

Desinformação, comunicação política e Instagram: o caso de Nikolas Ferreira e o pix¹

Isabela Afonso Portas²

Gabriela Agostinho Pereira³

Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM/SP

Resumo

Este trabalho analisa um vídeo publicado pelo deputado Nikolas Ferreira sobre a possível taxaço do Pix. Realizamos uma análise empírica baseada em dados coletados na ferramenta Fanpage Karma, bem como uma abordagem baseada na Análise do Discurso de Linha Francesa, considerando: a constituição dos sujeitos discursivos; a cena discursiva e o interdiscurso; os modos de convocação discursiva ao consumo de desinformação. Observamos que o *ethos* discursivo de Nikolas se constrói como defensor do cidadão comum, mobilizando afetos como medo e indignação. A cena discursiva é construída com elementos audiovisuais e fragmentos de notícias em imagens que associam o governo federal à ameaça da liberdade individual. Por fim, concluímos que a viralização do vídeo se deve à combinação entre estratégia discursiva e estrutura algorítmica do Instagram.

Palavra-chave: desinformação; plataformas; consumo midiático; comunicação política; discurso.

Introdução

Nikolas Ferreira tem 28 anos e se tornou um fenômeno tanto de votos como nas redes sociais (Batista Jr., 2024). Nikolas representa o estado de Minas Gerais no Congresso Nacional como “porta-voz do ativismo conservador evangélico”, engajando jovens conservadores por meio de suas redes sociais que tem 16.9 milhões de seguidores no Instagram, 7.4 milhões no TikTok e 4.6 milhões no X.

¹Trabalho apresentado no GP03 - Comunicação e Desinformação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Doutoranda e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP, bolsista integral PROSUP/CAPES, integrante do grupo de pesquisa Comunicação, Literacia Digital e Consumo (DIGICOM). E-mail: isabelaaportas@gmail.com.

³Doutoranda e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM-SP, integrante do Grupo de Pesquisa em História, Comunicação e Consumo. E-mail: gaapereira@gmail.com.

O deputado ganhou notoriedade no cenário político por meio de discursos ideológicos alinhados a pautas morais conservadoras. No entanto, em janeiro de 2025, Nikolas conseguiu expandir sua influência para além de seus seguidores já fidelizados pelo seu discurso. Aproveitando o contexto de desinformação fomentada nas redes sociais sobre a suposta taxaço de transações acima de R\$5.000,00 por Pix, o parlamentar gravou um vídeo (Ferreira, 2025) em que acusa o governo de perseguir pequenos empresários diante da medida de fiscalização da Receita Federal.

Utilizando como base a Análise do Discurso de Linha Francesa, nosso objetivo é analisar o vídeo publicado no Instagram por Nikolas Ferreira, observando a partir de quais posições ideológicas se apresentam os sujeitos discursivos; como a cena discursiva se constitui; e quais são os modos de convocação discursiva ao consumo da desinformação. Com isso, buscamos responder como a desinformação é usada na estratégia de comunicação política para fortalecer o discurso de uma das principais figuras da extrema direita no Brasil.

Fundamentação teórica

A plataformação da sociedade transformou profundamente os modos de interação, sociabilidade e circulação da informação. As mídias sociais, inicialmente vistas como espaços de expressão livre, passaram a operar como sistemas automatizados voltados à coleta e monetização de dados dos usuários. Essa lógica, guiada por uma infraestrutura sociotécnica não neutra (Van Dijck et al., 2018), sustenta-se pela economia da atenção (Cesarino, 2022), na qual a permanência e o engajamento valem mais do que a veracidade dos conteúdos. Algoritmos personalizados criam bolhas informacionais (Pariser, 2011), reforçam o viés de confirmação e favorecem a disseminação de desinformação e discursos extremistas (Bachur, 2021), levando à descidanização (Canclini, 2021) e ao fortalecimento de uma “sociedade incivil” (Sodré, 2021).

No campo da comunicação política, essas dinâmicas ganham centralidade. As plataformas digitais tornam-se espaços de performance, onde a atenção importa mais do que o conteúdo informativo. Discursos políticos, mesmo desinformativos, produzem sentidos sobre o mundo e moldam reações sociais (Gomes, 2019). Em um ambiente antiestrutural (Cesarino, 2022), marcado por desintermediação e pela ascensão de novos influenciadores, a linguagem política passa a ser mediada por algoritmos que definem o

que é visível e engajável (Gomes, 2021). Nesse cenário, como mostram os exemplos recentes de Nikolas Ferreira e Sóstenes Cavalcante, o espaço político é instrumentalizado para gerar conteúdo de impacto emocional, priorizando a lógica de engajamento em detrimento da democracia e do exercício pleno da cidadania (Gómez de Travesedo-Rojas et al., 2023; Canclini, 2021).

