

Estado da publicação: O preprint não foi publicado em outro meio.

QUE DISCURSOS POLÍTICOS PERMEIAM O CONTEÚDO DOS MAIORES INFLUENCIADORES DIGITAIS DE FINANÇAS DO BRASIL EM 2025: UMA ANÁLISE DE DISCURSO DIFUNDIDO POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

Luma Ramos Costa

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.13317>

Submetido em: 2025-09-10

Postado em: 2025-09-17 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

QUE DISCURSOS POLÍTICOS PERMEIAM O CONTEÚDO DOS MAIORES INFLUENCIADORES DIGITAIS DE FINANÇAS DO BRASIL EM 2025: UMA ANÁLISE DE DISCURSO DIFUNDIDO POR INFLUENCIADORES DIGITAIS

AUTORA: Luma Ramos da Costa.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7684-5427>.

<lumaramosdacosta@gmail.com>

Filiação institucional: Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS, Brasil.

RESUMO: Este trabalho analisa os discursos políticos difundidos por influenciadores digitais brasileiros do nicho de finanças pessoais no YouTube, ao longo do primeiro semestre de 2025. O objetivo é compreender de que forma conteúdos apresentados como educativos ou técnicos incorporam elementos ideológicos que dialogam com disputas políticas e sociais contemporâneas. Para tanto, a pesquisa adota a análise de discurso fundamentada na teoria pós-estruturalista de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe, que entende o discurso como prática social constitutiva da realidade e espaço de disputa simbólica. O corpus é composto por vídeos publicados nos canais Me Poupe, O Primo Rico, Gustavo Cerbasi e Nath Finanças, selecionados em função de seu alcance e relevância no cenário digital brasileiro. As análises preliminares indicam que, embora os conteúdos sejam apresentados sob o rótulo de educação financeira, eles mobilizam cadeias de equivalência, antagonismos e significantes vazios que configuram narrativas políticas. Entre os achados, destacam-se a ênfase na disciplina individual como solução para o endividamento, a valorização da liberdade financeira em contraposição ao Estado e a construção de uma identidade coletiva de inclusão econômica. Conclui-se que tais discursos contribuem para a naturalização de ideologias neoliberais e meritocráticas, influenciando percepções sobre cidadania, responsabilidade e mobilidade social.

Palavras-chave: influenciadores digitais, discurso político, youtube, finanças, neoliberalismo.

WHAT POLITICAL DISCOURSES PERMEATE THE CONTENT OF BRAZIL'S TOP DIGITAL FINANCE INFLUENCERS IN 2025: A DISCOURSE ANALYSIS OF DIGITAL INFLUENCERS

ABSTRACT: This paper analyzes the political discourses disseminated by Brazilian digital influencers in the personal finance niche on YouTube during the first half of 2025. The aim is to understand how content presented as educational or technical incorporates ideological elements that interact with contemporary political and social disputes. The study adopts discourse analysis based on the post-structuralist theory of Ernesto Laclau and Chantal Mouffe, which conceives discourse as a constitutive social practice and a space of symbolic struggle. The corpus consists of videos published on the channels Me Poupe, O Primo Rico, Gustavo Cerbasi, and Nath Finanças, selected due to their reach and relevance in the Brazilian digital context. Preliminary findings suggest that, although framed as financial education, these contents mobilize chains of equivalence, antagonisms, and empty signifiers that shape political narratives. Among the results, we highlight the emphasis on

individual discipline as a solution to indebtedness, the valorization of financial freedom in opposition to the State, and the construction of a collective identity of economic inclusion. We conclude that these discourses contribute to the naturalization of neoliberal and meritocratic ideologies, shaping perceptions of citizenship, responsibility, and social mobility.

Keywords: digital influencers, political discourse, youtube, finance, neoliberalism.

INTRODUÇÃO

Quem ou o que influencia as suas decisões? Se antes o espaço reservado a opiniões era cedido somente a pessoas próximas, como familiares e amigos íntimos, com o advento da internet e dos sites de redes sociais (SRSs), decisões que perpassam desde a compra de produtos até a escolha de candidatos a cargos eletivos podem e são corriqueiramente influenciadas por indivíduos que não necessariamente conhecemos pessoalmente. A plataforma de vídeos na internet Youtube, propriedade do Google LLC, atingiu a marca de 144 milhões de usuários no Brasil entre 2024 e 2025, segundo estimativas da empresa proprietária em relatórios a respeito dos resultados obtidos por anúncios veiculados na plataforma (Dourado, 2025).

