

Nikolas Ferreira: o político celebridade das redes sociais¹

Beatriz Ribeiro COSTA²

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Este artigo busca analisar a ascensão de Nikolas Ferreira como um dos grandes personagens políticos do Brasil. Observamos o perfil do Instagram durante o período eleitoral de 2020, em que Nikolas foi eleito vereador na capital de Minas Gerais, Belo Horizonte. Nosso objetivo é identificar se ele se enquadra como um político celebridade do cotidiano e se as estratégias populistas fizeram parte do seu fortalecimento político.

PALAVRAS-CHAVE: populismo; eleições, redes sociais; celebridade;

Introdução

Em uma democracia, os políticos são escolhidos pelo povo para representá-los. Dessa forma, eles buscam gerar proximidade com seus eleitores, principalmente durante as campanhas eleitorais. Porém, ao mesmo tempo, eles precisam se mostrar dignos e aptos para confiarmos neles para governar. Equilibrar esse paradoxo na imagem é algo que poucos conseguem fazer.

Atualmente, vivemos numa era da chamada “antipolítica” (Boswell and Corbett, 2015), caracterizada pela oposição e desconfiança da política tradicional. Os chamados políticos profissionais passaram a gerar desconfiança, perderam popularidade e credibilidade, principalmente depois de diversos escândalos de corrupção no Brasil.

No Brasil, o ano de 2016 foi marcado pelo impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff. Durante esse acontecimento, ficou claro esse sentimento antipolítico, que buscava alternativas principalmente por meio das redes sociais. No cenário internacional, o ano de 2016 foi marcado pela eleição de Donald Trump nos Estados Unidos e o resultado do referendo pela saída do Reino Unido da União Europeia. Esses eventos levantaram o tema do populismo no debate público.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação política e eleitoral, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social na UFMG, email: biacosstaa@gmail.com.

Letícia Cesarino (2020) desenvolveu o conceito de populismo digital para pensar as particularidades e efeitos da digitalização contemporânea do mecanismo populista clássico. Laclau (2005) e Mouffe (2000) explicam que a fragilização institucional normalmente acompanha a ascensão populista. Ou seja, em um momento de insatisfação generalizada, um líder carismático emerge alegando ser anti-sistema, como o símbolo de uma mudança necessária.

A partir disso, Cesarino (2020) propõe uma explicação para a eficácia do bolsonarismo no que ela chama de populismo digital na campanha de 2018. Segundo ela, há cinco funções metalinguísticas básicas para os conteúdos coletados,

- i. fronteira antagonística amigo-inimigo; ii. equivalência líder-povo; iii. mobilização permanente através de ameaça e crise; iv. espelhamento do inimigo e inversão de acusações; e v. produção de um canal midiático exclusivo. (Cesarino, 2020, p.94)

O populismo digital refere-se, portanto, ao aparato midiático, mas também ao mecanismo discursivo de mobilização e à tática política de construção de hegemonia. Cesarino comenta que o mecanismo populista reverberou formas culturais até então apartadas da política. Entre essas formas culturais podemos destacar as celebridades.

Políticos Celebridades

João Kamradt (2019) argumenta que as celebridades podem contribuir para o debate público por meio da mobilização e da atração que promovem às discussões políticas. Ele afirma que a comunicação de massa transformou a comunicação política e que as celebridades passaram a possuir um papel fundamental, pois podem converter seu capital celebridade em capital político de diferentes formas.

Kamradt apresenta ainda algumas tipologias e categorias que diferentes autores criaram para analisar o assunto. Aqui vamos utilizar as tipologias de Street (2004), que foi adaptada por Wheeler (2013) e atualizada por Wood, Corbett e Flinders (2016). Street (2004) distingue o político da celebridade, ele propõe a categoria celebridade política (CP), que abriga celebridades que utilizam da sua popularidade para se pronunciar sobre política, representar pessoas e causas, mas sem buscar um cargo político. E também cria a categoria político celebridade (PC), a qual iremos nos desdobrar neste artigo, que se caracteriza por candidatos políticos, eleitos ou não, que

utilizam estratégias características de celebridades e se aproximam da do mundo da cultura popular para alcançar seus objetivos políticos.

