O perfil de Nikolas Ferreira no TikTok: recursos, formatos e discurso[1]

Nikolas Ferreira's TikTok profile: features, formats and discourse

Adil Giovanni Lepri [2]

Resumo: *Este artigo analisa o discurso do deputado Nikolas Ferreira em seu perfil no TikTok a partir de uma abordagem de métodos digitais com enfoque em dois rastros digitais, as descrições e as capas de todos os 477 vídeos postados entre 2021 e 2025. A pesquisa objetiva compreender quais os principais assuntos abordados e de que maneira o audiovisual é mobilizado, sugerindo as hipóteses de que o perfil está centrado em apresentar valores morais de base cristã do deputado e que os vídeos se relacionam de maneira direta com tendências e recursos da plataforma. A análise mobiliza modelos de visão computacional e processamento de linguagem natural, abrindo espaço para interpretação crítica dos resultados e conclui que Ferreira é capaz de injetar práticas de influenciadores digitais na política institucional, mobilizando formatos e conteúdos do TikTok para construir um discurso voltado para a oposição ao governo federal a partir da reafirmação de valores e crenças do conservadorismo cristão.*

Palavras-Chave: *Nikolas Ferreira. TikTok. Audiovisual. Métodos digitais. influenciadores digitais.*

Abstract: *This article analyzes the discourse of federal deputy Nikolas Ferreira on his TikTok profile using a digital methods approach focusing on two digital traces, the descriptions and covers of all 477 videos posted between 2021 and 2025. The research aims to understand what are the main issues addressed and how the audiovisual aspect is mobilized, suggesting the hypotheses that Ferreira's profile is centered on presenting the deputy's Christian-based moral values and that the videos are directly related to trends and resources of the platform. The analysis mobilizes computer vision and natural language processing models, opening space for critical interpretation of the results and concludes that Ferreira is capable of injecting digital influencer practices into institutional politics, mobilizing TikTok formats and content to build a discourse aimed at opposing the federal government from the reaffirmation of values and beliefs of Christian conservatism.*

Keywords: *Nikolas Ferreira. TikTok. Audiovisual. Digital methods. digital influencers.*

1. Introdução

"Começou", diz a descrição do primeiro vídeo[3] postado por Nikolas Ferreira como deputado, na data de sua posse em fevereiro de 2023. Filmados em modo selfie, Ferreira e

[1] Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Materialidades Digitais e Práticas Comunicacionais. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

[2] UFBA, doutor, adillepri@ufba.br

[3] Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7195275117314706693 Acesso em 15 de nov. de 2025.

outros parlamentares bolsonaristas entoam uma palavra de ordem chamando o presidente Lula, então empossado há apenas um mês, de ladrão. Parte de uma geração de políticos "*online first*", que usa práticas de micro-celebridades e influenciadores digitais para fins político-ideológicos (Gandini; Ceron; Lodetti, 2022; Kamradt, 2019; Kleina; Sampaio, 2021; Lewis, 2018; Moir, 2023), Ferreira foi eleito pelo Partido Liberal (PL) do estado de Minas Gerais em 2022 com a maior votação do país para a Câmara Federal, o jovem possui uma presença fortíssima nas plataformas de redes sociais, com perfis no YouTube, Instagram, Facebook e TikTok. Embora não tenham sido localizados estudos que investiguem a relação entre a presença online do parlamentar e sua grande votação, sua atuação nas plataformas é um ativo político em si que influencia a discussão política e atos governamentais. Por exemplo no caso da suspensão de uma normativa da Receita Federal após a postagem do vídeo *Pix está unindo o povo* (2023), alertando sobre uma suposta fiscalização do Pix em janeiro de 2025.[4] O vídeo teve número de visualizações sem precedentes nas redes sociais brasileiras para um conteúdo político, sobretudo no Instagram (Rudnitzki; Bortolon, 2025), movimentando agentes políticos, mídia e instituições públicas. Nesse sentido, objetivo deste artigo é investigar a lógica do discurso político de extrema-direita a partir do estudo de caso do perfil de Ferreira no TikTok.

A plataforma foi escolhida por sua alta capacidade de visibilidade para a comunicação política em geral (Kleina, 2020) e pela ainda relativa falta de estudos focados no TikTok no Brasil. Mais recentemente Chagas e Stefano (2023) revelaram que a plataforma é amplamente utilizada por agentes políticos no país, com maior visualização e engajamento em perfis de políticos de direita do que de esquerda, em parte pela sua adoção anterior à plataforma e em parte pelo uso sistemático de recursos do TikTok buscando circular seus conteúdos para audiências mais amplas. Ao contrário dos achados em parte da literatura internacional,[5] Chagas e Stefano (2023) veem no TikTok brasileiro uma dominância de agentes, discursos e campanhas da direita em lugar do espaço cívico descrito por pesquisadores de outros países que inclui visibilidade do ativismo climático (Hautea *et al.*, 2021), da pauta LGBT (Duguay, 2023) e antiracistas (Zhao; Abidin, 2023).

[4] Para mais informações ver Matos (2025).

[5] Conferir a edição especial de *Social Media + Society* "*TikTok and social movements*" editada por Jin Lee e Crystal Abidin. Disponível em: https://journals.sagepub.com/page/sms/tiktokandsocialmovements Acesso em 15 de nov. de 2025.

Em sua análise pioneira do potencial do TikTok para conteúdo político no Brasil, Kleina (2020) nota que a arquitetura da plataforma favorece uma circulação de conteúdo em escalas maiores do que em outras redes sociais baseadas em imagens e vídeo. Nesse sentido, o TikTok coloca mais ênfase sobre criação e circulação de conteúdo do que sobre conexões sociais ao oferecer um *feed* de conteúdo altamente personalizado, ferramentas integradas de edição de vídeo e normas de criação e replicação de conteúdo a partir das *tags* e desafios no que Zulli e Zulli (2022) chamaram de públicos de imitação (*imitation publics*). Esse aspecto é corroborado pelo trabalho de Chagas e Stefano (2023) que revelam que a maior parte dos perfis de políticos no TikTok lança mão das ferramentas próprias da plataforma e formatos populares, aproximando cada vez mais o arcabouço de pesquisa relacionado aos influenciadores digitais do estudo de perfis políticos. Embora em um estudo conduzido no Facebook, Gandini, Ceron e Lodetti (2022) sugerem que a noção de trabalho de visibilidade (*visibility labour*) desenvolvida por Abidin (2016) aparece de forma híbrida na lógica de atuação de políticos populistas europeus que envolve a busca por uma forma de autenticidade nas postagens e na construção de suas personas, em um esforço de converter públicos em comunidades e em práticas de "jogar" com o algoritmo (*algorithm gaming*). Em trabalho focado nas práticas de influenciadores no TikTok, Abidin (2021) argumenta que embora a visibilidade seja o objetivo central dos influenciadores na plataforma, há um deslocamento da fama baseada em perfis para viralização de posts como principal meio de atingir este objetivo. Nesse sentido, há menos esforço na construção de uma persona coesa e mais investimento em seguir as tendências mais recentes do TikTok, frequentemente construídas por meio do uso das ferramentas integradas de edição de vídeo e uso de memes sonoros e, portanto, entrelaçadas com a arquitetura da plataforma.

Nessa esteira, Moir (2023) analisou o parlamentar canadense Jagmeet Singh e sua lógica de campanha permanente no seu perfil do TikTok que faz uso sistemático das tendências e memes do TikTok para apresentar questões políticas, embora haja uma menor ênfase em sua atuação institucional em favor de um uso estratégico da plataforma para construir uma comunicação mais autêntica que permita abordar assuntos polêmicos de maneira mais performativa. Na mesma chave, Gandini, Ceron e Lodetti (2022) sugerem que a produção de conteúdo para plataformas de redes sociais se torna o cerne da atuação de políticos populistas visando visibilidade não só nas redes sociais, mas também repercussão na mídia tradicional, que os permitem galgar posições mais estratégicas no poder público. Esse é

o caso de Mateo Salvini, por exemplo, líder do partido *Lega* na Itália e que alavanca suas redes sociais de maneira robusta para se fazer ver, construir comunidades e se posicionar como uma liderança nacional, chegando inclusive a se tornar o vice Primeiro-Ministro italiano.

O discurso de Nikolas Ferreira já foi analisado enfatizando seu caráter excessivo e exacerbado, frequentemente fazendo postagens voltadas a gerar reações exageradas em seus seguidores e opositores (Melo; Pozobon, 2024), além de destacar seu caráter moral com base no conservadorismo cristão (Bissiati; Silva, 2024) e sua eficácia argumentativa alicerçada em um misto de credibilidade, emoção e verniz lógico (Lima; Pereira, 2025). Com base no método de análise do discurso de um livro publicado por Ferreira, de postagens de seu perfil no antigo Twitter e de vídeos de seu Instagram e YouTube, Bissiati e Silva (2024) sugerem que a base argumentativa do parlamentar é composta por

> [...] ideias que versam ora em um pensamento conservador, tendo em vista a defesa de valores sociorreligiosos supostamente "estabelecidos", ora em uma linguagem intrinsecamente reacionária, por enfatizar a necessidade de uma ação política efervescente de ataque às ideologias de esquerda, que estão, em sua perspectiva, "conspirando" e "corrompendo" a sociedade de bem. (Bissiati; Silva, 2024, pp. 9-10)

Embora o que se convencionou a chamar de nova direita[6] tenha várias "prateleiras", ou diferenças internas, conforme argumenta Cepêda (2018), existem alguns pontos de contato mais ou menos consensuais que permanecem nesta base argumentativa de Ferreira. A começar pela interseção do conservadorismo com o liberalismo econômico individualista e um conjunto mais amplo do que Messenberg (2017) chama de ideias-força da nova direita que são organizadas em três campos semânticos principais: o antipetismo, os princípios neoliberais e o conservadorismo moral, este último relacionado aos valores ligados a família, a fé cristã, patriotismo e o combate à criminalidade.

