
Narrativas remixadas e disputas de autoridade no jornalismo audiovisual: mídia institucional versus amadora na crise do PIX¹

Marcelli Alves da Silva²
Marcus de Arruda Marinho³
Universidade Federal do Maranhão

Resumo

Este artigo analisa a disputa entre narrativas institucionais e amadoras na comunicação política digital, com foco na estética do remix. A pesquisa examina a “crise do Pix” no TikTok, destacando embates simbólicos entre parlamentares como Nikolas Ferreira e Erika Hilton. Por meio de um estudo comparativo de sete vídeos, observa-se a apropriação do remix por mídias institucionais e amadoras como ferramenta de disputa de autoridade informativa. Os resultados revelam uma mimetização entre formatos jornalísticos e espontâneos, com implicações diretas para o jornalismo audiovisual.

Palavra-chave: remix digital; disputa narrativa; jornalismo audiovisual; TikTok; crise do Pix

Introdução

A emergência das redes sociais transformou radicalmente os fluxos informacionais, colocando em disputa não apenas conteúdos, mas também as instâncias que reivindicam autoridade sobre o que é ou não verdade. Nesse cenário, o remix digital tem se consolidado como uma das formas mais potentes de intervenção simbólica, ao permitir que usuários ressignifiquem conteúdos já circulados por meio do audiovisual, produzindo novas camadas de sentido que podem reforçar, contestar ou subverter as narrativas originais.

A “crise do Pix”, ocorrida em janeiro de 2025, tornou-se um episódio exemplar dessa disputa. A repercussão da Instrução Normativa RFB nº 2.219/2024 mobilizou parlamentares de espectros ideológicos opostos — como Nikolas Ferreira (PL) e Erika Hilton (PSOL) — e gerou uma avalanche de vídeos na plataforma TikTok. Muitos desses conteúdos foram editados em formato de remix, sendo apropriados tanto por veículos jornalísticos quanto por usuários comuns. O episódio escancarou uma tensão

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

² Professora associada da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) Doutora em Comunicação pela UnB e-mail: Marcelli.alves@ufma.br

³ Mestrando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) – campus Imperatriz. Bolsista CAPES. E-mail: marcus.arruda.@discente.ufma.com

central na comunicação digital contemporânea: os meios que a mídia institucional e a mídia amadora utilizam na produção de sentidos para a formação da opinião pública.

Este artigo analisa a circulação e a ressignificação de conteúdos audiovisuais relacionados à crise do Pix, com o objetivo de compreender como o remix é mobilizado como ferramenta de disputa narrativa entre atores com diferentes graus de legitimidade informativa. Partindo de uma busca que revelou mais de 100 vídeos de perfis amadores e institucionais, foram escolhidos sete vídeos que representavam diferentes categorias de remix, com base em suas estratégias narrativas e objetivos comunicacionais, assim buscamos identificar de que maneira a linguagem digital — especialmente nos formatos modulares e interativos — atua na construção e contestação de autoridades discursivas no ambiente online.

Além disso, buscamos refletir sobre como a adoção do remix em vídeos informativos reconfigura as práticas do jornalismo audiovisual, que passa a disputar formatos, linguagens e públicos com produções amadoras, tensionando seus critérios de objetividade, autoridade e credibilidade.

Metodologia

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa e interpretativa, voltada a um estudo explanatório comparativo dos materiais audiovisuais produzidos por mídias amadoras e institucionais no ambiente digital. O foco recai sobre como o remix é mobilizado como estratégia de ressignificação e disputa narrativa em contextos de polarização política, onde o corpus é composto por sete vídeos remixados selecionados no TikTok, produzidos entre a primeira e a terceira semana de janeiro de 2025.