Wood, Corbett e Flinders (2016) argumentam que o surgimento das mídias sociais transformou o cenário social e político. Com a arena pública mais fragmentada e a democratização do potencial célebre, políticos e celebridades passaram a desejar parecer comuns e imperfeitos. Kamradt (2019, p.15) comenta: “Em uma era de antipolíticos, as celebridades políticas têm muito a ganhar ao rejeitar performances orquestradas e ao promover formas de afinidade com o público.”

Dessa forma, Wood, Corbett e Flinders (2016) dividem a categoria político celebridade (PC) em dois: o político celebridade superstar (PCS) e o político celebridade do cotidiano (PCC). Essas categorias se distinguem em como o capital célebre é utilizado, ou seja quais estratégias utilizadas, em qual plataforma midiática, quais técnicas de marketing são aplicadas e qual o papel performativo do político.

Wood, Corbett e Flinders (2016) argumentam que os políticos têm mudado suas estratégias, buscando parecer mais próximos do público, para assim endossar o ideal populista de falar e representar “o povo”, como coloca Cesarino (2020) a equivalência povo e líder. Os políticos celebridades do cotidiano (PCC) buscam usar plataformas interativas, onde podem interagir diretamente com os eleitores. O melhor exemplo são as redes sociais, o X (antigo Twitter), o Instagram, o Youtube e o Telegram.

Os autores caracterizam as estratégias de marketing como espontânea, os políticos se colocam de forma amigável, fazendo piadas e até cometendo gafes. O papel performativo carrega a maior especificidade dos PCC. Eles buscam ser vulneráveis, compartilham seus defeitos, demonstram emoções e, assim, criam um vínculo com os eleitores, uma conexão emocional e quase pessoal.

Os políticos celebridades superstar (PCS) não são o foco do nosso artigo, mas, resumidamente, eles se caracterizam por se comunicarem através de plataformas tradicionais de mídia, sem interação direta com o público. A técnica de marketing dos PCS é bem estruturada, pensada e treinada, não há espaços para situações possivelmente embaraçosas. E por fim, eles performam um papel de líder forte e excepcional.

Fica claro, portanto, que os políticos celebridades do cotidiano (PCC) estão diretamente relacionados ao sentimento antipolítico e ao populismo digital. Cesarino (2020) argumenta que esses fatores estão diretamente relacionados à ascensão do

bolsonarismo. Dessa forma, nada mais justo usar a estrutura conceitual proposta dos políticos celebridades do cotidiano para estudar o caso do deputado bolsonarista, Nikolas Ferreira.

Metodologia

Este artigo busca analisar a ascensão de Nikolas Ferreira como um dos grandes personagens políticos do Brasil. Nosso objetivo é identificar se ele se enquadra como um político celebridade do cotidiano e se as estratégias populistas fizeram parte do seu fortalecimento político.

Decidimos analisar a rede social em que o deputado federal possui mais seguidores, o Instagram. Nela, vamos olhar para o período da campanha eleitoral de Ferreira para vereador de Belo Horizonte. Olharemos para as postagens do dia 27 de setembro até 15 de novembro de 2020, quando foi eleito com quase 30 mil votos, sendo o segundo mais votado da cidade³.

Dentre as quase 130 postagens do período, buscamos identificar as estratégias do atual deputado na sua comunicação à luz das estratégias de políticos celebridades de Wood, Corbett e Flinders (2016). Acreditamos que seja de extrema importância compreender o sucesso da comunicação da campanha que lançou um dos principais nomes do bolsonarismo atual.

Quem é Nikolas Ferreira?