Nesse contexto, o artigo propõe duas questões de pesquisa: a) quais os principais assuntos abordados por Nikolas Ferreira em seu perfil do TikTok? e b) como o audiovisual é mobilizado para construir este discurso? Se sugerem as hipóteses de que os principais assuntos são ligados aos valores morais e ao conservadorismo de base cristã e de que os vídeos de Ferreira se relacionam com as tendências e recursos próprios da plataforma,

[6] Embora tenha havido muitas reflexões em torno do assunto, aqui o termo nova direita está empregado a partir do entendimento de Cepêda (2018) e Messenberg (2017). São indivíduos e grupos políticos que emergem em torno de constelações ideológicas e ideias-força conservadoras e reacionárias um pouco antes, durante e após o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff que resultou no golpe parlamentar de 2016 no Brasil.

mobilizando práticas comunicativas de influenciadores digitais a fim de se encaixar melhor nos fluxos algorítmicos do TikTok. A metodologia empregada será baseada nos métodos digitais para coleta e tratamento dos metadados relacionados aos vídeos a partir de raspagem da *web*, passando em seguida ao desenvolvimento de duas análises em paralelo, mas correlatas, focando em aspectos textuais e visuais. Primeiro, será feita uma análise de padrões amplos dos dados coletados partindo da análise visual crítica (Rose, 2016) e lançando mão da análise de atributos visuais (Bainotti; Rogers, 2022). Segundo, serão usadas técnicas de processamento de linguagem natural para analisar as descrições dos vídeos pelo prisma da análise visual de redes (VNA) (Venturini, Jacomy; Jensen, 2021).

Este artigo consiste em seis partes, esta introdução seguida de uma breve discussão da abordagem metodológica; a apresentação de dados quantitativos do perfil de Ferreira no TikTok; análise das descrições dos vídeos do perfil; a análise das capas dos vídeos publicados; e, por fim, as considerações finais.

2. Nota metodológica

A abordagem metodológica deste artigo parte do arcabouço dos métodos digitais (Rogers, 2013) que é mais do que um conjunto de técnicas de pesquisa que emergem das plataformas digitais, são um paradigma epistemológico (Caliandro *et al.*, 2024) que pressupõe os meios digitais como fonte de métodos e não apenas objetos de estudo. Nesse contexto, Caliandro *et al.* (2024) sugerem seguir os rastros digitais, em geral produzidos como uma consequência da ação de usuários nas plataformas digitais. A análise empreendida aqui vai se concentrar em dois desses rastros: as descrições e as capas[7] dos vídeos. O primeiro será abordado por meio do uso das ferramentas de processamento de linguagem natural do 4CAT (Peeters; Hagen, 2022), construindo uma rede de co-ocorrência de palavras, a ser analisada partindo da discussão de Venturini, Jacomy e Jensen (2021) da VNA. O método consiste em visualizar uma dada rede de relações posicionando os nós de acordo com sua conectividade, conferindo um tamanho proporcional a sua importância e colorir os nós de acordo com a categoria que integram, estas etapas podem ser empreendidas de forma

[7] A capa é um metadado presente na maioria das plataformas de compartilhamento de vídeos, consiste em uma imagem estática que funciona como uma representação do conteúdo de um vídeo ainda não reproduzido. No TikTok pode ser escolhida especificamente pelo usuário entre os quadros do vídeo, ser produzida externamente e adicionada a postagem ou determinada pela própria plataforma de maneira automatizada. De todo modo é sempre uma escolha discricionária.

automatizada e prática com o uso do software Gephi (Bastian; Heymann; Jacomy, 2009). Assim, a interpretação qualitativa da rede depende do uso de um layout dirigido por força para identificar agrupamentos e lacunas, do tamanho proporcional dos nós para perceber as diferentes regiões do grafo e a sua coloração para entender as categorias que estruturam a rede. Nesse sentido, a ambiguidade frequentemente encontrada em visualizações de rede pode ser um ativo analítico para compreender fenômenos complexos e incertos (Venturini; Jacomy; Jensen, 2021, p. 9).

Há pelo menos uma década pesquisadores já se debruçam sobre o impacto das plataformas de redes sociais sobre a cultura visual (Highfield; Leaver, 2016; Leaver; Highfield; Abidin, 2020; Manovich, 2017) e nos últimos anos é possível perceber uma prevalência cada vez maior da imagem e do audiovisual nas grandes plataformas (Rogers, 2021). Nesse sentido, variadas soluções para o problema da análise das imagens em escala massiva nas plataformas foram elaboradas por pesquisadores do campo, desde ferramentas que facilitam a análise qualitativa manual até explorações da visão computacional para análises automatizadas (Vasconcelos, 2025). Assim, embora o desenvolvimento de ferramentas de visão computacional seja um campo dinâmico com importantes avanços para análise do vídeo (Shahabaz; Sarkar, 2024), no campo dos estudos das plataformas o caráter multimodal do audiovisual tende a ser analisado de maneira separada.

Particularmente relacionado ao audiovisual, Arnold e Tilton (2023) elaboram a noção de visionamento distanciado (*distant viewing*) que, por meio do uso de modelos de visão computacional, faz a extração de características visuais, as agrega e permite visualização em larga escala, possibilitando programas de pesquisa que deem conta de abordagens que mesclem análise de aspectos visuais e estilísticos de grandes coleções, por exemplo o estilo visual de uma série de TV (Arnold; Tilton; Berke, 2019). Concretamente esta abordagem será utilizada no trabalho para analisar todas as capas dos vídeos postados pelo perfil de Ferreira com o uso da ferramenta Pixplot (Duhaime; Leonard, 2020) para construir uma metaimagem (Rogers, 2021), um ponto de partida metodológico que combina análise e arranjo, enquadrando coleções de imagens para permitir um tipo de pensamento crítico que entrelaça as imagens como rastros digitais e como objetos culturais a serem interpretados. No caso das capas, a metaimagem será um ponto de partida para a busca de padrões, *templates* (Leaver; Highfield; Abidin, 2020) e formatos, buscando entender quais as principais formas de expressão audiovisual de Ferreira no TikTok. Esta abordagem parte da tradição da análise

visual crítica, tributária do campo de estudos da história da arte (Rose, 2016), um método que embora tenha limitações relacionadas a subjetividade e repertório do analista, é uma maneira sistemática de tomar a imagem em si a partir de aspectos como conteúdo, cor, organização espacial e lógica de figuração. A análise de atributos visuais (Bainotti; Rogers, 2022) será mobilizada em conjunto, buscando interrogar a existência de similaridades estilísticas e de conteúdo no *corpus*.

3. O perfil de Nikolas Ferreira no TikTok

Em agosto de 2025 foi feita uma coleta no perfil oficial de Nikolas Ferreira no Tik Tok[8] por meio de raspagem da *web* com o auxílio do Zeeschuimer (Peeters, 2024) incluindo todo o período desde sua abertura em 29 de janeiro de 2021, retornando 477 vídeos considerando apenas aqueles postados diretamente pelo perfil. A seguir serão apresentados dados a fim de proporcionar uma visão ampla e descritiva da atuação de Ferreira em seu perfil do TikTok, destacando aspectos quantitativos ligados às métricas dos vídeos (visualizações e interatividade).

O perfil chama atenção pelos altos números de visualizações em seus vídeos e quantidade de seguidores, apontando para seu grande alcance, o parlamentar conta com 8,1 milhões de seguidores em seu perfil e mediana de visualizações de 1,1 milhão em seus vídeos. Em linha com a discussão de Vázquez-Herrero *et al.* (2025) será usada a mediana pois é comum que *corpora* de vídeos tenham algumas exceções com número de visualizações muito mais alto ou muito mais baixo do que a maioria, o vídeo mais assistido do perfil por exemplo conta com 27,2 milhões de visualizações, enquanto o menos assistido tem 23 mil. Para efeito de comparação da magnitude do perfil, os colegas de legislatura de Ferreira Gustavo Gayer (PL-GO) e Kim Kataguiri (UB-SP) têm 376 mil e 1,5 milhão de seguidores, respectivamente. Já à esquerda, o deputado Glauber Braga (PSOL-RJ) e a deputada Érika Hilton (PSOL-SP) possuem 232 mil e 1,5 milhão de seguidores.

As visualizações, no entanto, são distribuídas em um formato de cauda longa, com a maior parte delas concentrada nos vídeos médios, aqueles que possuem entre 1 e 5 milhões de visualizações, são 206 (43,5% do total) e concentram 40,7% das visualizações do perfil. No entanto, na ponta da cauda os 214 vídeos com menos de 1 milhão de visualizações (45,1% do

[8] Disponível em: http://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm Acesso em 15 de nov. de 2025.

total) concentram apenas 9,7% das visualizações e no topo, vistos mais de 10 milhões de vezes, estão apenas 20 vídeos (4,2% do total) que somam 25,4% de todas as visualizações. Com relação às métricas de interatividade (Vázquez-Herrero et al., 2025), o perfil também tem números fortes, com medianas de 131 mil curtidas, 2.706 comentários e 4.141 compartilhamentos.

O perfil de Ferreira tem uma mediana de postagem de 9 vídeos por mês, sendo o maior pico de postagem mensal no período eleitoral de 2022, com 43 postagens no mês de outubro e o segundo maior pico de postagens no mês de outubro de 2024, em meio ao período das eleições municipais, embora menor em intensidade com apenas 22 postagens. Por outro lado, os períodos com menos postagens são entre os meses de maio e julho, que compreendem um dos recessos legislativos do ano, sugerindo que a intensidade de posts no perfil tem ligação próxima com a atuação parlamentar de Ferreira, que ao contrário dos achados de Moir (2023) em seu estudo de caso no Canadá, enfatiza constantemente sua atuação institucional frequentemente postando trechos de seus discursos no plenário da Câmara dos Deputados.

De maneira geral o número de visualizações acompanha a quantidade de postagens (FIG. 1), com exceção do mês de janeiro de 2025, no qual o pico de visualizações é maior do que o de postagens devido ao vídeo *Pix está unindo o povo* (Nikolas Ferreira, 2025), já citado que, embora não seja o vídeo mais assistido do perfil, com 16,4 milhões de visualizações, conta com métricas de interatividade muito acima das medianas citadas anteriormente (2,3 milhões de curtidas, 66,3 mil comentários e 258 mil compartilhamentos). Seguindo o entendimento de Vázquez-Herrero et al. (2025) o coeficiente de "viralização" foi calculado, dividindo o número de visualizações do vídeo pela quantidade de seguidores, números mais altos sugerem vídeos virais que circularam para além da audiência estabelecida do perfil. No caso do vídeo do Pix a razão visualização/seguidores é 2,06 enquanto a mediana do perfil é 0,15, demonstrando uma alta circulação entre não seguidores de Ferreira e sugerindo que de modo geral os vídeos de Ferreira circulam mais entre sua base de seguidores.