A escolha se baseou em conteúdos relacionados à “crise do Pix”, a partir de falas e interações de parlamentares como Nikolas Ferreira e Erika Hilton. Os critérios de seleção incluíram: presença de elementos típicos do remix, diversidade de formatos e intenção comunicacional (informar, ironizar, contestar, manipular etc.). A busca foi feita pela ferramenta de pesquisa do TikTok, com termos como “Pix”, “Nikolas Ferreira”, “Erika Hilton”, “Taxação do Pix” e “Imposto do Pix”. O universo inicial somou cerca de 100 vídeos; destes, mais de 20 apresentaram características de remix, sendo selecionados os sete mais representativos, entre produções jornalísticas (como o portal Metrôpoles) e criações amadoras.

Para cada vídeo selecionado, foram observados aspectos narrativos (falas e construção de sentido), estéticos (montagem e estruturação), simbólicos (referências culturais/visuais/linguísticas). A análise seguiu os princípios da análise qualitativa de conteúdo, com ênfase na desmontagem e recombinação de elementos audiovisuais que indicam a ressignificação intencional das falas políticas e jornalísticas.

Remix na comunicação

Para caracterizar o *remix* dentro do campo da comunicação, é importante compreender tanto em sua estrutura quanto na narrativa. No que se refere à estrutura, Manovich (2005) argumenta que ela é identificada pela modularidade computacional, que transforma elementos culturais em “blocos”, os quais podem ser facilmente reutilizados, criando um ambiente em que adaptação, reuso e co-criação tornam-se práticas naturais. Nesse cenário, a flexibilidade técnica e a abertura à produção de conteúdo colaborativo estimulam a descentralização da criação, redefinindo os papéis tradicionais de emissor e receptor.

Em relação à narrativa, o conceito de *transmídia* contribui para entender como o *remix* se comporta e que tipo de apresentação discursiva ele assume nas redes sociais. Segundo Jenkins (2009), a *transmídia* permite que conteúdos se desdobrem entre diferentes mídias, oferecendo novas perspectivas sobre um mesmo tema, sem necessariamente exigir um consumo linear. A distinção entre os conceitos de *transmídia* e *remix* reside na aplicação: o *remix* é a peça comunicacional, enquanto a *transmídia* configura-se como uma estratégia, geralmente utilizada dentro do próprio *remix*. Múltiplas referências são utilizadas na criação desses produtos comunicacionais, um cruzamento de “textos”, evidenciando o diálogo contínuo entre formatos e plataformas. Esse processo fica evidente ao analisarmos sua construção.

Plataformas como TikTok e Instagram transformaram o *remix* em uma prática cotidiana e acessível, incorporada à dinâmica de produção e circulação de conteúdos digitais. Ferramentas como o “Dueto” e o “Remixar” permitem que qualquer usuário reorganize trechos de vídeos, sobreponha áudios e insira efeitos, atuando não apenas como espectador, mas como agente ativo na ressignificação de mensagens. No ambiente político, isso se traduz na apropriação de conteúdos institucionais — como reportagens ou pronunciamentos — por usuários anônimos, que os editam para reforçar, satirizar ou

contestar os discursos originais. A facilidade de uso de aplicativos como o *CapCut* potencializa ainda mais essa produção descentralizada, promovendo um fluxo de mídia altamente participativo.

Autores como Muniz Sodré (2006) e Bittencourt (2009) discutem como o telejornalismo, tradicionalmente ancorado na autoridade da imagem e da locução institucionalizada, sofre reconfigurações no ecossistema digital. A incorporação do remix desafia esses fundamentos, pois desestabiliza a linearidade, fragmenta a enunciação e introduz múltiplas camadas interpretativas — frequentemente opinativas ou irônicas — às peças audiovisuais. Esse fenômeno sinaliza uma transformação no jornalismo audiovisual, que precisa negociar sua legitimidade frente a novas lógicas de produção e circulação da informação.

