

## **Financeirização, neoliberalismo e influenciadores digitais: um estudo de caso da influenciadora digital Nath Finanças<sup>1</sup>**

Alice Portela S. da COSTA<sup>2</sup>

Marcio Tavares d' AMARAL<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

Este trabalho tem como objetivo discutir as relações entre consumo, classes de baixa renda e inclusão financeira no contexto da financeirização da economia e consolidação dos valores neoliberais no Brasil. Argumenta-se que a financeirização acompanhou, subverteu e prejudicou as políticas sociais de inclusão financeira no contexto brasileiro. Para investigar essas dinâmicas, apresentamos uma análise da influenciadora digital Nathália Rodrigues, conhecida como Nath Finanças, que compartilha informações sobre finanças para auxiliar indivíduos de baixa renda.

**PALAVRAS-CHAVE:** neoliberalismo; financeirização; influenciador digital; consumo; redes sociais

### **METODOLOGIA E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nas últimas décadas, tem havido um aumento crescente da financeirização da economia, tanto no cenário mundial quanto brasileiro, o que se apresenta como um sintoma da consolidação dos valores neoliberais no cotidiano. A financeirização pode ser definida como um processo em que a lógica do capital financeiro passa a dominar a macroeconomia, assim como as políticas econômicas, com efeitos prejudiciais sobre o trabalho, as atividades produtivas e a vida cotidiana (LAVINAS, 2017). No ensejo do avanço neoliberal, argumenta-se que no Brasil as políticas sociais serviram como garantia de acesso aos mercados financeiros por meio do crédito, facilitando um intenso processo de inclusão financeira (LAVINAS, 2017). Nesse contexto de expansão das atividades financeiras, a criação do crédito consignado durante o primeiro ano do governo Lula, antes mesmo do lançamento do Bolsa Família, é um exemplo concreto de

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na IJ06 - Interfaces Comunicacionais do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

<sup>2</sup>Estudante de graduação de Comunicação Social pela Escola de Comunicação da UFRJ, e-mail: [alice.costa@discente.eco.ufrj.br](mailto:alice.costa@discente.eco.ufrj.br)

<sup>3</sup>Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social da Escola de Comunicação da UFRJ, e-mail: [marcio.damaral@eco.ufrj.br](mailto:marcio.damaral@eco.ufrj.br)

como o neoliberalismo financeiro passou a fazer parte do cotidiano brasileiro (LAVINAS, 2017).

Nessa conjuntura, o crédito foi amplamente disseminado como uma possibilidade para todas as classes e uma escolha individual, tornando os indivíduos vulneráveis a novas formas de exploração (LAVINAS, 2017). Isso resultou em uma maior dependência em relação às instituições financeiras, principalmente das classes de baixa renda, e no endividamento em massa, segundo dados da Peic/CNC, em 2022 77,9% das famílias brasileiras estavam endividadas. Longe de provocar inclusões sociais efetivas, argumenta-se que a facilitação do acesso ao crédito deu ensejo ao consumismo superficial e teve como consequência, além do endividamento, a individualização e despolitização (LAZZARATO, 2019).

O consumo e sua forma excessiva, o consumismo, certamente desempenham um importante papel no contemporâneo e nos estudos do campo da Comunicação. Entendendo o consumismo como a representação do extremo individualista de um sujeito que perdeu sua subjetividade, e inventa outra, outras, para não naufragar na desindividualização (AMARAL, 2021), o ato de consumir, em si, é uma forma de identidade. Situando o presente trabalho nesta conjuntura, compartilhada pelos autores referenciados, propõe-se refletir sobre quais relações emergem entre consumo e pobreza. Considerando que o consumo e as questões financeiras estão profundamente relacionadas à subjetividade dos indivíduos, como as classes mais pobres estão sendo incluídas ou excluídas dessa dinâmica? Quem possui pouco mais do que o mínimo para a subsistência faz parte do mundo globalizado pelo mercado?

Para investigar essas dinâmicas utilizou-se como metodologia a análise de conteúdo de caráter qualitativo (BARDIN, 1988 apud FONSECA JÚNIOR, 2005) da administradora e influenciadora digital Nathália Rodrigues - conhecida no meio digital como Nath Finanças - que compartilha informações sobre finanças para auxiliar indivíduos de baixa renda. Para a análise, delimitou-se como corpus empírico o livro Orçamento sem falhas (RODRIGUES, 2019), os 30 vídeos mais populares do canal do Youtube Nath Finanças e posts do Instagram (@nathfinancas) e Twitter (@nathfinancas) das contas de Nathália Rodrigues. Dentre os diversos influenciadores sobre finanças disponíveis no meio digital, a escolha de Nath Finanças foi baseada em seu engajamento social, além da proeminência conquistada produzindo conteúdos