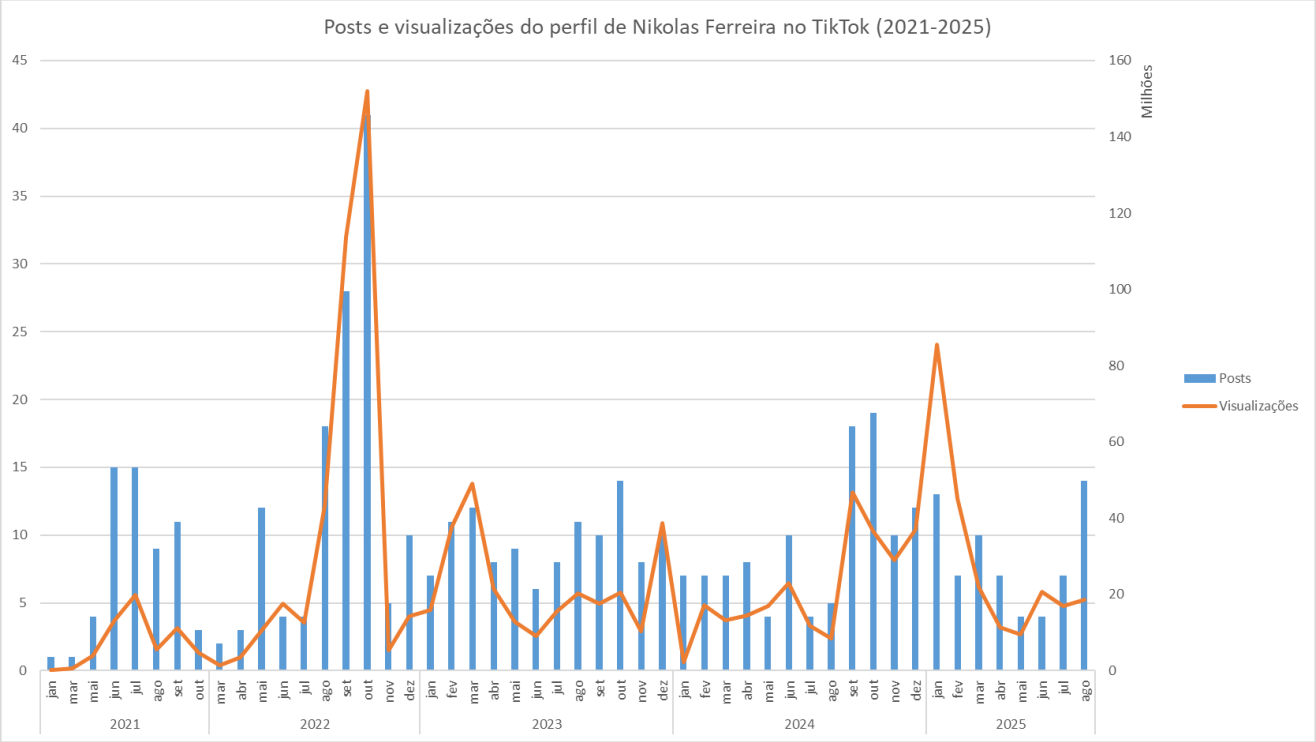

FIGURA 1 – Gráfico de postagens e visualizações do perfil de Nikolas Ferreira.
FONTE – Elaboração do autor.

Os recursos da plataforma que podem ser consultados nos metadados coletados são uso de *stickers* (emojis, texto ou outro recurso visual inserido por cima do vídeo), uso de som da biblioteca do TikTok, realização de duetos (quando há colaboração com outro perfil na postagem) e uso de efeitos. Os *stickers* são o recurso mais usado (26,6% dos vídeos), principalmente com inserção de texto e emojis sobre o vídeo que destacam o assunto ou fazem um comentário irreverente, já o uso de sons da biblioteca do TikTok é o menos utilizado (apenas 3,6% do total), indicando que Ferreira não se vale de formatos populares na plataforma como dublagem e danças, embora muitos de seus vídeos tenham trilha sonora. Por fim, 19,1% dos vídeos fazem uso de efeitos, principalmente o de "Tela Verde" que substitui o fundo existente por outra imagem, muito utilizado pelo parlamentar para fazer vídeos de reação, que serão discutidos na penúltima seção.

4. As descrições dos vídeos

Embora a arquitetura do TikTok e os padrões de uso da plataforma encorajem o uso de *tags*, o perfil de Ferreira as usou muito pouco e as abandonou em 2023, dado que vai de encontro a achados como de Hautea *et al.* (2021) que percebem no TikTok um padrão de uso

extensivo de *tags* a fim de apelar a uma característica "mística" do algoritmo, na esperança de maior circulação do conteúdo. Considerando isso, foi feita a opção por ignorar as *tags* e olhar para as palavras usadas nas descrições dos vídeos a fim de ter uma visão ampla dos assuntos abordados. Como as descrições dos vídeos são em geral muito sucintas, mediana de 21 caracteres e frequentemente compostas por apenas um emoji, não foi possível abordar o *corpus* por meio da modelagem de tópicos, portanto foram utilizados os processadores de processamento de linguagem natural do 4CAT baseados no pacote Natural Language Toolkit (NLTK) (Bird; Klein; Loper, 2009) para construir uma rede de co-ocorrência de palavras, e através dela foi possível perceber uma certa estilística de escrita de Ferreira e um discurso majoritariamente oposicionista. A rede foi visualizada no Gephi como uma rede não-direcionada composta por 606 nós (palavras) e 569 arestas (relação de co-ocorrência) e utilizado o algoritmo "Modularidade" para clusterização, retornando um valor de 0,887 que indica uma rede com comunidades bem definidas. O grafo resultante (FIG. 2) [9] foi visualizado com o uso do algoritmo Force Atlas 2 (Jacomy *et al.*, 2011) que permite uma compreensão visual mais clara dos *clusters* formados e é de simples utilização. O grafo foi filtrado para apresentar apenas as co-ocorrências de palavras que aparecem pelo menos duas vezes no corpus e apenas os 10 maiores *clusters* a fim de acomodar melhor a análise, o tamanho dos nós refletem a frequência com a qual as palavras aparecem no *corpus*, quanto maior o nó mais vezes a palavra apareceu.

De início se destaca o *cluster* rosa na parte superior do grafo ancorado pela palavra "lula", que é acompanhada pela palavra "recado" com tamanho um pouco menor, ao redor aparecem palavras como "vencemos", "respeitem", "enquadrando" e "cobrar" que sugerem uma postura de oposição ao governo e sobretudo uma ênfase no papel fiscalizador do legislativo. O *cluster* também contém as palavras "cristão", "debati" e "feministas", que indica também um destaque para questões identitárias trazidas pelo perfil, enfatizando o aspecto religioso da retórica conservadora de Ferreira. Um pouco mais abaixo o *cluster* verde é ancorado pela palavra "bolsonaro" e pelo emoji de carinha risonha (😂), ao lado também tem destaque a palavra "kalil" em referência ao ex-prefeito de Belo Horizonte Alexandre Kalil, que apoiou Lula nas eleições de 2022 e é adversário de Ferreira no estado. Ao redor da palavra "bolsonaro" curiosamente não aparecem palavras positivas ou ligadas à eleição e sim

[9] O pdf original em alta resolução está disponível em: https://anonymous.4open.science/r/metadados_nf-7DD8/Co-words_Nikolas_2026.pdf Acesso em 20 de fev. de 2026.

palavras como “multar”, “segredo”, “gritar” e “cobrei”, possivelmente indicando que o nome do ex-presidente aparece mais nas descrições do vídeo do perfil no contexto da investigação e julgamento relacionados a tentativa de golpe de Estado de janeiro de 2023 e, portanto, na defensiva. Próximo a carinha risonha aparecem palavras como “lapada”, “zoa” e a risada escrachada “kkkkk”, indicando uma característica estilística irreverente e humorística do perfil. Próximo ao nome de Kalil estão palavras como “ei”, “canalhas” e “esqueceu”, provavelmente ligadas a disputa eleitoral e se assemelham ao vocabulário usado por Ferreira para se referir ao governo Lula.

O *cluster* azul é ancorado pela palavra “Brasil”, mas também tem a palavra “minas” em destaque. Esse *cluster* parece se relacionar com assuntos voltados para o parlamento e eleições, com as palavras “congresso”, “popular”, “eleito” e “deputado” gravitando em torno da âncora. Embora haja uma referência ao estado de Minas Gerais, as palavras que compõem o *cluster* todas apontam para assuntos de relevância nacional, sendo possível identificar apenas as palavras “belo” e “horizonte” no canto superior esquerdo como uma referência mais direta a capital sem, no entanto, ser possível perceber pautas regionais definidas. Mais próximo a palavra “Brasil” pode-se ver palavras como “permaneceremos”, “aguardando” e “votação” provavelmente relacionadas a ocupação que foi feita por deputados de extrema-direita da Mesa Diretora da Câmara em agosto de 2025,[10] impedindo a retomada dos trabalhos legislativos após o recesso parlamentar. Isso indica uma ênfase de Ferreira sobre esse acontecimento, no qual ele se engajou pessoalmente, e o enquadramento patriótico dado à ação visto a proximidade com a palavra “brasil” no grafo.

[10] Para mais informações ver León (2025).

