating the undebatable. *Feminist Media Studies*, [s. l.], v. 18, n. 4, p. 750-761, 2018. Disponível em: <https://2024.sci-hub.se/7019/7a011e71b32312356be-6484fa2f6980f/koulouris2018.pdf>. Acesso em: 24 out. 2025.

KRENDEL, Alexandra. The men and women, guys and girls of the 'manosphere': A corpus-assisted discourse approach. *Discourse & Society*, [s. l.], v. 31, n. 6, p. 607-630, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0957926520939690>. Acesso em: 24 out. 2025.

KRENDEL, Alexandra; McGLASHAN, Mark; KOLLER, Veronika. The representation of gendered social actors across five manosphere communities on Reddit. *Corpora*, [s. l.], v. 17, n. 2, p. 291-321, 2022. Disponível em: <https://www.semanticscholar.org/paper/The-representation-of-gendered-social-actors-across-Krendel-McGlashan/3ce874a2b6dce0e30a6db6df649db-3d919c21632>. Acesso em: 24 out. 2025.

MALZER, Claudia; BAUM, Marcus. A hybrid approach to hierarchical density-based cluster selection. In: IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON MULTISENSOR FUSION AND INTEGRATION FOR INTELLIGENT SYSTEMS (MFI), 2020, Karlsruhe. *Proceedings* [...]. Karlsruhe: IEEE, 2020. p. 223-228. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9235263>. Acesso em: 24 out. 2025.

MARWICK, Alice E.; CAPLAN, Robyn. Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment. *Feminist Media Studies*, [s. l.], v. 18, n. 4, p. 543-559, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1450568>. Acesso em: 24 out. 2025.

McINNES, Leland; HEALY, John; MELVILLE, James. UMAP: Uniform Manifold Approximation and Projection for Dimension Reduction. *Arxiv*, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.1802.03426>. Acesso em: 24 out. 2025.

OHM, Tillmann et al. Collection Space Navigator: An Interactive Visualization Interface for Multidimensional Datasets. In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM ON VISUAL INFORMATION COMMUNICATION AND INTERACTION, 16., 2023, Guangzhou. *Proceedings* [...]. Guangzhou: VINCI, 2023. p. 1-5. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/3615522.3615546>. Acesso em: 24 out. 2025.

OLIVEIRA, Rosane Cristina; SILVA, Renato. 122. Masculinismo e misoginia na sociedade brasileira: uma análise dos discursos dos adeptos ao masculinismo nas redes sociais. *Revista Philologus*, [s. l.], v. 27, n. 81, p. 1609-1625, 2021. Disponível em: <https://revistaphilologus.org.br/index.php/rph/article/view/988>. Acesso em: 24 out. 2025.

OMENA, Janna Joceli; RABELLO, Elaine Teixeira; MINTZ, André Goes. Digital Methods for Hashtag Engagement Research. *Social Media+ Society*, [s. l.], v. 6, n. 3, e2056305120940697, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2056305120940697>. Acesso em: 24 out. 2025.

PAVEAU, Marie-Anne. *Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas*. Campinas: Pontes, 2013.

PEETERS, Stijn et al. Digital Methods Initiative: Zeschuimer. *GitHub*, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6826877>. Acesso em: 24 out. 2025.

PEETERS, Stijn; HAGEN, Sal. The 4CAT capture and analysis toolkit: A modular tool for transparent and traceable social media research. *Computational Communication Research*, [s. l.], v. 4, n. 2, p. 571-589, 2022. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3914892>. Acesso em: 24 out. 2025.

RADFORD, Alec et al. Robust speech recognition via large-scale weak supervision. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON MACHINE LEARNING, 40., 2023, Honolulu. *Proceedings* [...]. Honolulu: PMLR, 2023. p. 28492-28518. Disponível em: <https://proceedings.mlr.press/v202/radford23a.html>. Acesso em: 24 out. 2025.

ROGERS, Richard. *Digital Methods*. Cambridge: The MIT Press, 2013.

VALENTE, Mariana Giorgetti et al. *Research project to combat gender-based hate speech against women in Brazil and India: Final report*. São Paulo: InternetLab, 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10625/62006>. Acesso em: 24 out. 2025.