Dentre os assuntos mais pesquisados na plataforma em 2024 estão informações a respeito das enchentes que atingiram o Rio Grande do Sul, informações esportivas e relacionadas às Olimpíadas de Paris, além do termo "candidatos à eleição" (Dourado, 2025). Tais dados vão ao encontro a uma tendência já observada pelos teóricos que se dedicam a compreender as dinâmicas sociais e políticas da atualidade e constataam a influência das redes sociais digitais nas decisões políticas da população.

Casos famosos, como a já constatada interferência de informações falsas divulgadas em redes sociais no resultado da eleição presidencial dos Estados Unidos da América de 2016, são exemplos concretos deste fenômeno, mas infelizmente não dão conta de observar a complexidade e dimensão destas relações mediadas por computador no comportamento político-social da população.

O fenômeno dos chamados influenciadores digitais, personalidades com amplo alcance que constroem posições de autoridades nos nichos os quais estão inseridos, e que passaram a ocupar espaços antes reservados a família, amigos e colegas, mudou drasticamente a dinâmica social ao passar a apresentar ao público referências e perspectivas que em outra época não seriam consideradas por esses indivíduos.

O canal intitulado "Me Poupe", fundado pela jornalista Nathalia Arcuri com o intuito de fornecer educação financeira de forma gratuita e acessível, é o maior do nicho de finanças do Brasil, e possui mais de 7 milhões de inscritos. O segundo canal da mesma categoria, "O Primo Rico", fundado por Thiago Nigro, conta com mais de 1 milhão de inscritos. Somente estes canais publicaram 54 e 76 vídeos, respectivamente, nos seis primeiros meses de 2025, cerca de 40 horas de conteúdo.

Dentre os temas debatidos, somente em janeiro de 2025, por esses e outros produtores de conteúdo do nicho de finanças pessoais estão as novas normas de monitoramento de transferências via Pix - posteriormente abortadas pelo governo -, o início do novo governo Trump nos Estados Unidos da América e suas implicações na economia internacional, além de orientações a respeito dos planos de aposentadoria e previdência pública e privada.

A partir disso, considerando a inegável mudança nos meios de comunicação de massa e sua relação direta com o consumo de informações e tomada de decisões políticas, defendemos a importância de analisar criteriosamente os discursos difundidos por influenciadores digitais do nicho de finanças pessoais com amplo alcance.

Ao longo deste trabalho nos voltaremos aos conteúdos produzidos pelos três maiores canais - em número de inscritos - do referido nicho na plataforma Youtube: Me Poupe, O Primo Rico, Gustavo Cerbasi, além do canal Nath Finanças, o sétimo em número de inscritos no Brasil, mas o segundo colocado quando consideramos canais comandados por mulheres ainda em atividade.

Por meio de uma análise de discurso a partir da teoria do discurso proposta por Ernesto Laclau e Chantal Mouffe, pretendemos compreender com mais profundidade os discursos difundidos nos canais citados, visando compreender suas relações com ideologias e/ou hegemonias políticas.

1. PROBLEMA DE PESQUISA

Os chamados influenciadores digitais, cada vez mais presentes no cotidiano, são definidos por pesquisadores, como Raquel Recuero, como "usuários que constroem uma audiência expressiva e engajada nas redes sociais, tornando-se referências em determinados nichos" (RECUERO, 2014, p. 78). Dentre outras categorias, uma das utilizadas pela autora para classificar estes influenciadores é a dos "formadores de opinião", usuários que moldam percepções e comportamentos a partir do conteúdo produzido e publicado em SRSs.

A influência digital também pode ser compreendida dentro da lógica do capital social, ou seja, dos recursos acumulados pelos indivíduos por meio de suas conexões sociais (BOURDIEU, 1983; COLEMAN, 1988; PUTNAM, 2000). Entretanto, este conceito também sofre alterações significativas quando as interações passam a ser mediadas por computador.

Recuero argumenta que os sites de redes sociais modificam a maneira como os indivíduos constroem e mantêm conexões, e afirma que um dos principais impactos dos SRSs é a criação de laços que não demandam interação contínua, mas que podem desempenhar um papel crucial na circulação de informação e na ampliação de seu alcance (RECUERO, 2012).