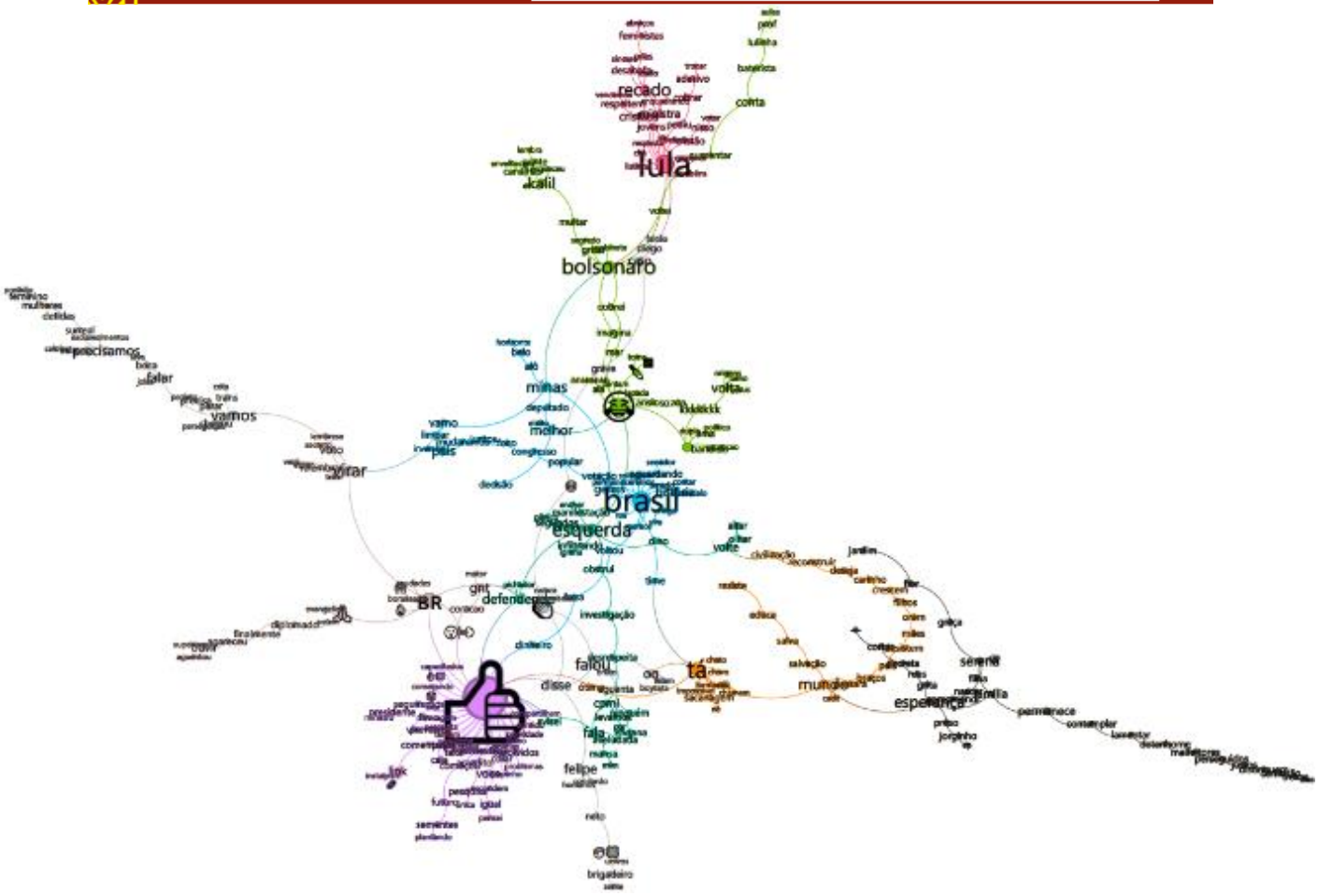

FIGURA 2 – Rede de co-ocorrência de palavras nas descrições dos vídeos do perfil de Nikolas Ferreira no TikTok. Grafo não-direcionado composto por 606 nós e 569 arestas elaborado com a ferramenta *co-word network* do 4CAT e visualizado no Gephi.
FONTE – Elaboração do autor.

O *cluster* verde coral logo abaixo é ancorado pela palavra "esquerda" e traz mais próximo da âncora palavras como "manifestação", "pânico" e "encher", provavelmente comentários de Ferreira sobre as manifestações bolsonaristas serem mais numerosas que as da esquerda em certos momentos. Mais abaixo pode-se ver as palavras "investigação", "cpmi" e "engana" que também reforçam o caráter oposicionista do perfil indicando assuntos relacionados a Comissão Parlamentar de Inquérito como a que teve foco nos ataques de 8 de janeiro e a ligada a corrupção no INSS. É importante notar que a palavra "direita" não aparece no grafo e nem entre as palavras mais usadas do perfil, sugerindo que o perfil de Ferreira é muito mais voltado ao ataque do que a construção ideológica positiva. O *cluster* rosa claro, no canto inferior esquerdo, é ancorado pelo emoji da bandeira brasileira (BR) mas também tem destaque para os emojis de oração (🙏) e cabeça explodindo (🤯), assim

como a palavra "virar". Próximo a esta última palavra estão as palavras "voto" e "secreto", voltadas para as eleições de 2022 que estavam ausentes do *cluster* ancorado por "bolsonaro", próximo ao emoji de oração também é possível ver palavras relacionadas como "diplomado" e "finalmente". Próximo ao emoji da bandeira do Brasil pode-se encontrar os emojis de fogo (🔥) e cabeça explodindo, assim como as palavras "boraaaaa" e "coração", sugerindo um tom de incentivo e animação em torno do assunto das eleições. Por fim, o *cluster* roxo ancorado pelo emoji com polegar levantado (👍) é rodeado por palavras positivas ligadas a construção do campo político aliado, como "começou", "sementes", "futuro" e "acredito". Mas também pode-se encontrar palavras como "ministro", "capacitados" e "presidente", utilizadas provavelmente para descrever o então governo Bolsonaro, nos meses que antecederam as eleições de 2022, pois a palavra "presidente" nunca é usada por Ferreira para se referir a Lula, sempre referido de forma pejorativa ("lulinha", "luladrão" etc.) O emoji de polegar levantado é o elemento mais usado nas descrições dos vídeos do perfil e, portanto, aparece rodeado de variados assuntos, como é possível constatar a partir da presença de palavras como "instagram", "link", "compartilhem" e "comentários", mais genéricas.

Esta análise aponta para um perfil majoritariamente oposicionista, dedicando um espaço considerável para atacar e questionar o governo Lula e a esquerda de modo geral e possui um estilo de comunicação irreverente e por vezes humorístico, visto a ubiquidade do uso de emojis e escolha de palavras muito incisivas, como "enquadrar", "cobrei" e "canalhas". Nesse sentido, a hipótese de um foco maior em crenças e valores cristãos conservadores não se confirma como principal assunto, considerando apenas as descrições. No entanto, como será discutido a seguir, a multimodalidade do audiovisual confere maior complexidade ao *corpus* e outros aspectos aparecem ao se analisar o elemento visual do perfil.

5. As capas dos vídeos

Para a análise das capas dos vídeos foi construída uma metaimagem (Rogers, 2021) com o uso do Pixplot em sua configuração padrão que consiste em uma visualização em forma de mapa onde as imagens mais similares ficam mais próximas, se agrupando de maneira a serem interpretadas pelo analista. O Pixplot funciona mobilizando o modelo de

classificação de imagens InceptionV3[11] para extrair características visuais das imagens e criar uma representação vetorial de cada uma. Em seguida o modelo usa o Uniform Manifold Approximation and Projection for Dimension Reduction (UMAP) (McInnes; Healy; Melville, 2020) para criação da visualização em forma de mapa e o algoritmo *K-means* para clusterização das imagens. Para a classificação do *K-means*, o número máximo possível de *clusters* foi definido para 20 e o *script* do Pixplot determinou a quantidade ideal de *clusters* chegando ao número de 12. A Figura 3[12] apresenta a metaimagem resultante da análise das 477 capas pelo *script* com a indicação dos *clusters* encontrados e sua interpretação analítica inicial.

[11] Mais informações: https://keras.io/api/applications/inceptionv3/ Acesso em 15 de nov. de 2025.
[12] A metaimagem interativa está disponível em: https://cp-review.github.io/metaimagem-nf/ Acesso em 19 de fev. de 2025.

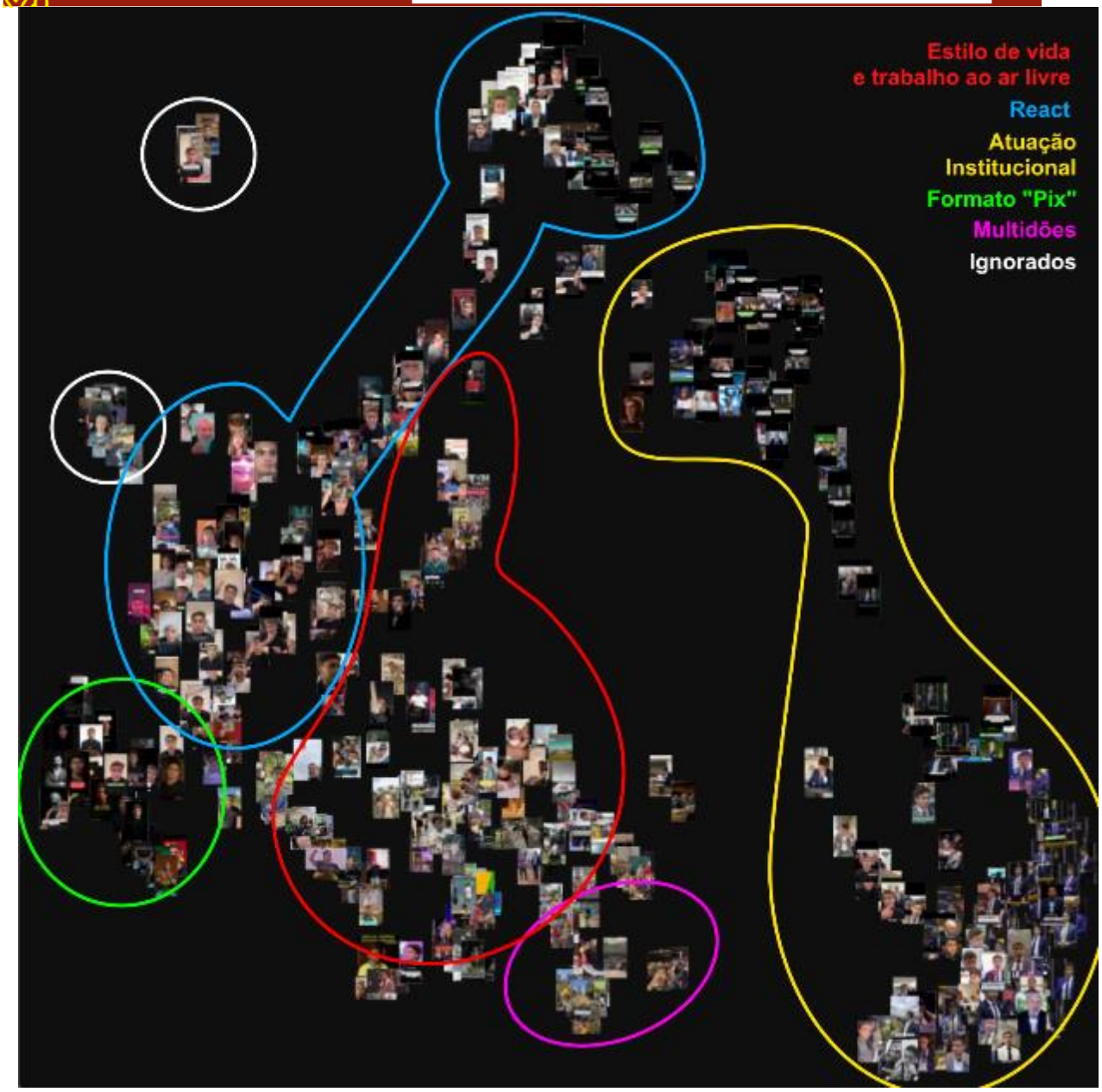

FIGURA 3 – Metaimagem anotada de 477 capas do perfil do TikTok de Nikolas Ferreira, elaborado com o uso do Pixplot.
FONTE – Elaboração do autor.

