

A campanha permanente de Nikolas Ferreira - O impacto dos vídeos formato *reels* de Nikolas Ferreira para sua construção como político.¹

Roberta Padua e Silva²

Renata de Oliveira Carreon³

Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP

Resumo

O presente artigo analisa a atuação do deputado federal Nikolas Ferreira no contexto da campanha permanente, com foco em sua performance em redes sociais. A análise se concentra no vídeo publicado em janeiro de 2025, no qual o parlamentar denuncia a suposta “taxação do Pix” pelo Governo Federal. A partir da técnica de Análise de Conteúdo (Bardin, 2006), o estudo examina as estratégias discursivas, visuais e emocionais utilizadas no vídeo, bem como seus efeitos políticos e comunicacionais. Com linguagem direta, apelo à indignação popular e forte presença estética, o conteúdo atingiu mais de 300 milhões de visualizações, contribuindo para a revogação da medida fiscal e impulsionando a imagem do deputado como defensor da população. O artigo associa esse fenômeno ao conceito de campanha permanente, demonstrando como a política digital contemporânea promove a fusão entre atuação institucional, autopromoção constante e espetacularização da informação. A atuação de Nikolas Ferreira exemplifica os impactos da desinformação no debate público e revela o poder das redes sociais na construção de lideranças políticas personalizadas.

Palavras-Chave: Campanha permanente; Nikolas Ferreira; marketing político; redes sociais; desinformação.

Introdução

Nikolas Ferreira, deputado federal eleito por Minas Gerais, foi o parlamentar mais votado do Brasil nas eleições de 2022, com 1,47 milhão de votos, além de ser o mais votado da história do estado de Minas Gerais. A partir de 2022, com Nikolas já exercendo sua função como parlamentar, pôde-se notar um crescimento ainda maior⁴ da construção de seu nome como político, devido ao seu posicionamento estratégico nas redes sociais. Nesse viés, tem-se o conceito de campanha permanente (Hecló, 2000), que define essa maneira de fidelizar eleitores de forma constante.

¹ Trabalho apresentado na IJ06 – Comunicação e Interfaces, da Intercom Júnior – 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 8º semestre do Curso de Ciências Sociais (com ênfase em Ciência Política e Sociologia) do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Unicamp. Bolsista CNPq de Iniciação Científica na área de Sociologia do Consumo, email: r202518@dac.unicamp.br

³ Orientadora do trabalho e professora permanente do Mestrado em Divulgação Científica e Cultural (MDCC) – LABJOR (Unicamp), e-mail: renatacarreon@gmail.com

⁴ Em janeiro de 2025, Nikolas Ferreira ultrapassou o presidente Lula e se tornou o segundo político brasileiro mais seguido no Instagram, atrás apenas de Jair Bolsonaro. (Agência Estado, 2025)

O deputado Nikolas Ferreira, envolto em diversas polêmicas durante seu mandato, utilizou de estratégias *online* para autopromoção, estrelando vídeos minuciosamente preparados para instigar a curiosidade popular. Os temas tratados pelo deputado, sempre em tom de denúncia a outros políticos, partidos e mandatos, são comunicados de maneira simples e cativante, visando envolvimento e fidelização com o público. Além disso, os assuntos abordados são tópicos que dizem respeito diretamente à população brasileira, abrangendo questões pessoais que despertam o interesse de seus visualizadores, que são atraídos, cativados e fidelizados (Schwartzemberg, 1977) ativamente por suas estratégias. No dia 14 de janeiro de 2025, Nikolas publicou um vídeo-denúncia no *reels*, mecanismo do *Instagram*, indicando irregularidades do Governo Federal sobre o que ficou conhecido, após seu vídeo, como “taxação do Pix”. Ao usar linguagem informal, comunicação clara, questões pessoais que fazem parecer com que Nikolas conversa com cada visualizador, artefatos visuais que tornam o vídeo chamativo e trilha sonora envolvente, o parlamentar mobiliza seu público, que o apoia e o compartilha, fazendo com que o alcance de seus conteúdos seja transformador para sua construção como político. As consequências de seus vídeos são de extrema relevância para o cenário político nacional, visto que a “taxação do Pix”, *fake news* divulgada pelo deputado, afetou consideravelmente a imagem do Governo Federal para a população brasileira⁵. O número de visualizações e interações com seus conteúdos são, devido a sua articulação, surpreendentes. Em junho de 2025, o vídeo conta com 333 milhões de visualizações e 9 milhões de curtidas.