VAN DIJK, Tean A. *Discurso e Contexto: uma abordagem sociocognitiva*. Tradução Rodolfo Ilari. São Paulo: Contexto, 2012.

VAN LEEUWEN, Theo. Multimodality. In: SIMPSON, James (ed.). *The Routledge Handbook of Applied Linguistics*. New York; London: Routledge, 2011. p. 668-682.

VASWANI, Ashish et al. Attention is all you need. In: CONFERENCE ON NEURAL INFORMATION PROCESSING SYSTEMS, 31., 2017, Long Beach. *Proceedings* [...]. Long Beach: NIPS, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.1706.03762>. Acesso em: 24 out. 2025.

VILAÇA, Gracila. Virgin X Chad: Memes de Internet da machosfera brasileira no Reddit. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 31., 2022, Imperatriz. *Anais eletrônicos* [...]. Campinas: Compós, 2022. p. 1-27. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/virgin-x-chad-memes-de-internet-da-machosfera-brasileira-no-reddit?lang=pt-br>. Acesso em: 24 out. 2025.

VILAÇA, Gracila; D'ANDRÉA, Carlos. Da manosphere à machosfera: Práticas (sub)culturais masculinistas em plataformas anonimizadas. *Eco-Pós*, [s. l.], v. 24, n. 2, p. 410-440, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/ecopos.v24i2.27703>. Acesso em: 24 out. 2025.

VIMIEIRO, Ana Carolina; BARGAS, Janine de Kássia Rocha. O uso de dados e métodos digitais nas pesquisas em comunicação. *FAMECOS*, [s. l.], v. 26, n. 2, p. e32473, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.2.32473>. Acesso em: 24 fev. 2025.

---

### Eurico Matos

Doutor e mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas, pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Professor da Escola de Comunicação, Mídia e Informação da Fundação Getulio Vargas (FGV Comunicação). É pesquisador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCT.DD). É líder do grupo de pesquisa Comunicação, Sociedade e Mídia Digital.

---

### Matheus Pestana

Doutor e mestre em Ciência Política, pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (IESP-UERJ). Professor horista da Comunicação Digital da Escola de Comunicação, Mídia e Informação da Fundação Getulio Vargas (FGV Comunicação). É pesquisador do Instituto de Estudos da Religião (ISER) e coordenador de dados do Grupo de Estudos dos Novos Ilegalismos da Universidade Federal Fluminense (GENI/UFF).

---

### Danielle Sanches

Doutora em História das Ciências, pela EHESS/Paris e COC/Fiocruz. Professora da Escola de Comunicação, Mídia e Informação da Fundação Getulio Vargas (FGV Comunicação). É pesquisadora colaboradora do Laboratório de Humanidades Digitais da Universidade Nova de Lisboa, membro-fundadora da Associação Brasileira de Humanidades Digitais (ABHD) e coordenadora do Grupo de Trabalho de IA e Educação, do Observatório das Tecnologias e IA na Educação (Edu-tecia).

---

### Maria Sirleidy Cordeiro

Doutora e mestre em Linguística, pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora na Escola de Comunicação da Fundação Getulio Vargas (FGV). Atua na área de Linguística, com foco na análise de redes sociais e nas práticas discursivas em ambientes digitais. Dedicar-se, ainda, ao desenvolvimento e aplicação de metodologias voltadas à leitura, filtragem e organização de bancos de dados digitais.

---

### Endereço para correspondência

#### Fundação Getulio Vargas

Escola de Comunicação, Mídia e Informação

Praia de Botafogo, 190, 7º andar, sala 5

Botafogo, 22250-900

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

---

### Como citar este artigo

Oliveira Matos Neto, E., Pestana, M., Sanches, D., & Cordeiro, M. S. "Misoginia na rede vizinha": Uma análise multimodal de discursos masculinistas no TikTok brasileiro. *Revista FAMECOS*, e47749. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2026.1.47749>

*Os textos deste artigo foram revisados pela Texto Certo Assessoria Linguística e submetidos para validação dos autores antes da publicação.*