Durante a chamada “crise do Pix”, essa lógica ganhou contornos intensos. A repercussão da norma da Receita Federal gerou uma série de vídeos remixados que exploraram falas de parlamentares, trechos jornalísticos e postagens populares. O TikTok foi o principal palco dessa disputa entre mídia institucional e amadora, com conteúdos que muitas vezes confundiram os limites entre informação e opinião, jornalismo e entretenimento, seriedade e sátira.

Neste estudo, foram analisados sete vídeos produzidos no TikTok entre a primeira e a terceira semana de janeiro de 2025, abrangendo conteúdos de parlamentares como Nikolas Ferreira e Erika Hilton, materiais de viés jornalístico, como os do portal Metrôpoles, e produções de usuários comuns. Esses exemplos revelam diferentes estratégias narrativas e estéticas de remixagem, utilizadas na disputa por atenção, engajamento e autoridade simbólica nas redes sociais. Para compreender plenamente essas produções, é fundamental situá-las no contexto político e midiático em que foram criadas, bem como considerar as figuras públicas centrais envolvidas no debate.

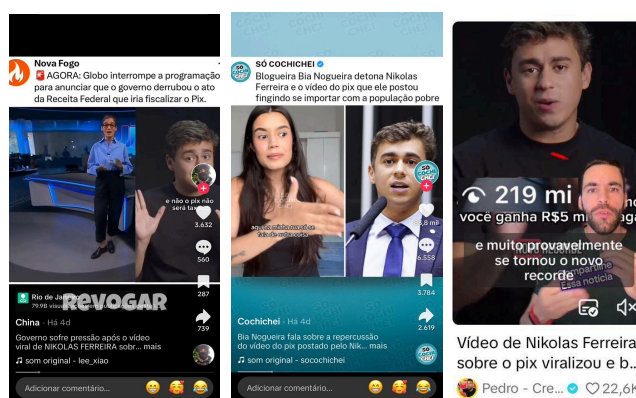
O centro da “crise do Pix” foi a difusão de informações distorcidas com forte apelo político. As redes sociais repercutiram de forma massiva a Instrução Normativa RFB nº 2.219/2024, que exigia a prestação de informações à Receita Federal sobre transações financeiras acima de R\$ 5 mil (pessoas físicas) e R\$ 15 mil (jurídicas). Insinuava-se que isso equivaleria à taxação do Pix, o que gerou forte reação pública e levou à revogação da norma logo após sua publicação, em janeiro de 2025.

Nesse contexto, dois parlamentares se destacaram: Nikolas Ferreira e Erika Hilton, cujas postagens multimidiáticas geraram elevado engajamento e intensificaram a polarização. No primeiro temos Nikolas, que em 14 de janeiro de 2025 publicou o vídeo ultrapassou 250 milhões de visualizações em três dias, tornando-se material central para diversos remixes no Instagram e TikTo, no vídeo, o deputado critica a norma, acusa o governo Lula de aumentar a vigilância sobre trabalhadores informais e sugere que o real objetivo seria a arrecadação via “taxação do Pix”; E temos o vídeo-resposta da deputada Erika Hilton, no dia 18 de janeiro de 2025, que também chegou a números exponenciais contando com mais de 100 milhões nos primeiros dois dias. Trechos desse conteúdo foram amplamente remixados — ora com viés crítico, ora com foco informativo, como resumos e contextualizações para o público.

A estética do remix como estratégia discursiva amadora

A maior parte dos conteúdos analisados neste estudo foi produzida por usuários comuns nas redes sociais, sem vínculos com veículos jornalísticos ou partidos. Esses remixes amadores utilizam estratégias narrativas que vão desde a ironia até a crítica direta, revelando como a edição modular — feita com base em trechos já circulados — opera como forma de engajamento e disputa de sentidos. Destaco os exemplos de aplicação da mixagem nas mídias a seguir.