Nos últimos anos, o Youtube consolidou-se como uma das principais plataformas de comunicação e consumo de informação no Brasil, abrangendo desde entretenimento até conteúdos educativos. Entre os diversos nichos em ascensão, destacam-se os canais voltados à educação financeira, que alcançam milhões de visualizações e influenciam práticas e percepções sobre economia no cotidiano da população.

Em 2025, o Youtube é a segunda plataforma de rede social mais utilizada pela população brasileira, perdendo somente para o aplicativo de troca de mensagens Whatsapp, segundo dados do Special Report Digital 2025, da We Are Social (DOURADO, 2025).

As redes sociais da internet se tornaram espaços essenciais de discussão e construção de discursos sobre diversos aspectos da vida cotidiana, incluindo finanças pessoais. No contexto brasileiro, onde as questões econômicas e políticas estão diretamente ligadas às desigualdades sociais, os influenciadores digitais desempenham um papel importante ao moldar as percepções sobre o que significa ser financeiramente bem-sucedido.

Canais como Me Poupe, O Primo Rico, Gustavo Cerbasi e Nath Finanças figuram entre os mais populares nesse segmento, e possuem juntos mais de 10,5 milhões de inscritos na plataforma interessados em finanças pessoais e conteúdos relacionados. Esses conteúdos de educação financeira, entretanto, ao articularem narrativas sobre economia, trabalho, cidadania e responsabilidade individual, podem reforçar ou questionar ideologias políticas, influenciando a formação de opiniões e valores na sociedade.

Dado o papel crescente dos influenciadores digitais na formação de opiniões e no comportamento das massas, é essencial entender como suas mensagens impactam o comportamento econômico e político dos cidadãos, tendo em vista que essas narrativas podem servir não apenas como um guia para a gestão financeira, mas também como uma ferramenta de naturalização de

determinados discursos políticos, como a liberdade econômica ou a meritocracia, por exemplo, que acabam por ocultar desigualdades e promover uma visão neoliberal da sociedade.

O entendimento desses efeitos é crucial para compreender como as ideologias políticas relacionadas à liberdade econômica, por exemplo, são moldadas e propagadas entre os seguidores, e os efeitos dessas narrativas no processo de construção de identidade financeira e política, assim contribuindo para o debate sobre a influência política e social das redes sociais no Brasil.

Diante disso, torna-se pertinente investigar: como os discursos com teor político se manifestam nos vídeos publicados nos seis primeiros meses de 2025 pelos canais Me Poupe, O Primo Rico, Gustavo Cerbasi e Nath Finanças no Youtube, à luz da teoria do discurso de Laclau e Mouffe?

A hipótese central deste trabalho é que conteúdos produzidos por influenciadores digitais do nicho financeiro, mesmo quando definidos por seus emissores como material de educação financeira neutra e imparcial, contribuem para a propagação do discurso neoliberal e sua consolidação como discurso hegemônico entre a população brasileira (FOUCAULT, 2008). Principalmente, se considerarmos a teoria do discurso proposta por Laclau e Mouffe, que entendem todo discurso como representação de demandas individuais nas disputas simbólicas em busca da hegemonia (MENDONÇA E RODRIGUES, 2014).

2. METODOLOGIA

Esta pesquisa se orienta metodologicamente pela análise de discurso fundamentada na teoria pós-estruturalista de Ernesto Laclau e Chantal Mouffe (1985), a qual compreende o discurso como uma prática social e política constitutiva da realidade. Segundo essa perspectiva, o discurso é um campo de disputa simbólica no qual diferentes forças competem para fixar sentidos e estabelecer hegemonias. Assim, a análise busca revelar como determinadas significações se tornam dominantes, quais demandas sociais são articuladas, e quais identidades políticas são produzidas, silenciadas ou marginalizadas em contextos discursivos específicos.

O objeto de análise será composto pelas postagens realizadas no YouTube, no formato de vídeos publicados no feed principal dos canais “Me Poupe!”, “O Primo Rico”, “Gustavo Cerbasi” e “Nath Finanças”, ao longo dos seis primeiros meses do ano de 2025. Esses canais foram selecionados com base no critério objetivo de número de inscritos, conforme verificado em levantamento realizado em junho de 2025, sendo os dois canais mais populares do nicho de finanças pessoais no Brasil naquele momento comandados por um homem e os dois com maior alcance comandados por mulheres.