Considerando a metaimagem como um ponto de partida metodológico e não um resultado de pesquisa (Rogers, 2021), alguns dos *clusters* encontrados pelo algoritmo de classificação foram ignorados e outros agrupados em *clusters* maiores levando em conta os objetivos analíticos que são voltados para compreender assuntos abordados e formatos do conteúdo do perfil do TikTok de Ferreira. A partir da abordagem da análise visual crítica (Rose, 2016) e do estudo dos atributos visuais (Bainotti; Rogers, 2022) as imagens incluídas

nos *clusters* foram analisadas de modo a encontrar similaridades estéticas e de conteúdo que revelassem uma relação possível entre elas, alguns dos vídeos associados também foram assistidos como complemento e serão comentados brevemente ao longo da apresentação da análise. Por exemplo, o algoritmo encontrou dois *clusters* (em branco na figura) nos quais Ferreira fala para a câmera como em tantos outros vídeos, mas os separou pela localização específica, dentro do carro ou em frente a uma estante de livros, aspectos que não são relevantes para a análise empreendida. Três *clusters* contendo vídeos de reação (azul) e dois *clusters* relacionados a atuação institucional (amarelo) foram agrupados de forma que nem todas as capas coletadas foram enquadradas em um agrupamento.

O maior *cluster* encontrado pelo algoritmo de classificação (vermelho), com 86 capas, possuía grande diversidade imagética, visualmente a maioria das capas retrata Ferreira em lugares ao ar livre, aspecto que provavelmente fez com que o modelo de visão computacional as agrupasse. Mas cerca de metade dos vídeos são de caráter mais íntimo ou ligados a seu estilo de vida, incluindo duas retrospectivas com imagens dos anos de 2022 e 2023, o nascimento de sua filha, seu casamento e momentos em família de maneira geral.

Partindo da noção de formato nos estudos de televisão como uma matriz organizadora da linguagem (Fechine, 2001; Machado, 1999) e um conjunto de regras, premissas, aspectos narrativos e estéticos que permitem ou facilitam algo (Moran; Malbon, 2006), e do conceito de *templatability,* normas estéticas orientadas por algoritmos que circulam na plataforma e são repetidas e imitadas por uma grande massa de usuários (Leaver; Highfield; Abidin, 2020) a metaimagem e a *clusterização* foram interpretadas em conjunto chegando a 5 formatos descritos na Tabela 1.

TABELA 1

Formatos e quantidades de capas em cada um

Cluster	**Quantidade de capas**
Vídeos de reação	144
Atuação institucional	102
Estilo de vida e trabalho ao ar livre	86
Pix e similares	30
Manifestações	19

FONTE – Elaboração do autor.

Vídeos de reação (*react videos*) (FIG. 4) são uma forma de vernacular nativa digital de conteúdo audiovisual que borra as fronteiras entre autenticidade de reação e trabalho plataformizado (Kim, 2015). A reação pode tomar a forma de um comentário ou crítica a algum conteúdo ou de uma reação emocional (Nespoli; Mulargia, 2023) e no perfil de Ferreira são o maior formato encontrado, mas não utilizam a ferramenta específica do TikTok. Tomando apenas os metadados das postagens portanto, este formato não estaria claro ao analista e só foi possível percebê-lo por meio da análise visual em grande escala. Os vídeos lançam mão do efeito de "tela verde" para substituir o fundo dos vídeos gravados por imagens (prints de tuítes e matérias de jornal, por exemplo), fotos e outros vídeos os quais o deputado comenta, critica e reage com uma certa indignação. O vídeo de reação também é caracterizado como uma narrativa audiovisual intertextual de caráter avaliativo que busca gerar identificação com a audiência, muitas vezes por meio do uso do humor (Rebouças, 2025). No caso de Ferreira, o perfil é atravessado pela irreverência, como foi apresentado anteriormente na análise da rede de palavras, e os vídeos de reação frequentemente entram nesse território carregando uma dose de indignação performática.

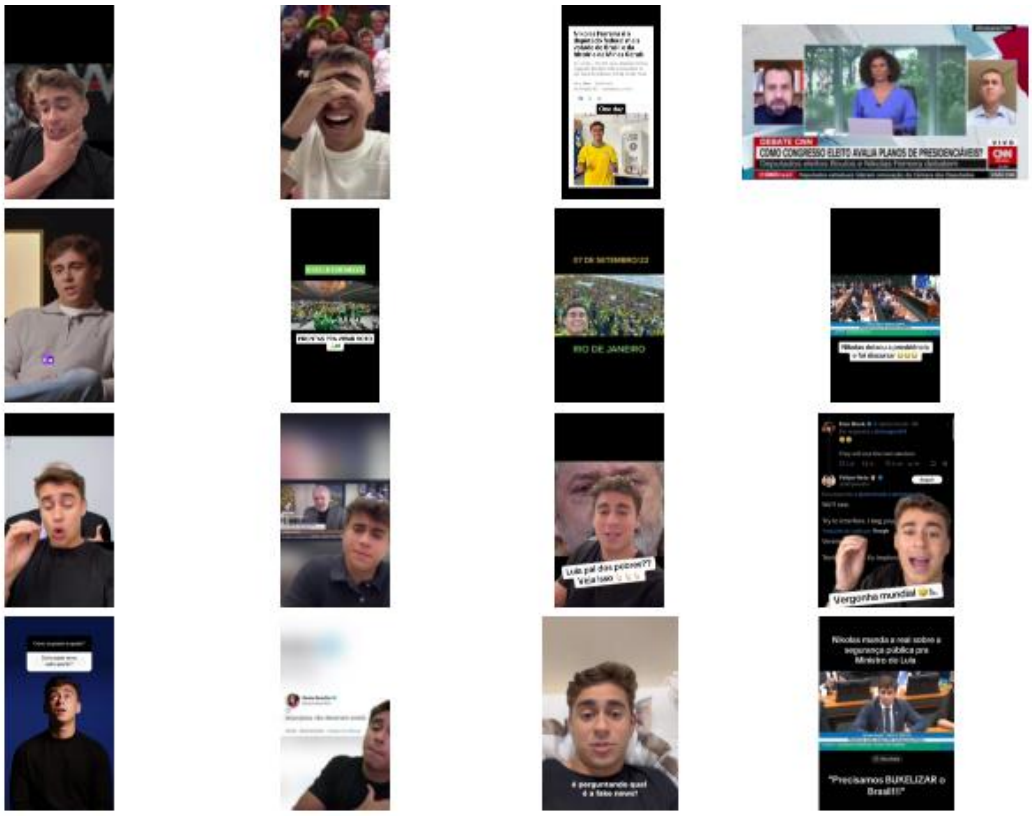

FIGURA 4 – Amostra aleatória de 16 capas do formato *react*.
FONTE – TikTok de Nikolas Ferreira

Por exemplo no vídeo *A hipocrisia de bilhões* (2022) o deputado reage às reações de políticos de esquerda sobre a compra do antigo Twitter por Elon Musk, recorrendo a piadas depreciativas como pedir o "histórico do *ifood*" da deputada Sâmia Bonfim enquanto mostra uma foto dela comendo um sanduíche. Ao longo do vídeo Ferreira faz caras exageradas ao reagir aos comentários dos políticos e aponta supostas contradições de seus discursos sobre desigualdade de renda. Outra característica dos vídeos de reação é sua dimensão de simulacro de companhia (Van Der Sand; da Silva, 2021) e no contexto do perfil de Ferreira de reforço de crenças e valores, como no vídeo *Cotas trans... onde vamos parar?* (2025) no qual o deputado reage a instituição de cotas para transsexuais na Universidade de Brasília, novamente performando indignação com expressões exageradas, Ferreira elenca uma série de argumentos contrários à política. O vídeo acaba por reafirmar um conjunto de valores ligados ao conservadorismo cristão que fazem parte do posicionamento ideológico de Ferreira e que são compartilhadas com sua base eleitoral e boa parte de sua audiência no TikTok.

No conjunto da atuação institucional (FIG. 5) se encontram os discursos do deputado em plenário e aparições na mídia tradicional e é onde pode se perceber uma articulação mais precisa da sua atuação oposicionista, com alvos bem definidos. Aqui o principal formato são os chamados cortes, trechos retirados de conteúdos mais longos como transmissões de TV e Podcasts que são de fácil produção e consumo (Miguel; Leal; Castellano, 2026). No corte da TV Câmara *Uma listinha sobre Lula...* (2023), Ferreira parte de uma notícia sobre o suposto sigilo de imagens dos ataque de 8 de janeiro de 2023 para sugerir que o governo Lula estaria ocultando ações da população. O deputado faz então lista de atos governamentais supostamente sigilosos, ligados a temas como corrupção, armas, agronegócio, aborto, entre outros, dialogando com pautas da extrema-direita e reforçando uma retórica conspiratória (Rocha, 2021). A apresentação também é performática, Ferreira utiliza um longo papel com os supostos sigilos, desenrolando-o de forma teatral, como em uma pantomima.