Figura 1 - Remixes observados sobre o vídeo de Nikolas Ferreira



Fonte: Reprodução da web nos perfis “China”, “Cochichei” e “Pedro” do TikTok

Descrição: Print Screen de três materiais que remixam o vídeo de Nikolas Ferreira

Na Figura 1, três vídeos exemplificam essa prática. Os materiais mesclam texto, imagem e audiovisual com origens diversas, criando discursos coesos a partir da combinação de elementos reconhecíveis no imaginário coletivo. Nos dois primeiros

vídeos, há o uso de figuras públicas — como Renata Vasconcellos e Bia Nogueira — cujas imagens conferem à peça diferentes cargas simbólicas. Já o terceiro adota o formato de react, em que o criador aparece comentando e reagindo ao vídeo original de Nikolas Ferreira, estabelecendo uma narrativa opinativa e personalizada. Um aspecto recorrente nesses remixes é o uso da estética de outras redes sociais, como a emulação de postagens do antigo Twitter (atual X), inserida como "chamada" visual. Essa referência atua como um gatilho atencional, reforçando a ideia de que há uma informação relevante a ser lida, e remete à linguagem ágil e opinativa típica da plataforma "X".

A origem das mídias também interfere na forma como os vídeos são percebidos. Um recorte do Jornal Nacional, por exemplo, traz consigo a seriedade do telejornalismo tradicional, enquanto o conteúdo de uma influenciadora digital transmite uma linguagem mais espontânea e popular. Essas referências prévias orientam o espectador antes mesmo da mensagem verbal ser processada, como destaca Barthes (2004), ao tratar o texto como um "tecido de citações" culturais.

No terceiro exemplo de remix da Figura 1, temos produção autoral na estrutura do remix, o criador comenta e reage ao vídeo original de Nikolas, e por isso esse modelo também é conhecido nas redes como *react*⁴, onde criador e espectador assistem "juntos" o vídeo original. Usando de um tom opinativo, o foco ali não é o conteúdo original, mas sim a reação do criador. O vídeo de Nikolas funciona como um acessório, reutilizado para legitimar ou satirizar seu discurso. Essa reconfiguração intencional do significado original é central para o funcionamento do remix como prática comunicacional.

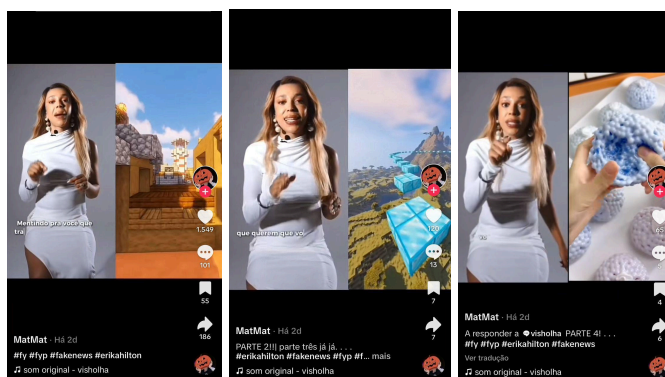
Outro exemplo marcante ocorre após a publicação do vídeo-resposta da deputada Erika Hilton, no dia 18 de janeiro de 2025. Usuários contrários à narrativa de Nikolas passaram a remixar esse conteúdo com elementos visuais altamente apelativos, como gameplays de Minecraft e vídeos de slime. A Figura 2 mostra três desses casos. Apesar de parecerem despretensiosos, esses remixes exploram a distração como estratégia de

⁴ Vídeo react é um formato de conteúdo em que uma pessoa assiste a um vídeo e reage a ele em tempo real, expressando suas opiniões, emoções e comentários, geralmente de forma espontânea e interativa. Esse tipo de vídeo é popular em plataformas como YouTube e TikTok, sendo utilizado para análises, entretenimento e engajamento com o público.

atenção: o vídeo lúdico prende o olhar, enquanto o conteúdo político é mantido como trilha sonora.