A lei número 9.504, de 30 de setembro de 1997, conhecida como Lei das Eleições, regulamenta a campanha eleitoral no Brasil, estabelecendo regras necessárias para a propaganda política. Essa legislação prevê que as campanhas eleitorais podem começar apenas a partir do dia 16 de agosto do ano da eleição, sendo vedada qualquer forma de propaganda política que configure o pedido explícito de votos antes da data. Nesse sentido, tem-se o conceito de campanha permanente, que apesar de não explicitamente pedir votos, recorre a diversas estratégias que mobilizam possíveis votos de futuros eleitores. Nikolas, por sua vez, une e dissolve em uma só, as ideias de

⁵ As fake news relacionadas a “taxação do pix” chegaram a mais de 87% da população brasileira, e 67% dos entrevistados seguiram acreditando nas supostas taxas mesmo após a revogação da medida, segundo dados da Quaest. (Agência Estado, 2025)

governar e fazer campanha, sempre investindo na continuidade da sua carreira ao mesmo tempo em que a exerce.

“Seria claramente um erro pensar que a dependência do governo da opinião pública é algo novo. Mas a campanha permanente é algo diferente da necessidade constante do governo por apoio público. Todo dia é dia de eleição na campanha permanente. Tal campanha é um processo sem fim que visa manipular fontes de aprovação do público para se engajar em uma ação de governar a si mesma.” (Heclo, 2000, p.17, tradução própria)

Por definição, a campanha permanente não acontece apenas em redes sociais, já que se trata de um conceito antigo e inclusive abordado anteriormente ao surgimento das redes. Contudo, contemporaneamente, com o crescimento da relevância das redes sociais graças ao alcance por elas permitido, o marketing político tem dado a devida importância às redes e utilizado de seus mecanismos para induzir a divulgação política.⁶

Este artigo visa analisar a campanha permanente feita por Nikolas Ferreira em suas redes sociais, mais especificamente no Instagram, analisando as composições do vídeo sobre a “taxação do Pix”, já que as mesmas estratégias são utilizadas em outros vídeos posteriores produzidos pela equipe do deputado. Por meio da técnica de Análise de Conteúdo, de Laurence Bardin (2006), será interpretado como o *reels* publicado por Nikolas sobre a questão do Pix afetou a percepção da população sobre a medida. Além disso, também analisarei os números de interações com o conteúdo mencionado, tendo como base a quantidade de visualizações, compartilhamentos, curtidas e comentários, para entender a dimensão do impacto do vídeo, com uma análise qualitativa dos comentários. O referencial teórico abordará a questão da campanha permanente, associando o conceito às redes sociais de Nikolas Ferreira. Desse modo, ao associar a análise bibliográfica sobre comunicação política, campanha permanente e questões sociais com os dados quantitativos do vídeo de Nikolas, o artigo busca entender o impacto que o *reels* trouxe para a medida do Governo Federal sobre o Pix, e como o deputado consolidou seu público devido a isso.

Campanha permanente

O conceito de campanha permanente surgiu no campo da Ciência Política baseado na observação das transformações nas práticas comunicativas de líderes políticos, sobretudo no contexto estadunidense, se popularizando nos estudos de Sidney

⁶ Ver mais em: JOATHAN, Ícaro; REBOUÇAS, Hébel. Campanha permanente em busca da Presidência da República: as estratégias de comunicação de Jair Bolsonaro no Facebook 2015-2018. 2020.

Blumenthal (1980). No livro *The Permanent Campaign* (1980), o autor identificou a junção permanente de estratégias eleitorais durante o exercício do governo, caracterizando uma nova lógica em que a distinção entre governar e fazer campanha se dilui, configurando uma atuação política orientada constantemente pela busca de popularidade e apoio junto à opinião pública. A campanha permanente pode ser definida como um “processo pelo qual o governo mobiliza os instrumentos eleitorais, pesquisas de opinião, marketing político e propaganda, de forma contínua, mesmo após o término das eleições” (Blumenthal, 1980, p.19, tradução própria).