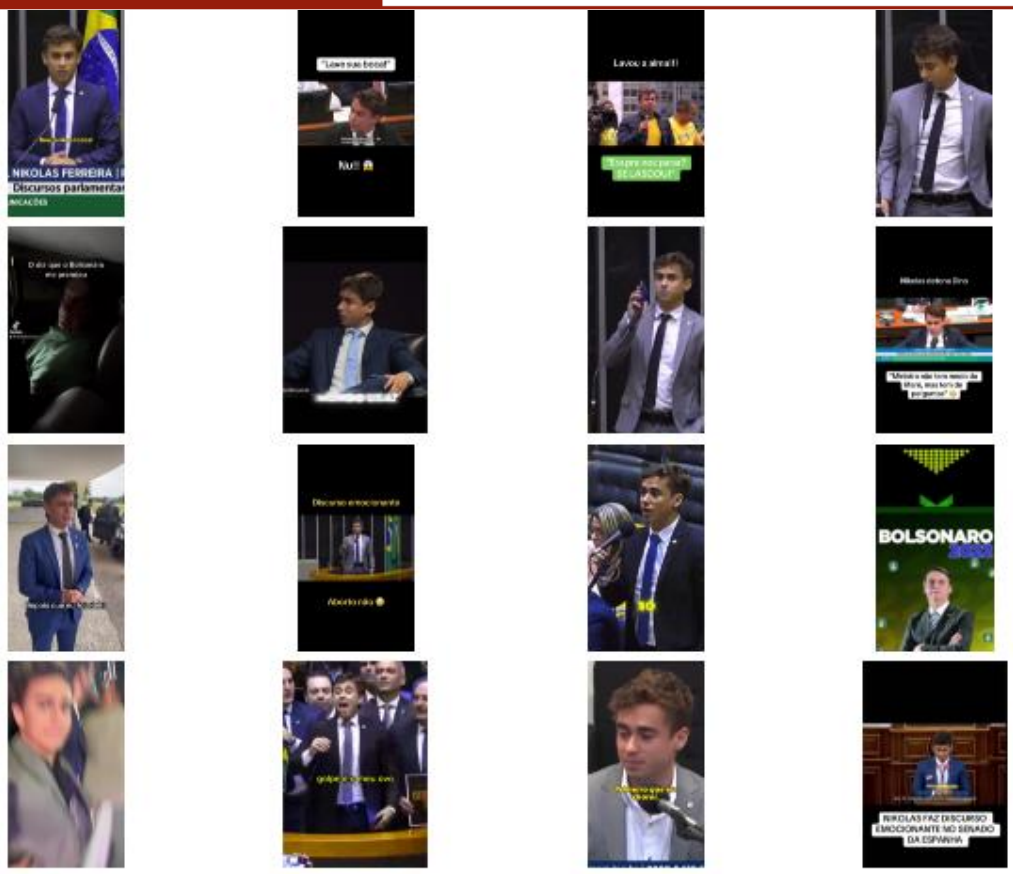

FIGURA 5 – Amostra aleatória de 16 capas do formato atuação institucional.
Fonte – TikTok de Nikolas Ferreira.

No conjunto estilo de vida e trabalho ao ar livre (FIG. 6) é possível identificar vídeos que retratam Ferreira em situações profissionais mais descontraídas, como atos de campanha, manifestações e trabalhos ao ar livre, assim como vídeos que mostram sua vida familiar e períodos de descanso. Estes últimos são interessantes do ponto de vista da relação que pode ser feita entre a atuação do deputado nas plataformas e a lógica dos influenciadores digitais, lançando mão daquilo que Abidin (2015, 2017) chamou de amadorismo calibrado (*calibrated amateurism)* e interconectividade percebida (*perceived interconnectedness)*, enquanto o primeiro se refere a como criadores de conteúdo trabalham para realizar uma estética amadora, mesmo que tenham estruturas profissionais a seu dispor, o segundo tem a ver com a maneira como influenciadores interagem com seguidores de modo a dar a impressão de intimidade. O amadorismo está em jogo na estética de improviso vista em vídeos como *Somos... 4* 💔 (2025) no qual a esposa de Ferreira faz um gesto para revelar que está grávida,

mas também atravessa praticamente toda a produção do perfil com exceção dos cortes e do vídeo do Pix e os outros de formato idêntico.

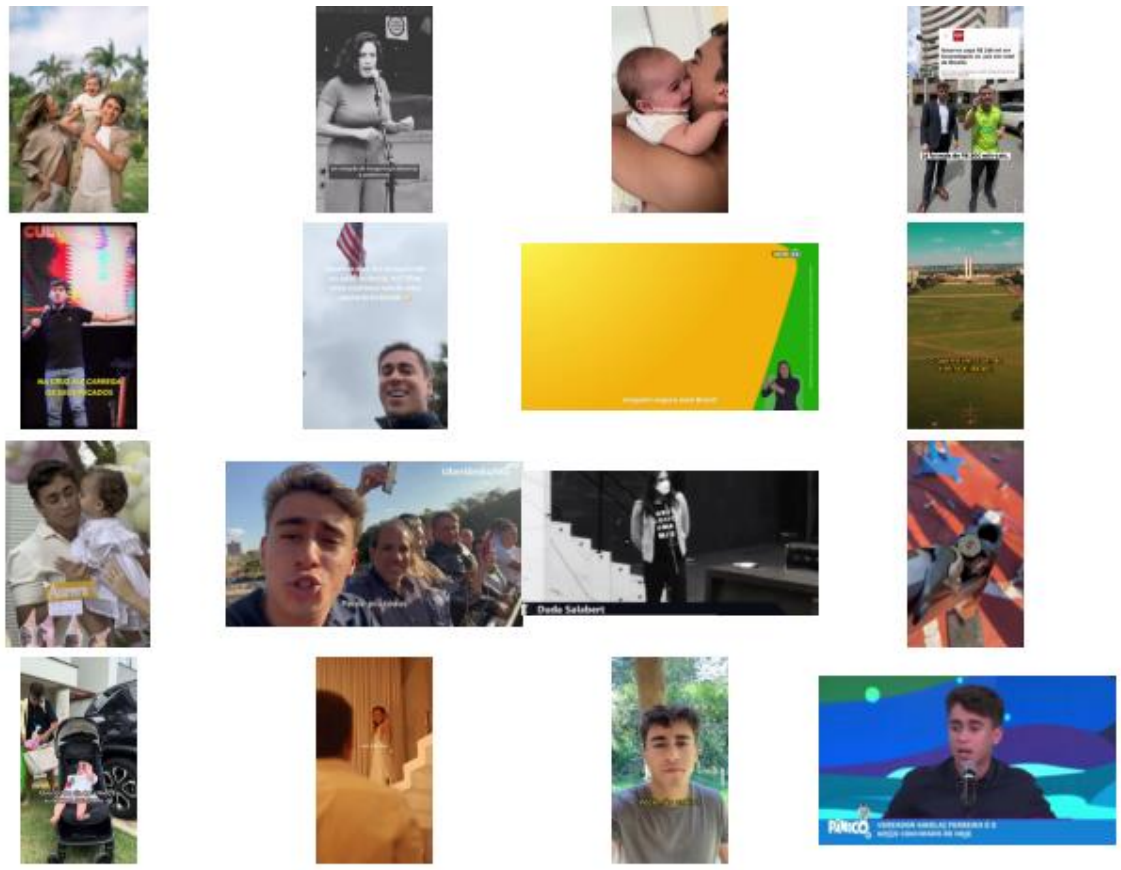

FIGURA 6 – Amostra aleatória de 16 capas do formato estilo de vida e trabalho ao ar livre.
Fonte – TikTok de Nikolas Ferreira.

O vídeo *Pix está unindo o povo.* (2025) é resultado do desenvolvimento de um formato que remonta à campanha de 2022 e que destoa da estética do perfil de Ferreira em geral pela menor irreverência e sem recorrer ao humor, mas também pelo visual mais profissional e pelo fato de que o deputado lê um texto previamente preparado ao invés de improvisar em frente a câmera. Os vídeos *Eu até votei no Bolsonaro, mas…* (2022) e *Vamos limpar esse país?* (2024) são exemplos destes conteúdos voltados para campanha eleitoral e talvez por isso de produção mais "polida". A repetição do formato (FIG. 7) reforça a ideia de Zulli e Zulli (2022) sobre a característica repetitiva do TikTok e dialoga com a noção de *templatability* (Leaver; Highfield; Abidin, 2020) ao criar um conjunto de aspectos estéticos que ao se repetirem remetem aos outros vídeos similares. O fato deste formato existir no

perfil também reafirma a lógica do amadorismo calibrado (Abidin, 2017) como estratégia comunicativa consciente do parlamentar, pois é claro que há recursos e condições para produções profissionais.

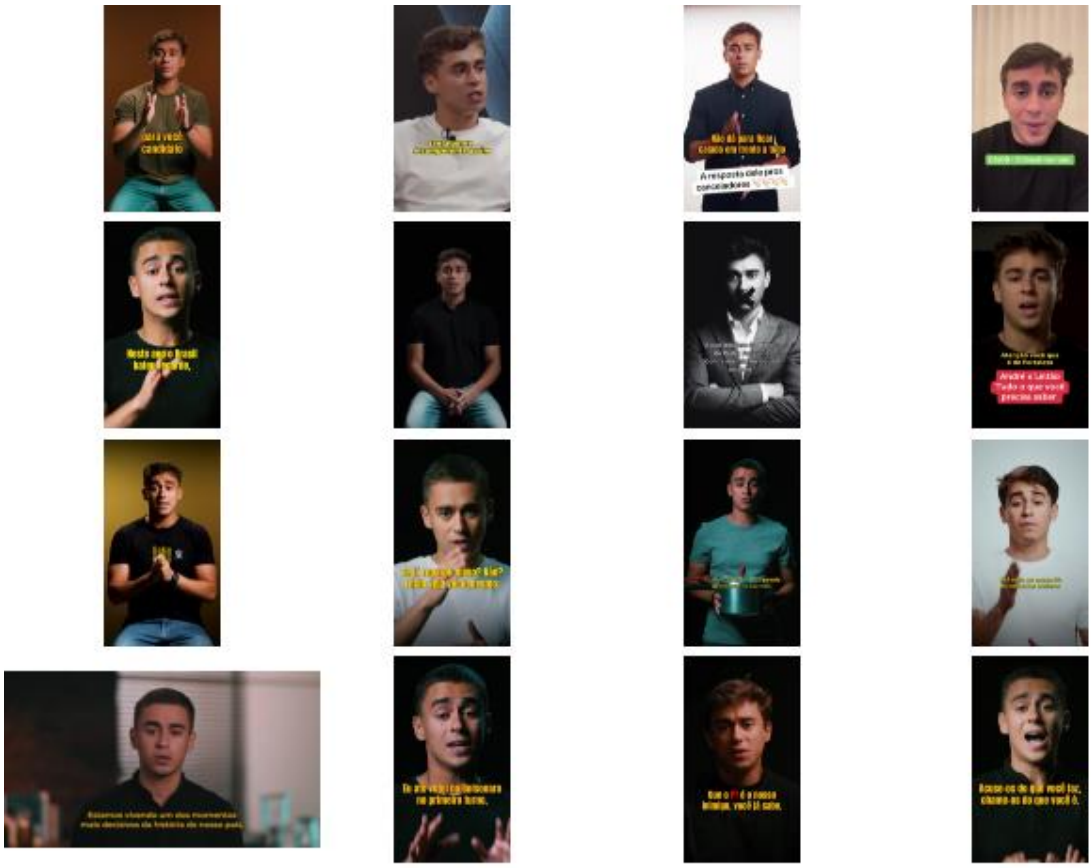

FIGURA 7 – Amostra aleatória de 16 capas do formato pix e similares.
Fonte – TikTok de Nikolas Ferreira.