Carr (2010) observa que a internet funciona como um ambiente que fragmenta a atenção do usuário, tanto pela multiplicidade de mídias exibidas simultaneamente quanto pela constante troca de mensagens, o que favorece a retenção de conteúdos mesmo entre públicos pouco engajados com o tema.

Figura 2 - Ferramenta de remix do Instagram



Fonte: Perfil “MatMat” no TikTok

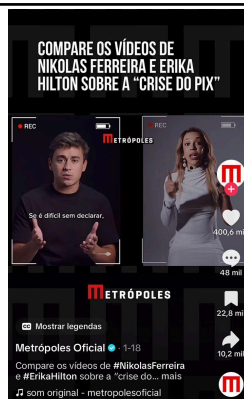
Descrição: Vídeo da deputada Erika Hilton acompanhado de imagens de gameplay e manuseio de *slime*

Essa combinação entre o político e o lúdico é típica da cultura digital contemporânea. O remix, nesses casos, não apenas amplifica mensagens, mas tenciona a recepção do conteúdo — ao facilitar sua viralização por diferentes públicos, mesmo os desinteressados em política institucional. Nossa observação até então se restringe a vídeos amadores publicados por perfis não jornalísticos. Contudo, para entender a potencialidade do remix na produção de conteúdo, encontramos um exemplo que se utiliza do formato em uma produção jornalística institucionalizada.

A adaptação institucional à linguagem das redes

O perfil *Metrópoles*, originalmente um portal de notícias online, consolidado através de seu site e presença ativa no Facebook e Twitter, tem se dedicado, nos últimos anos, à viralização de conteúdos em vídeo pelo TikTok e Instagram, com uma abordagem característica para essas redes.

Figura 3 - Vídeo de comparação das duas mídias no perfil Metropolis



Fonte: Reprodução da web, extraída do veículo Metrôpolis

Descrição: Dois vídeos são posicionados lado a lado em forma de contraste

Na Figura 3, observa-se um caso emblemático em que o Metrôpolis utiliza a lógica do remix para contrapor visualmente os discursos de Nikolas Ferreira e Erika Hilton. Os vídeos dos dois parlamentares são dispostos lado a lado, numa estética de comparação direta. Esse tipo de construção estimula o espectador a perceber a divergência entre os posicionamentos e, ao mesmo tempo, a formular uma leitura crítica por conta própria.

A oposição visual entre os dois também é estrategicamente acentuada: Nikolas veste preto, em fundo escuro; Erika, de branco, em fundo claro. Essa composição evoca contrastes simbólicos imediatos no imaginário popular — como o binarismo "bem versus mal" —, facilitando interpretações rápidas e carregadas de sentido, mesmo que não declaradas explicitamente.

Do ponto de vista narrativo, o vídeo segue uma estrutura sequencial. Primeiro, apresenta parte da fala de Nikolas, depois a resposta de Erika. A chamada do post, “Compare os vídeos de Nikolas Ferreira e Erika Hilton sobre a crise do Pix”, posiciona o espectador como árbitro, convidando-o a refletir e julgar com base nos dois fragmentos. Trata-se de um remix informativo, que, mesmo mantendo o tom jornalístico, opera segundo a lógica participativa das redes: expõe os discursos e permite que a audiência tire suas próprias conclusões.

Esse tipo de montagem demonstra como mídias institucionais estão incorporando elementos da cultura do remix para adequar sua linguagem às novas formas de consumo de informação. Diferente das produções amadoras — marcadas por intervenções mais subjetivas ou humorísticas —, o remix jornalístico tende a organizar os conteúdos em oposição clara, com o objetivo de esclarecer ou contextualizar fatos,

mas ainda assim se vale de recursos de viralização e engajamento típicos das redes. Em vez de competir com a linguagem das mídias amadoras, veículos como o Metrôpoles têm buscado integrá-la à sua estratégia de comunicação, utilizando formatos modulares e visuais para disputar atenção e autoridade no ambiente digital.