Posteriormente, o conceito seguiu sendo estudado por outros autores. Segundo Heclo (2000, p.11), o ato de fazer campanha e o ato de governar deveriam se diferenciar de três maneiras diferentes: primeiramente, enquanto a disputa eleitoral tem como único objetivo a vitória nas urnas, o governo pressupõe a busca contínua por diversos resultados positivos ao longo do mandato; segundamente, no passo em que as eleições levam a um embate, a governança leva a um trabalho colaborativo; e por último, fazer campanha é um exercício de persuasão, que visa convencer um possível eleitor, ao passo que governar pressupõe a busca pelo consenso. Dessa forma, a campanha permanente representa uma ruptura com a separação tradicional entre as esferas eleitoral e administrativa, promovendo uma lógica em que a manutenção do apoio político se sobrepõe, muitas vezes, às exigências institucionais. Esse fenômeno transforma mandatos em espaços constantemente mediados por estratégias comunicacionais, pesquisas de opinião e ações de marketing, impactando não apenas a maneira como os líderes tomam decisões, mas também a própria dinâmica democrática, ao reforçar a centralidade da imagem pública e da aprovação popular.

Nos últimos anos, as mídias sociais passaram também a servir a esse propósito, ao viabilizar o contato direto entre representantes e a população e permitir que os políticos tenham espaços e rotinas de comunicação complementares ou independentes dos meios de comunicação de massa (Litsangou, 2015). A possibilidade do impacto da campanha permanente com o alcance que as redes sociais permitem, têm sido amplamente exploradas por assessores políticos, que estudam o que deve ser publicado, financiam anúncios destinados a públicos específicos e planejam publicações chamativas e cativantes. Dessa forma, se torna possível digitalizar a campanha política e aproximar o eleitor, que se transforma em público, e o político, que se transforma em

influencer. Vale questionar, ainda, os benefícios dessa aproximação via redes sociais para a legitimidade do cenário político brasileiro. Para Max Weber (1999), a política só se mantém estável quando é percebida como legítima, ou seja, quando os indivíduos acreditam que a autoridade que os comanda é válida. Nikolas Ferreira, por sua vez, se aproxima exageradamente de seus seguidores, expondo excessivamente suas questões pessoais nas redes sociais, resultando na mistura entre sua imagem como político e sua vida privada. Nesse sentido, Schwartzberg traz a ideia de que o Estado se transforma em “produtor” de espetáculos e a política se faz “encenação”.

Hoje em dia, o espetáculo está no poder. Não mais apenas na sociedade. De tão enorme que foi o avanço do mal. Hoje, nossas conjecturas já não têm como único objeto as relações do espetáculo e da sociedade em geral. Como as tecia Guy Debord em 1967. Agora é a superestrutura da sociedade, é o próprio Estado que se transforma em empresa teatral, em ‘Estado espetáculo’ (SCHWARTZENBERG, 1978, p. 1).

Esse contato constante entre a população e o político, permitido devido às redes sociais e a facilidade de se mostrar conectado, traz um cenário perfeito para o avanço da campanha permanente. O público geral enxerga uma maneira de acompanhar notícias e informações políticas com muito mais facilidade, visto que as mesmas se misturam com publicações cotidianas assistidas na palma de suas mãos. Dessa maneira, se posicionar *online* se torna quase que uma obrigação contemporânea para o político, que vê a possibilidade de inteirar o público de informações que antes só poderiam ser vistas em situações específicas, como em jornais físicos ou de televisão, e não da forma que mais pode o favorecer, como é feito em suas redes. Ainda, a dependência da televisão em campanhas eleitorais anteriores limitava também os candidatos ao horário eleitoral, que define o tempo específico para cada candidato se apresentar e defender suas promessas na televisão, o que hoje em dia é atualizado em tempo real via redes sociais.

Com uma série de agendas políticas em jogo e uma capacidade declinante dos partidos políticos para criar e proteger carreiras políticas, os políticos como um todo tornaram-se mais sujeitos a pressões de grupos de interesse e mais obrigados a participar de campanhas contínuas (HECLO, 2000, p. 21).