Por fim, o conjunto manifestações (FIG. 8) contém vídeos que retratam Ferreira em atos públicos, igrejas e estádios de futebol. Se destacam os vídeos que mostram o deputado participando de atos bolsonaristas ligados a campanha pela anistia aos condenados pela tentativa de golpe.

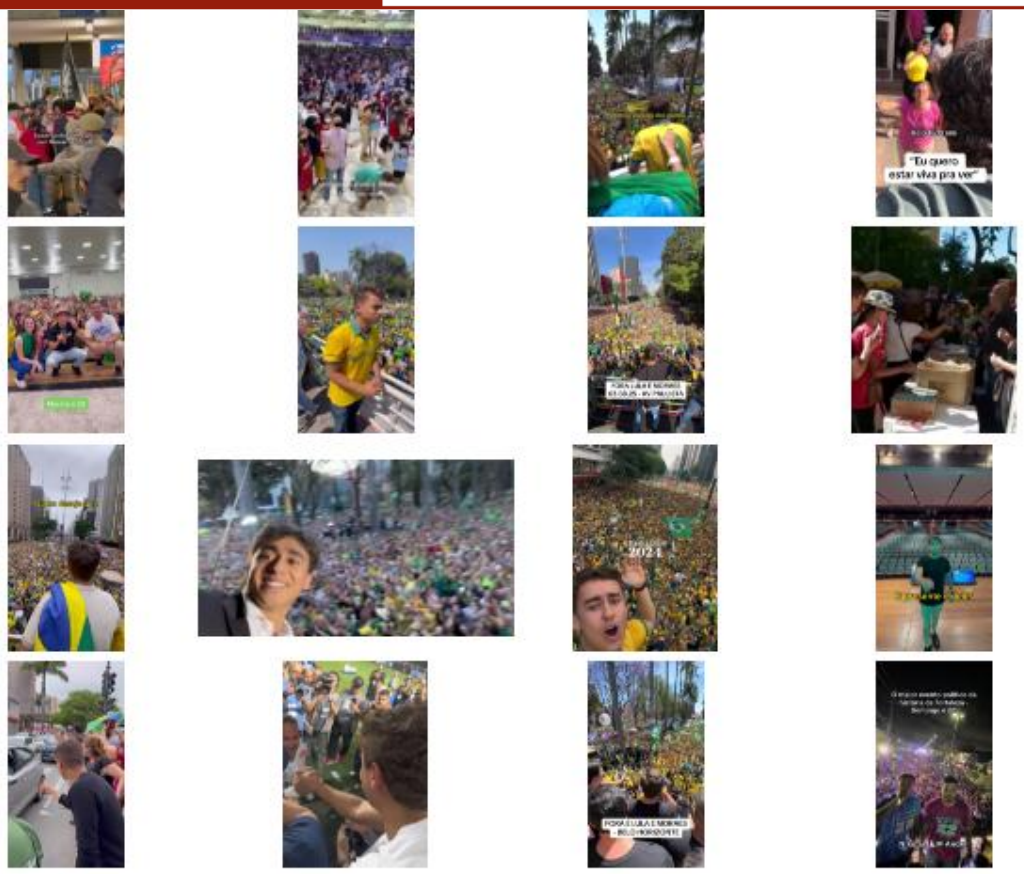

FIGURA 8 – Amostra aleatória de 16 capas do formato manifestações.
Fonte – TikTok de Nikolas Ferreira.

Estes vídeos de maneira geral reforçam um aspecto que argumentei anteriormente (Autoria, 2019, 2021), de uma aproximação do audiovisual nas plataformas com o que Gunning (2006) vai chamar de cinema de atrações – um modo estético e organizativo da realização de filmes ligado aos cinemas dos anos iniciais e que tem como referência muito mais aspectos ligados às emoções, ao sensacional e ao que o autor chamou de "mostração". No vídeo ***BRBRBRBRBRBR*** ❤️ (2025) por exemplo, Ferreira pede de cima do carro de som para os manifestantes gritarem se forem "fora Lula" e "fora Moraes", com apenas 23 segundos de duração esta é a única fala do vídeo, que se ancora exclusivamente na imagem sensacional da multidão.

6. Considerações finais

Este artigo buscou compreender o discurso de Nikolas Ferreira em seu perfil do TikTok a partir de uma abordagem de métodos digitais com enfoque em dois conjuntos de

rastros digitais, as descrições e as capas dos vídeos. Ao longo da análise emergiu uma interpretação crítica sobre os modos de construção discursiva de um parlamentar que consegue entrelaçar as lógicas de influenciadores digitais com a atuação política institucional.

Ferreira é um político nativo digital que consegue plataformizar a atuação parlamentar de maneira a injetar práticas comunicativas de influenciadores digitais na institucionalidade, como percepção de amadorismo e a sugestão de conexões com seu público, por meio da relação direta com formatos, recursos e conteúdos das redes sociais de forma integrada. Seu perfil no TikTok em particular é capaz de dialogar com uma ampla base de seguidores de modo aparentemente sem grandes esforços em pautas caras ao conservadorismo cristão e ao discurso neoliberal. Ferreira e sua equipe parecem perceber o ativo político que têm em mãos com as redes sociais do parlamentar e têm se esforçado para criar eventos em torno do deputado em períodos nos quais o debate político se torna menos movimentado como com a ação sobre o Pix em 2025 e em janeiro de 2026 com sua caminhada à Brasília.[13] Após não só um pico em sua visibilidade pública, mas também conquistas tangíveis relacionadas a elaboração de políticas públicas, é fundamental olhar para sua atuação no futuro e em especial no período eleitoral que se avizinha.

Por fim, cabe ressaltar que a abordagem aqui apresentada não esgota as possibilidades de análise da atuação de Nikolas Ferreira no TikTok, tampouco pretende oferecer uma leitura definitiva. O trabalho possui limitações importantes, ligada a escolha do TikTok como *corpus,* ao enfoque em apenas um parlamentar e a abordagem metodológica. Estudos futuros podem explorar outros aspectos dos dados ao fazer comparações com outros parlamentares, investir em análise *cross-platform* e mobilizar outras metodologias como a análise de conteúdo ou análise retórica.

Referências

BRBRBRBRBRBR❤️. Diretor: Nikolas Ferreira. TikTok, 2025. Streaming (0:23). Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7534462020255517970. Acesso em: 11 fev. 2026.

A HIPOCRISIA DE BILHÕES. Diretor: Nikolas Ferreira. TikTok, 2022. Streaming (2:15). Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7090939428260105477. Acesso em: 10 fev. 2026.

ABIDIN, C. Communicative ❤ intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness. **Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology**,v. 8, 2015. http://dx.doi.org/10.7264/N3MW2FFG.

ABIDIN, C. #familygoals: Family Influencers, Calibrated Amateurism, and Justifying Young Digital Labor. **Social Media + Society**, v. 3, n. 2, 1 abr. 2017. https://doi.org/10.1177/2056305117707191.

[13] Para mais informações conferir Marques (2026).

ABIDIN, C. Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. **Cultural Science Journal**, v. 12, n. 1, p. 77–104, 19 jan. 2021.

ABIDIN, C. Visibility labour: Engaging with Influencers' fashion brands and #OOTD advertorial campaigns on Instagram. **Media International Australia**, v. 161, n. 1, p. 86–100, 1 nov. 2016. https://doi.org/10.1177/1329878X16665177.

ARNOLD, T.; TILTON, L. **Distant viewing: computational exploration of digital images**. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2023. 1 p.

ARNOLD, T.; TILTON, L.; BERKE, A. Visual style in two network era sitcoms. **Journal of Cultural Analytics**, v. 4, n. 2, 2019. Acesso em: 9 maio 2025.

BAINOTTI, L.; ROGERS, R. **How to use visual media analysis for social media research**. London: SAGE Publications, Ltd., 2022.

BASTIAN, M.; HEYMANN, S.; JACOMY, M. Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. **Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media**, v. 3, n. 1, p. 361–362, 19 mar. 2009. https://doi.org/10.1609/icwsm.v3i1.13937.

BIRD, S.; KLEIN, E.; LOPER, E. **Natural Language Processing with Python: Analyzing Text with the Natural Language Toolkit**. O'Reilly Media, Inc., 12 jun. 2009. 506 p.

BISSIATI, E. L. S.; SILVA, B. A. da. O recrudescimento do ultraconservadorismo no Brasil: análise do discurso político-religioso de Nikolas Ferreira contra os valores e pautas feministas e LGBTQIAP+. **SciELO Preprints**, 2 set. 2024. https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.9688.

CALIANDRO, A.; GANDINI, A.; BAINOTTI, L.; ANSELMI, G. **The Platformisation of Consumer Culture: A Digital Methods Guide**. Amsterdam University Press, 2024. DOI: 10.5117/9789463729567.