Nikolas Ferreira se consagrou como um dos grandes políticos brasileiros nas eleições de 2022. Nikolas foi votado por 1.492.047 milhões de eleitores, alcançando a marca de deputado federal mais votado do Brasil naquele ano e o mais votado da história do estado de Minas Gerais.

Natural de Belo Horizonte, Nikolas tinha apenas 26 anos quando alcançou esse feito. Mas sua atividade política data de pelo menos 2016 quando integrou ao movimento Direita Minas. Desde então passou a ser um ativista digital, republicando memes, vídeos e até fazendo seus próprios conteúdos. Ferreira também participou junto com o movimento de diversas palestras e debates em todo o estado de Minas.

³ Disponível em:

https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/11/15/interna_politica.1205365/2-vereador-mais-votado-de-bh-nikolas-ferreira-duda-salabert-homem.shtml Acesso em abril 2024.

Ele se identifica com a direita conservadora, mas é frequentemente apontado como parte da extrema-direita. Apoiador forte do ex-presidente Jair Bolsonaro, o deputado é filiado ao Partido Liberal (PL) e é evangélico, membro da Igreja Comunidade Evangélica Graça e Paz em Belo Horizonte.

Nikolas e o Instagram

O Instagram é uma das principais plataformas do deputado para divulgar e promover seu trabalho como político. Suas publicações, antes de se eleger para qualquer cargo, de forma geral, são uma mistura de vida pessoal, selfies com a família, fotos com amigos, com memes e vídeos políticos de humor e, claro, vídeos e fotos de suas ações políticas.

O Instagram ser sua plataforma de mídia principal já diz muito sobre o tipo de celebridade política que Nikolas Ferreira pode ser identificado. Uma das redes sociais mais populares, o Instagram é fundamentado na ideia de interação, ele possibilita a conversa direta com o público. E o jovem deputado sabe utilizar essa ferramenta com excelência.

São inúmeras as postagens em que Nikolas busca essa relação direta com o público. Durante o período eleitoral, um dos primeiros vídeos postados pelo então candidato a vereador foi ele gravando em formato *selfie*, sozinho, em que ele reforça seu posicionamento conservador, reafirma que não será um dos “traidores” da direita e que é como cada um de seus eleitores⁴. O vídeo gera simpatia aos possíveis eleitores e reforça o ideal antipolítico, ele não é como os demais, ele representa o povo diretamente. O vídeo não tem a logo da campanha ou o número do candidato ou qualquer indicação da campanha, o que também gera certa aproximação com o público.

Ferreira faz vídeos curtos e de fácil identificação, muitos inclusive que não possuem relação alguma com a campanha e a política no geral. Um ótimo exemplo é o vídeo postado no dia 21 de outubro de 2020, em que é possível ver Nikolas dentro de um veículo e fica com a cara na janela olhando dramaticamente a chuva, com os seguintes dizeres: “E do nada... Você pensa que tá em um filme”. Na legenda ele pergunta: “Quem nunca?”. Esse vídeo é um ótimo exemplo da proximidade e interação que o Instagram proporciona.

⁴ Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CFfPkBrFVV4/?igsh=MTUzcmFY3Frb3lvNg==> Acesso em abril de 2024.

Nikolas Ferreira chega a utilizar técnicas de marketing tradicionais como a produção de adesivos, os chamados “santinhos”, jingle e vídeos oficiais. Porém, o deputado federal destaca e busca valorizar o que ele chama de “modo Jair Bolsonaro de fazer campanha”. Dia 25 de setembro, ele publica uma foto⁵ em que se encontra na frente de uma câmera, sem muitos equipamentos, com somente um membro na equipe, vestindo bermuda e chinelo. Ele destaca a falta de profissionalismo e o caráter amador da sua campanha.

Ferreira não costuma demonstrar fragilidades e vulnerabilidades. Porém, uma das práticas performáticas que utiliza para “parecer mais humano”, gerar simpatia e empatia do público é mostrando sua família como sua base fundamental. No dia 04 de outubro, o então candidato posou em uma selfie com membros de sua família, segurando os adesivos de campanha⁶.