As redes sociais de Nikolas Ferreira

No dia 14 de janeiro de 2025, Nikolas Ferreira publicou em sua página do *Instagram*, um vídeo denunciando o Governo Federal de aprovar uma medida que, em suas palavras, visava “monitorar seus gastos com cartão de crédito e Pix” (@nicolasferreiradm, 2025), se direcionando diretamente à população que o assistia. O

episódio envolvendo a alegada “taxação do Pix” constitui um caso emblemático da instrumentalização política da desinformação no Brasil. Em janeiro de 2025, a Receita Federal do Brasil editou uma norma, que passou a obrigar instituições financeiras a reportarem movimentações mensais superiores a R\$5 mil para pessoas físicas e R\$15 mil para pessoas jurídicas. A medida, de caráter eminentemente técnico e fiscal, carregava o objetivo de ampliar a capacidade do Estado de fiscalizar movimentações financeiras suspeitas, especialmente no que refere ao combate à sonegação fiscal e à lavagem de dinheiro (CNN Brasil, 2025). No entanto, a norma foi rapidamente apropriada politicamente por Nikolas Ferreira, que, no vídeo publicado em suas redes sociais, insinuou que a medida abriria caminho para a taxação direta do Pix e afetaria principalmente trabalhadores informais, como feirantes, motoristas de aplicativos e entregadores (@nikolasferreiradm, 2025). Ainda que tenha reconhecido, no próprio vídeo, que o Pix não estava sendo taxado naquele momento, o parlamentar argumentou que não se deveria “duvidar” de que o governo pudesse vir a implementar tal cobrança no futuro (Folha de S. Paulo, 2025). A mensagem foi apresentada sob forte apelo emocional, explorando temores relacionados à intervenção estatal na vida financeira dos cidadãos. O vídeo, conforme reportado pela Folha de S. Paulo (2025), atingiu mais de 200 milhões de visualizações em apenas 24 horas, sendo amplamente disseminado devido a dinâmicas algorítmicas das plataformas digitais, que privilegiam conteúdos de alta polarização e potencial viral (Tufekci, 2017).

A dimensão alcançada pela narrativa difundida por Nikolas Ferreira exerceu considerável pressão sobre a administração pública, levando a Receita Federal a revogar a norma no dia seguinte à publicação do vídeo. O secretário da Receita, Robinson Barreirinhas, justificou a decisão argumentando que não permitiria que a medida fosse “usada como arma na mão de criminosos” ou prejudicasse o debate público (CNN Brasil, 2025). A partir da revogação, Nikolas Ferreira intensificou sua atuação pública, afirmando que, se a denúncia se tratasse de uma *fake news*, não haveria motivo para o recuo governamental (CNN Brasil, 2025). Tal posicionamento reforçou sua imagem como defensor das liberdades individuais frente ao que apresentou como um suposto arbítrio estatal.

Em dados quantitativos, em junho de 2025 o vídeo conta com mais de 333 milhões de visualizações, 9 milhões de curtidas e 900 mil comentários. Apesar de ser

impossível, devido às diretrizes do Instagram, consultar a quantidade de compartilhamentos de um vídeo, quem abriu o aplicativo no dia 14 de janeiro de 2025 provavelmente foi bombardeado com o vídeo sendo compartilhado nos *stories* de diversos usuários. Qualitativamente, em relação aos comentários feitos, a grande maioria demonstra, além de apoio, gratidão ao deputado, o parabenizando por compartilhar a informação de maneira explicativa, o que demonstra como a população se mostrava confusa⁷ com a medida. Boa parte dos comentários, geralmente feitos algum tempo depois da publicação do vídeo, solicita a atenção de Nikolas para medidas tomadas por outros governos, federal ou estaduais, visando que o deputado mobilize seu público ou que explique situações de difícil compreensão popular. Ainda, encontra-se também, em menor número, críticas ao deputado, feitas por pessoas da oposição política, apontando suas irregularidades como parlamentar. Dessa forma, pode-se concluir que o vídeo teve um alcance notável e afetou diretamente o cenário político brasileiro.