específicos para o público de baixa renda. O lançamento de dois livros ao longo de quatro anos, figurar na lista *Under 30* da Forbes, os mais de 300 mil inscritos em seu canal do *Youtube* e mais de 500 mil seguidores em suas redes sociais comprovam a popularidade da influenciadora. Como aponta KARHAWI (2016) os influenciadores contemporâneos estão nas capas de revistas, listas de *best sellers* e estrelando campanhas de grandes marcas e não apenas influenciando seus nichos através do meio digital. Por conta disso, justifica-se a escolha de uma influenciadora digital para a investigação de um fenômeno que extrapola o contexto da internet.

### ANÁLISE

Investigamos, nos diferentes suportes midiáticos, as marcas de opinião e posicionamentos da influenciadora, pois, para além do conhecimento puramente teórico/técnico sobre o universo das finanças, Nathália afirma em diversas ocasiões ser uma profissional engajada politicamente<sup>4</sup>. Ainda, em uma série de publicações e comentários, a influenciadora critica a cultura da meritocracia e ironiza posicionamentos neoliberais.

Em um trecho do livro *Orçamento sem falhas* (2019) a influenciadora afirma:

A educação financeira é também uma forma de liberdade. Entender como funciona a lógica do dinheiro mudou o jeito como eu penso e me comporto. [...] Embora cada um tenha um ponto de partida diferente, acredito que posso falar para todos e sobretudo para quem é da classe mais baixa e quer melhorar a própria situação financeira: nunca desista. Comece. (RODRIGUES, 2019, não paginado)

Neste trecho Nathália Rodrigues expressa a convicção de que ter controle sobre as finanças é uma forma de empoderamento e enfatiza o seu compromisso com as classes mais baixas. Em um movimento característico do *ethos* da influência digital contemporânea, onde os influenciadores enunciam as mensagens de forma pessoal, buscando estabelecer uma relação íntima e genuína com seu público (KARHAWI, 2016), Rodrigues combina conselhos com mensagens motivadoras e relatos pessoais.

Na ocasião do lançamento do livro a influenciadora afirmou nas redes sociais que fez um livro “*sem discursos meritocráticos, fórmulas mágicas de ficar rico e dicas*

---

<sup>4</sup>Alguns exemplos de comentários de Nathália Rodrigues em suas redes sociais: ["Eu sou e quero ser uma educadora financeira mas com consciência de classe e racial."](#) (tweet de 1 de janeiro de 2020); ["Não coloque sua realidade confortável como se fosse de todo mundo. O capitalismo não é justo e nunca será, não romantize esses sofrimentos. Vamos juntos lutar contra isso. Vamos conhecer nossos direitos."](#) (publicação no Instagram de 1 de novembro de 2019)

*irreais para quem é baixa renda*”<sup>5</sup>. Em relação às “[...] *fórmulas mágicas de ficar rico e dicas irreais para quem é baixa renda*” Nathália faz referência ao tipo de conteúdo presente nos famosos livros *best sellers* de como ficar milionário e aos influenciadores digitais sobre finanças que produzem conteúdos *clickbait*<sup>6</sup> e têm como títulos de seus vídeos frases do gênero: “7 novos hábitos milionários para 2023”<sup>7</sup> ou “Como ganhar 1 milhão de dividendos ao ano (com 300 por mês)?”<sup>8</sup>.

Até o presente momento da pesquisa, após a leitura do livro *Orçamento sem falhas*, análise dos 30 vídeos mais populares do canal do *Youtube* Nath Finanças e exploração do posicionamento/relacionamento da influenciadora com seus seguidores nas redes sociais *Instagram* e *Twitter*, constatamos que:

- A influenciadora utiliza recorrentemente testemunhos pessoais sobre a realidade financeira que possuía<sup>9</sup>, seja em seu livro ou em publicações nas redes sociais. Esse tipo de relato, comum entre os influenciadores digitais, promove empatia e identificação com o público e auxilia o estabelecimento de uma relação íntima;
- Nathália Rodrigues constantemente posiciona-se politicamente através de suas redes sociais, realizando críticas sociais - à cultura da meritocracia, à falta de consciência de classe de outros criadores de conteúdo sobre finanças - e informando seu público sobre as decisões econômicas tomadas pelo governo brasileiro<sup>10</sup>. Em diversas ocasiões Nathália Rodrigues contextualiza as discussões explicando dinâmicas e práticas da economia/administração pública, tornando o debate acessível;
- A administradora tem consciência dos efeitos potencialmente prejudiciais da financeirização nas finanças das pessoas de baixa renda e busca conscientizar e alertar seu público dos riscos de utilizar cartões de crédito e cheque especial como se fossem parte da renda financeira e das taxas de juros elevadas dos bancos/instituições financeiras;

