

Disputa narrativa e enquadramento no digital: o debate parlamentar sobre a “taxação do Pix” no Instagram¹

Mariana Carvalho²

Escola de Comunicação, Mídia e Informação da FGV - FGV ECMI

RESUMO

Este artigo analisa como parlamentares brasileiros mobilizaram enquadramentos políticos no Instagram durante o debate sobre a suposta “taxação do PIX” em janeiro de 2025. Foram examinadas 465 postagens de deputados e senadores, totalizando mais de 19 milhões de interações. A oposição dominou o debate com narrativas alarmistas alegando “excesso de controle estatal” e conteúdos desinformativos, enquanto a base governista agiu de modo reativo, focando na narrativa de combate à desinformação. Vídeos como de Nikolas Ferreira (PL) e, com menor alcance, de Erika Hilton (PSOL), mostram como o enquadramento de determinado acontecimento e o uso de uma linguagem emotiva como estratégia de circulação de conteúdo atuam na disputa narrativa no ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação política; disputa narrativa; enquadramento; redes sociais.

Introdução

Em um ambiente digital marcado pela polarização política e pelo uso crescente de estratégias emocionais, o Instagram tornou-se um espaço central para a disputa de narrativas. A partir das contribuições de Ricoeur (1994), Goffman (1986), Benjamin (1994) e Milner (2012), este artigo analisa como parlamentares brasileiros mobilizaram enquadramentos políticos no Instagram durante o debate em torno da suposta “taxação do PIX”, em janeiro de 2025. O objetivo é compreender as estratégias de disputa da narrativa política no ambiente digital, com foco nos processos de enquadramento e utilização das emoções como forma de engajar o público.

Disputa narrativa no caso da “taxação do Pix”

Foram analisadas métricas quantitativas de 465 postagens de deputados federais e senadores publicadas entre os dias 5 e 20 de janeiro de 2025, totalizando mais de 19 milhões de interações em conteúdos que mencionavam o termo “Pix”. A análise revela que 69,6% do engajamento ocorreu em postagens da oposição, 21,51% em postagens da

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desinformação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Doutora e Mestra em Comunicação pelo PPGCOM-UERJ. Professora na Escola de Comunicação, Mídia e Informação da FGV. mcarvalhomariana@gmail.com

base governista e 8,98% do centro político, com destaque para Nikolas Ferreira (PL), com 50,67% do engajamento total, e Erika Hilton (PSOL), com 15,98%.

A análise qualitativa das 50 postagens com mais engajamento mostra que a oposição conseguiu estruturar rapidamente uma narrativa alarmista, explorando enquadramentos como “excesso de tributos” e “controle estatal”, combinados a discursos com forte apelo emocional. O uso das emoções como forma de construção narrativa é evidenciado pelo vídeo publicado por Nikolas Ferreira no dia 14 de janeiro, que ultrapassou 200 milhões de visualizações após 24 horas de publicação.

Em contraste, a base governista assumiu uma postura predominantemente defensiva, centrada na tentativa de desmentir a narrativa construída pela oposição. Em resposta ao vídeo de Nikolas, a deputada Erika Hilton publicou um vídeo com edição e estética similar – fundo e roupas brancas, em contraste ao fundo e roupas pretas que Nikolas utilizou – no dia 18 de janeiro que foi amplamente compartilhado pelo campo progressista nas redes, chegando a 98 milhões de visualizações. Os vídeos dos dois parlamentares de campos políticos opostos, juntamente com os demais conteúdos publicados pelos parlamentares brasileiros no caso da taxaço do Pix, mostram como diferentes enquadramentos de um mesmo acontecimento político são disputados nas redes sociais.

Esses enquadramentos são construídos a partir de micro narrativas (CARVALHO, 2024). Como é possível observar no caso analisado, as postagens podem ser analisadas de modo isolado, apenas como uma unidade de conteúdo, mas, dentro da plataforma, são lidos e compreendidos a partir de uma *timeline* construída de modo particular para cada indivíduo e, portanto, constroem uma compreensão mais ampla sobre os acontecimentos ali selecionados e ordenados pelos algoritmos das plataformas digitais. Se entendemos o *feed* como uma narrativa, podemos ler a disputa entre diferentes acontecimentos como uma competição pelo enquadramento da narrativa. No caso do Pix, essa disputa ocorreu não apenas pela visibilidade e consequente circulação dos conteúdos de cada campo político, mas em grande medida pela capacidade de emocionar e engajar o público em torno daquela narrativa específica.

Mobilização de afetos e enquadramento nas mídias sociais

A pesquisa evidencia que, em contextos de elevada polarização, a disputa de enquadramentos nas redes sociais não ocorre apenas em torno da veracidade das informações, mas sobretudo da capacidade de mobilizar afetos e estabelecer narrativas que ressoem emocionalmente nos usuários. O Instagram, com sua arquitetura centrada em imagens, vídeos e interações rápidas, intensifica essa lógica e oferece um terreno fértil para que atores políticos imponham seus enquadramentos e moldem a opinião pública. Compreender essas dinâmicas é fundamental para analisar o papel das plataformas digitais na disputa pela opinião pública no ambiente digital.

REFERÊNCIAS

BAHKTIN, Mikhail. **O Marxismo e a Filosofia da Linguagem**. 16ª ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

_____. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARBOSA, Marialva C. “O filósofo do sentido e a comunicação.” **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v.5, n.9 de jan./jun. de 2006: pp. 139-149.

BEER, David. **Popular Culture and New Media: The Politics of Circulation**. New York: Palgrave Macmillan, 2013.

BENFORD, Robert D.; SNOW, David A. “Framing processes and social movements: an overview and assessment.” **Annu. Rev. Sociol.**, v. 26, 2000.

BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas. Magia, técnica, arte e política**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

CARVALHO, M. **Emoções e disputa narrativa nas eleições de 2022: o antagonismo político no X durante o debate presidencial**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

CHAGAS, Viktor; MODESTO, Michelle; MAGALHÃES, Dandara. “O Brasil vai virar Venezuela: medo, memes e enquadramentos emocionais no WhatsApp pró-Bolsonaro”. **Esferas**, v. 14, pp. 1-17, 2019. <https://doi.org/10.31501/esf.v0i14.10374>

GOFFMAN, Erving. *Frame Analysis*. Northeastern: Northeastern University Press, 1986.

MARGETTS, Hellen et al. **Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action**. Princeton e Oxford: Princeton University Press, 2016.

MILNER, Ryan. “Pop polyvocality: internet memes, public participation and the Occupy Wall Street Movement.” **International Journal of Communication**, 7 de 2013.

_____. **The World Made Meme: Discourse and Identity in Participatory Media**. Tese de Doutorado: University of Kansas, 2012.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa - tomo I**. Campinas: Papirus Editora, 1983.