Conclusão

A análise da atuação de Nikolas Ferreira nas redes sociais, particularmente no episódio envolvendo a chamada “taxação do Pix”, revela a eficácia e os riscos da prática da campanha permanente no cenário político contemporâneo. Ao transformar seu perfil no Instagram em um canal direto de comunicação com seus seguidores, o deputado consolidou uma estratégia política que alia engajamento emocional, simplificação discursiva e exploração de temas sensíveis ao cotidiano da população, características que amplificam exponencialmente o alcance e o impacto de sua atuação parlamentar fora dos meios institucionais tradicionais.

Nesse processo, a centralidade das redes sociais representa não apenas uma mudança nos modos de fazer política, mas também uma transformação na relação entre representante e representado. A figura de Nikolas Ferreira, construída e performada no ambiente digital, ilustra a lógica do “Estado-espetáculo” proposta por Schwartzberg (1978), na qual a política se converte em um teatro contínuo, com enredos dramáticos, vilões e heróis, que capturam a atenção do público e o mantêm mobilizado. Nesse teatro, a verdade factual e a argumentação racional cedem espaço à narrativa emocional

⁷ A comunicação do Governo Lula III tem sido amplamente criticada, o que foi um dos pontos fundamentais para a baixa popularidade do atual governo. (Brasil de Fato, 2025)

e à lógica do entretenimento, que favorece o político enquanto *influencer*, mais do que como legislador ou articulador de políticas públicas. A utilização do conceito de campanha permanente, tal como desenvolvido por Blumenthal (1980) e aprofundado por Heclo (2000), é fundamental para entender o fenômeno em questão. Nikolas Ferreira opera dentro de um paradigma no qual a distinção entre governar e fazer campanha é dissolvida. Seu mandato, conforme demonstrado ao longo deste artigo, está orientado permanentemente à fidelização do eleitorado, à construção de capital político simbólico e ao aumento da visibilidade pública. A campanha permanente torna-se, portanto, uma estratégia contínua de autopreservação e crescimento político, em que a política é performada para gerar reações imediatas e virais.

A análise do vídeo sobre a “taxação do Pix” demonstra o poder de alcance dessa lógica. Com mais de 333 milhões de visualizações, a publicação teve efeitos concretos sobre a política fiscal brasileira e ilustra como a manipulação informacional, mesmo quando baseada em meias-verdades ou insinuações, pode influenciar decisões governamentais de grande impacto. A revogação da norma pela Receita Federal no dia seguinte à publicação do vídeo revela o quanto a opinião pública digitalizada, moldada por conteúdos altamente emocionalizados, tem força no jogo político contemporâneo. A capacidade de interferência de uma figura pública, operando fora dos canais institucionais tradicionais e recorrendo ao sensacionalismo digital, exige uma reflexão profunda sobre os limites e os desafios da democracia representativa diante da hipervisibilidade das redes.

Do ponto de vista sociológico, observa-se ainda uma reconfiguração da legitimidade política. Tal como proposto por Weber (1999), a legitimidade depende da crença dos governados na validade da autoridade que os governa. O que se nota no caso de Nikolas Ferreira é uma legitimação baseada na popularidade e na capacidade de articulação com o sentimento popular imediato, muitas vezes em detrimento de critérios técnicos, legais ou institucionais. Esse tipo de legitimação, centrado na figura carismática e na comunicação direta e emocional, pode corroer a confiança em instituições e favorecer o personalismo político, com consequências preocupantes para a estabilidade democrática.

Ademais, a análise qualitativa dos comentários ao vídeo demonstra o êxito da estratégia de aproximação com o público. A gratidão expressa por grande parte dos

seguidores e os pedidos constantes para que Nikolas explique ou denuncie outras medidas governamentais indicam que o deputado conquistou um papel para além do político tradicional, o mesmo passa a ser visto como uma espécie de “intérprete” do cenário político, alguém que traduz a política para o povo. Essa centralidade comunicativa, embora eficiente em termos de mobilização, é problemática quando descolada da responsabilidade institucional e do compromisso com a veracidade das informações divulgadas.