Além disso, Nikolas busca criar uma conexão através dos sentimentos com os eleitores, como, por exemplo, quando admite apreensão com a apuração⁷, quando compartilha ataques e críticas que recebe⁸ ou ainda quando comemora ter sido seguido pelo então presidente Jair Bolsonaro no Instagram⁹. O deputado federal também apela para o sentimento religioso, demonstrando gratidão¹⁰ e fortalecimento¹¹ através da sua prática religiosa.

É interessante notar como as estratégias se misturam e se complementam. Nikolas Ferreira faz questão de mostrar sua personalidade brincalhona, mas ao mesmo tempo, também procura mostrar seu lado sério e estudioso, mas ainda com o objetivo de se aproximar de seus seguidores. Mais que eleitores, Nikolas busca criar uma comunidade com seus seguidores, é divertido, mostra indignação contra o inimigo em comum, usa sua plataforma para divulgar notícias e informações pertinentes para sua comunidade e consegue manter seus seguidores mobilizados.

Dessa forma, podemos concluir que Nikolas Ferreira deve, em grande parte, seu sucesso ao uso estratégico de sua rede social, proporcionando a ele a construção d uma imagem de celebridade política do cotidiano.

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGLcTOJFivq/?igsh=cjZhNjlxYmxtamt5> Acesso em abril de 2024.

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CF7cXvcFqJm/> Acesso em abril de 2024.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CHLt06Ylthj/> Acesso em abril de 2024.

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CHiWtG-FYsd/> Acesso em abril de 2024.

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGcv6-y1bbh/> Acesso em abril 2024.

¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CHOW74qFSKc/> Acesso em abril 2024.

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGVFeyjJT0R/> Acesso em abril de 2024.

REFERÊNCIAS

BOSWELL J AND CORBETT J. **Stoic democrats? Anti-politics, elite cynicism and the policy process.** *Journal of European Public Policy*, 22(10), p. 1388–1405, 2015.

CESARINO, Letícia. **Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil.** *Internet&sociedade*, Brasil, v. 1, n. 1, p. 91-120, fev. 2020.

DRIESSENS O. **Celebrity capital: Redefining celebrity using field theory.** *Theory & Society* 42(5), p. 543–560, 2013.

KAMRADT, J. **Celebridades políticas e políticos celebridades: uma análise teórica do fenômeno.** *Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, v. 88, n. 1, 2019.

LACLAU, E. **On populist reason.** Londres: Verso, 2005.

MEIRELES, Leandro. Quem é Nikolas Ferreira, o deputado federal mais votado no país. **Metrópoles**, Brasil, 03 de out. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/eleicoes-2022/quem-e-nikolas-ferreira-o-deputado-federal-mais-votado-no-pais>. Acesso em: 13 abr. 2024.

MOUFFE, C. **The democratic paradox.**, 2000.

RÖLKE, Gabriela. Quem é Nikolas Ferreira, jovem mineiro bolsonarista, conservador e negacionista na pandemia. **Istoé**, Brasil, 07 de out. 2022. Disponível em: <https://istoe.com.br/a-estrela-do-conservadorismo/>. Acesso em: 13 de abr. 2024

STREET J. **Celebrity politicians: popular culture and political representation.** *The British Journal of Politics and International Relations* 6(4), p. 435–452, 2004.

STREET J. **Do celebrity politics and celebrity politicians matter?** *The British Journal of Politics and International Relations* 14(3), p. 346–356, 2012.

WHEELER M. **Celebrity Politics.** Cambridge: Polity Press, 2013.

WOOD, M.; CORBETT, J.; FLINDERS, M. **Just like us: Everyday celebrity politicians and the pursuit of popularity in an age of anti-politics.** *The British Journal of Politics and International Relations*, v. 18, n. 3, 2016.