---

<sup>5</sup> [Legenda da publicação realizada por Nathália Rodrigues em seu instagram @nathfinancas em 8 de janeiro de 2021, em ocasião do lançamento do livro](#)

<sup>6</sup> *Clickbait* é um termo utilizado para descrever conteúdos veiculados na internet de forma chamativa para convencer os visitantes a clicarem nele. [Definição do Oxford Learner's Dictionaries](#)

<sup>7</sup> “7 novos hábitos milionários para 2023”

<sup>8</sup> “Como ganhar 1 milhão de dividendos ao ano (com 300 por mês)?”

<sup>9</sup> Um exemplo retirado do livro *Orçamento sem Falhas*: “No meu primeiro emprego (em que eu ganhava R\$ 500,00, trabalhava sábado e domingo e ainda chegava em casa às dez da noite)...” (RODRIGUES, 2019, não paginado)

<sup>10</sup> [Por conta da sua atuação nas redes sociais Nathália Rodrigues figurou na lista de detratores do governo Bolsonaro](#)

- Em Orçamento sem falhas (2019), Nath Finanças reconhece a importância do consumo para, além da subsistência, a autoestima, identidade e sensação de pertencimento. Para seus leitores não se tornarem reféns do consumo Nathália oferece uma série de dicas práticas de conciliar uma renda baixa com práticas de consumo;
- O uso da linguagem descontraída e de memes é frequente na comunicação da influenciadora. O meme “orgulho da nath finanças” “nath finanças falhei com você”<sup>11</sup> surgiu de forma espontânea nas redes sociais, circulando principalmente no *Twitter*, e é utilizado como uma ferramenta de autocritica e autogestão das finanças pessoais dos seguidores de Nathália Rodrigues;

## CONCLUSÃO

A partir de uma discussão teórica sobre os efeitos da financeirização da economia no cotidiano da população, seguindo para a análise de conteúdo de Nathália Rodrigues, concluímos que, inserida em um contexto de influência digital contemporânea, onde os influenciadores estabelecem-se como mídias autônomas (KARHAWI, 2016) a influenciadora posiciona-se de forma ética e socialmente responsável. Dentro de um cenário de crise econômica e social, onde cada vez mais ações individuais são propagadas como soluções para problemas estruturais, Nath Finanças procura agir no nível individual sem descontextualizá-lo do seu nível coletivo. A atuação da influenciadora no nível individual pode ser observada, por exemplo, através da análise qualitativa do conteúdo dos seus 30 vídeos mais populares (com maior número de visualizações), onde foi possível observar a prevalência de conselhos, dicas e ensinamentos direcionados a ações individuais. Apesar desse direcionamento individual, reiteradas vezes Nathália Rodrigues se posiciona criticamente acerca das condições sociais e financeiras das classes mais baixas, ressaltando as dificuldades de lidar com pouco dinheiro, quitar dívidas e ascender socialmente quando se advém de famílias pobres e periféricas. Por conta disso, observa-se um posicionamento engajado socialmente da influenciadora.

---

<sup>11</sup>O meme consiste nos usuários confessando para a Nathália, por meio de *tweets*, suas compras impulsivas e irresponsabilidades financeiras ou, por outro lado, comemorando o sucesso em evitar uma compra, quitar uma dívida ou outra decisão responsável em relação às finanças pessoais. Uma das seguidoras da Nath Finanças criou uma [extensão](#) para auxiliar as pessoas no momento das compras.



Por diversas vezes apresentando-se de forma explícita como uma alternativa aos mais famosos produtores de conteúdo sobre finanças, Nath Finanças busca levar dignidade, independência e conscientização para um público estruturalmente marginalizado e suscetível às complicações financeiras.

## REFERÊNCIAS

- AMARAL, M. T. d'. **Seis ensaios da quarentena**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2021.
- FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa. Análise do conteúdo *In*: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- KARHAWI, I. Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria. *In*. SAAD- -CORRÊA, E. N.. SILVEIRA, S. C. **Tendências em Comunicação Digital**. São Paulo: ECA-USP, 2016.
- LAVINAS, Lena. **The takeover of social policy by financialization: the brazilian paradox**. New York: Palgrave MacMillan, 2017.
- LAZZARATO, Maurizio. **Fascismo ou revolução: o neoliberalismo em chave estratégica**. São Paulo: N-1 edições, 2019.
- RODRIGUES, Nathália. **Orçamento sem falhas: saia do vermelho e aprenda a poupar com pouco dinheiro**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.