Portanto, este artigo demonstra que a atuação de Nikolas Ferreira nas redes sociais é exemplo emblemático de como a campanha permanente pode ser intensificada pelas ferramentas digitais contemporâneas. A análise de conteúdo do vídeo sobre a “taxação do Pix” revela um processo complexo em que a política se funde com espetáculo, o político se transforma em celebridade digital e a verdade factual torna-se apenas mais uma variável no jogo da construção de imagem. O caso estudado reforça a necessidade de repensar os marcos regulatórios da comunicação política nas redes sociais, fortalecer as instituições de checagem de fatos e promover a educação midiática da população, para que a democracia digital não se converta em um terreno fértil para a desinformação e o populismo digital. Dessa forma, a campanha permanente, tal como praticada por Nikolas Ferreira, impõe à democracia brasileira o desafio de equilibrar liberdade de expressão, responsabilidade política e integridade informacional. Se não forem enfrentadas com seriedade as distorções e especulações provocadas por essa lógica, corremos o risco de assistir à consolidação de um modelo de política cada vez mais orientado pela viralização e pela lógica do espetáculo, em detrimento do debate público qualificado e do compromisso com o interesse coletivo.

Referencial teórico

AGÊNCIA ESTADO. Fake news sobre Pix chegou a 87% dos brasileiros, diz Quaest. UOL Notícias, São Paulo, 18 jan. 2025. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2025/01/18/fake-news-sobre-pix-chegou-a-87-dos-brasileiros-diz-quaest.htm>. Acesso em: 2 jun. 2025.

AGÊNCIA ESTADO. Nikolas Ferreira ultrapassa Lula e é o 2º mais seguido em rede social. UOL, São Paulo, 17 jan. 2025. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2025/01/17/nikolas-ferreira-ultrapassa-lula-e-e-o-2-mais-seguido-em-rede-social.htm>. Acesso em: 5 jun. 2025.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2006.

BLUMENTHAL, Sidney. *The Permanent Campaign*. Boston: Beacon Press, 1980.

BRASIL. Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997. Estabelece normas para as eleições. Diário Oficial da União: seção 1, p. 23.294, 1º out. 1997.

BRASIL DE FATO. Erros na comunicação colaboram para baixa popularidade do governo Lula, dizem especialistas. Brasil de Fato, São Paulo, 27 fev. 2025. Disponível em:

<https://www.brasildefato.com.br/podcast/tres-por-quatro/2025/02/27/erros-na-comunicacao-colaboram-para-baixa-popularidade-do-governo-lula-dizem-especialistas/>. Acesso em: 6 jun. 2025.

CNN BRASIL. “Se era fake news, por que revogou?”, diz Nikolas Ferreira à CNN. CNN Brasil, 2 fev. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/se-era-fake-news-por-que-revogou-diz-nikolas-ferreira-a-cnn>. Acesso em: 3 jun. 2025.

FOLHA DE S. PAULO. Vídeo de Nikolas Ferreira sobre fiscalização do Pix viraliza em meio a onda de fake news. Folha de S. Paulo, 30 jan. 2025. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/blogs/hashtag/2025/01/video-de-nikolas-ferreira-sobre-fiscalizacao-do-pix-viraliza-em-meio-a-onda-de-fake-news.shtml>. Acesso em: 28 mar. 2025.

HECLO, H. (2000): “Campaign in Gand Governing: a Conspectus”, in Ornstein, N. J. e Mann, T. E. (eds.): *The Permanent Campaign and Its Future*. Washington D.C.: American Enterprise Institute and The Brookings Institution, pp. 1-37.

JOATHAN, Ícaro; REBOUÇAS, Hébelly. *Campanha permanente em busca da Presidência da República: as estratégias de comunicação de Jair Bolsonaro no Facebook 2015-2018*. 2020.

LITSANGOU, Patrick. Greg Elmer, Ganaele Langlois, Fenwick McKelvey, *The Permanent Campaign, New Media, New Politics*. Transatlantica. Revue d'études américaines. American Studies Journal, n. 2, 2015.

@NIKOLASFERREIRADM. [Vídeo]. Instagram, 14 jan. 2025. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/DEz20G0RodB/>. Acesso em: 3 jun. 2025.

SCHWARTZENBERG, Roger-Gérard. *O estado espetáculo*. Rio de Janeiro: Difel, 1978.

TUFEKCI, Zeynep. *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press, 2017.

WEBER, Max. *Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva*. Tradução de Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. 4. ed. Brasília: Editora UnB, 1999.