Metodologia

Para compreender a relevância do vídeo sobre Pix, realizamos uma coleta de dados no Fanpage Karma, ferramenta de monitoramento de mídias sociais, a partir das publicações de Nikolas Ferreira em seu perfil no Instagram entre outubro de 2024 e janeiro de 2025. A publicação analisada possui a maior taxa de interação (curtidas, comentários e compartilhamentos) do período, no valor de 71%, o que justifica sua relevância.

A partir disso, a análise foi orientada pelos pressupostos da Análise do Discurso de linha francesa (Maingueneau, 2005; Orlandi, 2015), considerando os sujeitos como atravessados por formações discursivas. Examinamos, então, a constituição dos sujeitos discursivos, a cena e o interdiscurso, e os modos de convocação à desinformação, com o objetivo de compreender como o discurso político em questão mobiliza sentidos para reforçar uma narrativa alinhada à extrema direita.

Resultados

Identificamos que Nikolas assume em seu discurso o *ethos* do defensor da população, enquanto o *pathos* do seu enunciatário é o cidadão comum. Ademais, a boa performance de Nikolas Ferreira, tanto no ambiente digital, quanto nas urnas, ilustra o impacto da construção de cenas discursivas que mobilizam o medo, a dúvida e a indignação a partir da instrumentalização de conteúdos desinformativos. Ao observar os modos de convocação discursiva ao consumo da desinformação, temos que o conteúdo fragmentado que chega para o usuário no vídeo, torna o contexto por trás da narrativa abordada irrelevante e, a cada interação, o algoritmo faz o trabalho de entregar essa publicação para mais usuários.

Referências

BACHUR, J. P. Desinformação política, mídias digitais e democracia: como e por que as fake news funcionam? **Direito Público**, Belo Horizonte, v. 18, n. 99, 2021.

Disponível em: <https://doi.org/10.11117/rdp.v18i99.5939>. Acesso em: 10 fev. 2025.

BATISTA JR., J. A cruzada ideológica de Nikolas Ferreira. **Revista Piauí**, São Paulo, 4 out. 2024. Disponível em: <https://bit.ly/4hjGoSV>. Acesso em: 10 fev. 2025.

CANCLINI, N. G. **Cidadãos substituídos por algoritmos**. São Paulo: Edusp, 2021.

CESARINO, L. **O mundo do avesso**: verdade e política na era *digital*. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

CHARAUDEAU, P. **O discurso da mídia**. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 2018.

FERREIRA, N. O PIX está unindo o povo. [vídeo]. **Instagram**, 14 jan. 2025.

Disponível em: <https://bit.ly/4aIACaR>. Acesso em: 20 jan. 2025.

GOMES, M. R. As materialidades e seus discursos. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 16, n. 46, p. 271-290, 2019. Disponível em:

<https://doi.org/10.18568/cmc.v16i46.1958>. Acesso em: 10 fev. 2025.

GOMES, M. R. Interdiscurso nas produções seriadas televisivas: um exercício demonstrativo. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 57-76, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i1p57-76>. Acesso em: 10 fev. 2025.

GÓMEZ DE TRAVESEDO-ROJAS, R.; GIL-RAMÍREZ, M.; CHAMIZO-SÁNCHEZ, R. Comunicación política en TikTok: Podemos y VOX a través de los vídeos cortos. **Ámbitos**, n. 60, p. 71–93, 2023. Disponível em:

<https://doi.org/10.12795/Ambitos.2023.i60.04>. Acesso em: 10 fev. 2025.

ORLANDI, E. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2015.

PARISER, E. **The filter bubble**. Nova York: Penguin Books, 2011.

SODRÉ, M. **A sociedade incivil**: mídia, iliberalismo e finanças. Petrópolis, RJ: Vozes, 2021.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The platform society**: public values in a connected world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

XAVIER, L. G. Nikolas Ferreira é o deputado mais votado do País com 1,47 milhão de votos. **Agência Câmara de Notícias**, Brasília, 2 out. 2022. Disponível em:

<https://tinyurl.com/39jjckv>. Acesso em: 17 fev. 2025.