O uso de recursos próprios da cultura do remix por veículos como o Metrôpoles evidencia um processo de hibridismo narrativo e estético no jornalismo audiovisual contemporâneo. Por um lado, tal apropriação pode democratizar o acesso à informação, ao adaptar conteúdos para formatos mais dinâmicos e compartilháveis. Por outro, pode comprometer a distinção entre conteúdo opinativo e factual, afetando os critérios tradicionais de verificação e imparcialidade. Isso sugere a necessidade de repensar os parâmetros de credibilidade e ética jornalística em contextos de convergência e remixabilidade.

Conclusão

A análise da crise do Pix revelou como o remix digital se tornou uma ferramenta central na disputa por autoridade discursiva nas redes sociais. Tanto mídias amadoras quanto institucionais mobilizaram essa prática para reconfigurar falas políticas, ressignificar contextos e disputar a atenção e a credibilidade do público.

Nas produções amadoras, o remix operou como instrumento de intervenção simbólica, muitas vezes com uso de recursos sensoriais ou formatos lúdicos para atrair engajamento. Já nos conteúdos institucionais, como o vídeo do portal Metrôpoles, observou-se o uso do remix como recurso comparativo e informativo — evidenciando uma tentativa de traduzir a linguagem jornalística à dinâmica das plataformas digitais.

O que se percebe, nesse processo, é um fenômeno de mimetização mútua: ao mesmo tempo em que os criadores amadores absorvem elementos da estética jornalística para legitimar seus conteúdos, os veículos tradicionais incorporam as lógicas das redes sociais para manter sua relevância. Essa convergência, como destaca Jenkins (2009), caracteriza um novo ecossistema comunicacional, onde mídias distintas compartilham formatos, linguagens e públicos, rompendo as barreiras entre produção profissional e conteúdo gerado por usuários.

Nesse cenário, o remix deixa de ser apenas uma técnica de edição para se firmar como uma prática discursiva híbrida, capaz de tensionar fronteiras entre informação,

opinião e entretenimento. Ele transforma não só o conteúdo, mas também os próprios papéis de emissor e receptor no ambiente digital. Por isso, compreender o remix como forma de mediação política exige olhar para além da estética: é necessário situá-lo no contexto de uma cultura participativa, fluida e convergente, onde quem narra e como narra são disputas tão importantes quanto o próprio conteúdo narrado.

Referências

- ARROYO, J. (2008). *Evolving the remix* (Doctoral dissertation, Dartmouth College).
- BARTHES, R. (2004). A morte do autor. In R. Barthes, *O rumor da língua*. São Paulo: Martins Fontes.
- BITTENCOURT, Luís Mauro Sá Martino. Jornalismo e telejornalismo: o império da visibilidade. São Paulo: Paulus, 2009.
- BRASIL. Receita Federal do Brasil. (2013). *Instrução Normativa RFB nº 1.412, de 22 de novembro de 2013*. <http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=140539>
- CARR, N. (2010). *A geração superficial: o que a internet está fazendo com nossos cérebros*. Rio de Janeiro: Agir.
- LÜDKE, M., & André, M. E. D. A. (1986). *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU.
- MANOVICH, L. (2005). *Remixability and modularity*. <https://manovich.net/>
- MARTINS, A. V. (2005). Experiência das narrativas cross e transmidiáticas no webjornalismo. *Logos*, 18(1). <https://doi.org/10.12957/logos.2011.1226>
- MINAYO, M. C. S. (2013). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde* (14ª ed.). São Paulo: Hucitec.
- NAVAS, E. (2012). *Remix theory: The aesthetics of sampling*. Springer.
- SANTAELLA, L. (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade* (Coleção Comunicação, Vol. 468). São Paulo: Paulus.
- SANTAELLA, L. (2022). As comunicações e as artes estão convergindo? *Revista Farol*, 1(6), 20–44. <https://periodicos.ufes.br/farol/article/view/11533>
- SODRÉ, Muniz. A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2006.