CEPÊDA,v. A. A Nova Direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. **Mediações**, v. 23, n. 2, p. 40–74, 2018.

CHAGAS,v.; STEFANO, L. de M. Estratégias de uso do TikTok por políticos brasileiros. **Revista de Sociologia e Política**, v. 31, p. e022, 2023. https://doi.org/10.1590/1678-98732331e022.

COTAS TRANS... ONDE VAMOS PARAR? Diretor: Nikolas Ferreira. TikTok, 2025. Streaming (5:38). Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7489107608482188549. Acesso em: 10 fev. 2026.

DUGUAY, S. TikTok's Queer Potential: Identity, Methods, Movements. **Social Media + Society**, v. 9, n. 1, jan. 2023. https://doi.org/10.1177/20563051231157594.

DUHAIME, D.; LEONARD, P. **Pixplot**. Versão 0.0.1. [*S.n.*], 2020. Disponível em: https://github.com/pleonard212/pix-plot.

EU ATÉ VOTEI NO BOLSONARO, MAS…. Diretor: Nikolas Ferreira. TikTok, 2022. Streaming. Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7157737854762765574. Acesso em: 10 fev. 2026.

FECHINE, Y. Gêneros televisuais: a dinâmica dos formatos. **Revista Symposium**, v. 5, n. 1, p. 14–26, 2001.

GANDINI, A.; CERON, A.; LODETTI, P. Populists or influencers? The use of Facebook videos by populist leaders. **International Journal of Communication**, v. 16, p. 21, 2022.

GUNNING, T. The Cinema of Attraction[s]: Early Film, Its Spectator and the Avant-Garde. *In*: STRAUVEN, W. **The cinema of attractions reloaded**. Amsterdam University Press, 2006.

HAUTEA, S.; PARKS, P.; TAKAHASHI, B.; ZENG, J. Showing They Care (Or Don't): Affective Publics and Ambivalent Climate Activism on TikTok. **Social Media + Society**, v. 7, n. 2, abr. 2021. https://doi.org/10.1177/20563051211012344.

HIGHFIELD, T.; LEAVER, T. Instagrammatics and digital methods: studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. **Communication Research and Practice**, v. 2, n. 1, p. 47–62, 2 jan. 2016. https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332.

JACOMY, M.; HEYMANN, S.; VENTURINI, T.; BASTIAN, M. ForceAtlas2, a graph layout algorithm for handy network visualization. **Sciences Po, medialab**, 2011.

KAMRADT, J. Celebridades políticas e políticos celebridades: uma análise teórica do fenômeno. **BIB-Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais**, n. 88, p. 1–22, 2019.

KIM, Y. Globalization of the privatized self-image: the reaction video and its attention economy on YouTube1. **Routledge Handbook of New Media in Asia**. Routledge, 2015.

KLEINA, N. C. M. Hora do TikTok: análise exploratória do potencial político da rede no Brasil. **Revista UNINTER de Comunicação**, v. 8, n. 15, p. 18–34, 2020.

KLEINA, N. C. M.; SAMPAIO, R. C. " Não sou eu quem está falando": A retórica de autoridade em vlogs da Direita brasileira no YouTube sobre a vacina contra a COVID-19. **Revista ECO-Pós**, v. 24, n. 2, p. 175–200, 2021.

LEAVER, T.; HIGHFIELD, T.; ABIDIN, C. **Instagram: visual social media cultures**. Cambridge, UK ; Medford, MA, USA: Polity, 2020.

LEÓN, L. P. Oposição pernoita nos plenários do Congresso para impedir trabalhos. **Agência Brasil**, 6 ago. 2025. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2025-08/oposicao-pernoita-nos-plenarios-do-congresso-para-impedir-trabalhos. Acesso em: 9 fev. 2026.

LEWIS, R. **Alternative influence: Broadcasting the reactionary right on YouTube**. New York: Data & Society Research Institute, 2018.

LIMA, M. das D. A. de; PEREIRA, G. S. Nikolas Ferreira e a taxação do Pix no Instagram: uma análise crítica da retórica nas redes sociais. **DISCURSIVIDADES**, v. 17, n. 1, p. e-1712508, 3 jul. 2025.

MACHADO, A. Pode-se falar em gêneros na televisão? **Revista Famecos**, v. 6, n. 10, p. 142–158, 1999.

MANOVICH, L. **Instagram and Contemporary Image**. CUNY, 2017.

MARQUES, H. A caminhada liderada pelo deputado Nikolas Ferreira venceu o Oscar. **VEJA**, Seção Política, 31 jan. 2026. Disponível em: https://veja.abril.com.br/politica/a-caminhada-liderada-pelo-deputado-nikolas-ferreira-venceu-o-oscar/. Acesso em: 19 fev. 2026.

MATOS, F. **Pix: governo Lula recua e revogará norma da Receita sobre movimentação financeira**. 15 jan. 2025. InfoMoney. Disponível em: https://www.infomoney.com.br/politica/pix-governo-lula-recua-e-revogara-norma-da-receita-sobre-movimentacao-financeira/. Acesso em: 29 jan. 2026.

MCINNES, L.; HEALY, J.; MELVILLE, J. UMAP: Uniform Manifold Approximation and Projection for Dimension Reduction. **arXiv**, n. arXiv:1802.03426, 18 set. 2020. DOI: 10.48550/arXiv.1802.03426.

MELO, G. P.; POZOBON, R. de O. O discurso digital dos políticos-influenciadores André Janones e Nikolas Ferreira na plataforma X sobre o atentado a Donald Trump. **Rizoma**, v. 13, n. 2, p. 87–104, 20 dez. 2024. https://doi.org/10.17058/rzm.v13i2.19720.

MESSENBERG, D. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Sociedade e Estado**, v. 32, n. 03, p. 621–648, 2017.

MIGUEL,v. M.; LEAL, T.; CASTELLANO, M. Elas não são coitadinhas: a cultura dos cortes e a participação feminina em podcasts masculinistas. **Intexto**, n. 58, 13 jan. 2026. DOI: 10.19132/1807-8583.58.146799.

MOIR, A. The Use of TikTok for Political Campaigning in Canada: The Case of Jagmeet Singh. **Social Media + Society**, v. 9, n. 1, jan. 2023. https://doi.org/10.1177/20563051231157604.

MORAN, A.; MALBON, J. **Understanding the global TV format**. Bristol, UK ; Portland, OR: Intellect Books, 2006. 187 p.

NESPOLI, F.; MULARGIA, S. Reaction video. Nuove forme estetiche, tra identificazione e consumo delle emozioni. **H-ermes: Journal of Communication**, n. 25, 2023.

PEETERS, S. **Capturing social media data with Zeeschuimer and 4CAT**. 2024.

PEETERS, Stijn; HAGEN, Sal. The 4CAT Capture and Analysis Toolkit: A Modular Tool for Transparent and Traceable Social Media Research. **Computational Communication Research**, [*S. l.*], v. 4, n. 2, p. 571–589, n. 2, 28 set. 2022. https://doi.org/10.5117/CCR2022.2.007.HAGE.

PIX ESTÁ UNINDO O POVO. Diretor: Nikolas Ferreira. TikTok, 2025. Streaming (4:12). Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7459789493005012230. Acesso em: 24 abr. 2025.

REBOUÇAS, D. Transculturalidade midiática: uma proposta conceituai a partir de vídeos de reação. **Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-**, v. 23, n. 46, jun. 2025. DOI: 10.22395/angr.v23n46a15.

ROGERS, R. **Digital methods**. MIT press, 2013.

ROGERS, R. Visual media analysis for Instagram and other online platforms. **Big Data & Society**, v. 8, n. 1, 1 jan. 2021. https://doi.org/10.1177/20539517211022370.

ROSE, G. **Visual methodologies: an introduction to researching with visual materials**. 4th edition. London: SAGE Publications Ltd, 2016. 432 p.

RUDNITZKI, E.; BORTOLON, B. Como viralizou o vídeo de Nikolas Ferreira que alimenta desinformação sobre taxação do Pix. **Aos Fatos**, 16 jan. 2025. Disponível em: https://www.aosfatos.org/noticias/video-nikolas-ferreira-pix/. Acesso em: 15 abr. 2025.

SHAHABAZ, A.; SARKAR, S. Increasing importance of joint analysis of audio and video in computer vision: a survey. **IEEE Access**, v. 12, p. 59399–59430, 2024.

SOMOS... 4 ❤️. Diretor: Nikolas Ferreira. TikTok, 2025. Streaming (1:21). Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7469461199113981189. Acesso em: 10 fev. 2026.

VAMOS LIMPAR ESSE PAÍS? Diretor: Nikolas Ferreira. TikTok, 2024. Streaming (1:05). Disponível em: https://www.tiktok.com/@nikolasferreiradm/video/7322854184624065798. Acesso em: 10 fev. 2026.

VAN DER SAND, J.; DA SILVA, S. R. O sentido de companhia nos vídeos de reação: consumo de mídia e isolamento social. **Dispositiva**, v. 10, n. 17, p. 24–40, 2021.

VASCONCELOS, E. Métodos Digitais Para Análise de Imagens: Uma Revisão Sistemática. **Contracampo**, v. 44, n. 3, 22 dez. 2025. DOI: 10.22409/73z8th51.

VÁZQUEZ-HERRERO, J.; NEGREIRA-REY, M.-C.; KLUG, D. Key Concepts and Research Methods to Analyze TikTok Journalism. **Cultural Science**, v. 15, n. 1, p. 42–62, 19 maio 2025. https://doi.org/10.2478/csj-2023-0005.

VENTURINI, T.; JACOMY, M.; JENSEN, P. What do we see when we look at networks: Visual network analysis, relational ambiguity, and force-directed layouts. **Big Data & Society**, v. 8, n. 1, 1 jan. 2021. https://doi.org/10.1177/20539517211018488.

ZHAO, X.; ABIDIN, C. The "Fox Eye" Challenge Trend: Anti-Racism Work, Platform Affordances, and the Vernacular of Gesticular Activism on TikTok. **Social Media + Society**, v. 9, n. 1, p. 20563051231157590, jan. 2023. https://doi.org/10.1177/20563051231157590.

ZULLI, D.; ZULLI, D. J. Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. **New Media & Society**, v. 24, n. 8, p. 1872–1890, 1 ago. 2022. https://doi.org/10.1177/1461444820983603.