A coleta dos dados compreende as seguintes etapas:

1. Catalogação sistemática das postagens realizadas no período delimitado, com registro da data, título, duração e principais temas abordados em cada vídeo;
2. Armazenamento dos vídeos, mediante *download* e organização (após *upload*) em uma página restrita da plataforma de armazenamento em nuvem *Google Drive*, para garantir acesso contínuo e preservação do material;
3. Transcrição integral do conteúdo verbal dos vídeos selecionados, incluindo trechos falados pelo(s) influenciador(es) e elementos textuais que apareçam na tela;
4. Pré-análise dos dados, com identificação preliminar de tópicos recorrentes, categorias discursivas e possíveis significantes políticos relevantes, além de características estéticas gerais, como vestimentas, cenários e iluminação, dentre outros fatores.

A partir desta transcrição, os dados serão analisados com base nos conceitos centrais da teoria do discurso de Laclau e Mouffe (1985) - como significantes vazios, cadeias de equivalência, formações hegemônicas e antagonismos discursivos. O objetivo da análise será compreender como os discursos financeiros presentes nesses conteúdos articulam elementos de natureza política, as

ideologias reproduzidas e que efeitos simbólicos e normativos são produzidos por esses discursos sobre seus espectadores.

Trata-se de uma abordagem qualitativa, interpretativa e teórico-analítica, que não busca generalizações estatísticas, mas o aprofundamento crítico da estrutura discursiva de conteúdos que, embora apresentados como neutros ou técnicos, defendemos que carregam implicações políticas significativas. A expectativa é que a análise permita mapear os sentidos políticos mobilizados por esses discursos, seus efeitos de poder e os modos como contribuem para a produção de subjetividades alinhadas a determinados projetos ideológicos.

3. A TEORIA DO DISCURSO DE LACLAU E MOUFFE

A teoria do discurso, proposta por Laclau e Mouffe, em sua obra “Hegemonia e Estratégia Socialista”, publicada originalmente em 1985, apresenta uma visão pós-estruturalista da política e sociedade ao considerar que toda ação pode ser entendida como um discurso constitutivo de realidade, e que todo discurso depende de seu significante (LACLAU E MOUFFE, 1985). Isto é, todo discurso é capaz de contribuir para a criação de uma realidade alternativa à que já está posta, e o que dá significado a todo e qualquer discurso são os outros aos quais se opõe ou estabelece paridade.

Deste modo, segundo os autores, um discurso é definido pelo que é, mas também pelo que não é, ou seja, por seus antagonistas, e aqui utilizamos o conceito de antagonista proposto pelos mesmos autores para denominar discursos contrários e/ou distintos inevitáveis em uma sociedade plural. Segundo Laclau e Mouffe (1985), o antagonismo corresponde à construção de um “outro” que funciona como obstáculo à plena realização de uma identidade, marcando os limites de qualquer ordem social.

Assim, se todo discurso é capaz de contribuir com a criação de uma nova realidade, a existência de discursos contrários, que lutam por uma realidade distinta é inevitável e constantemente expansível. Estes discursos chamados de antagônicos pelos autores, como já dito, não só batalham simbolicamente pela consolidação de uma realidade específica, como também contribuem para delimitação de outros discursos a partir da antagonização.

Ao estabelecer uma posição contrária, o antagonista estabelece o outro. Isto é, a partir da definição de quem somos nós, entendemos quem são eles - todos os outros, tantos quais sejam. Pois, segundo Laclau e Mouffe, a inevitável existência de infinitos discursos possíveis em sociedades plurais causa disputas simbólicas constantes em defesa de suas próprias demandas (LACLAU E MOUFFE, 1985).

Se me posiciono a favor de vermelho, estou passível de contrapor não só os que lutam pelo azul, como também os que estão dispostos a batalhar por verde, roxo e laranja e suas infinitas variações de tonalidade.

Essa batalha incessante entre discursos antagônicos, é descrita pelos autores como a busca pela hegemonia. “A construção da hegemonia envolve a tentativa de estabelecer um significado dominante que organize o campo discursivo” (LACLAU E MOUFFE, 1985, p. 143). E aqui cabe recapitular o entendimento de discurso como constitutivo de realidade. Deste modo, a constante batalha simbólica não busca somente o reconhecimento de um significado alternativo, mas consolidação de um mundo a partir deste.

A hegemonia, portanto, é a consagração de um discurso como dominante - a consolidação de uma realidade alternativa como concreta - a pretérito de outros. Com base nisso, e tendo em vista que, como já dito, discursos antagônicos são inevitáveis em sociedades plurais, por conseguinte a busca pela hegemonia também é constante, e seu alcance só pode ser tão e somente passageiro (LACLAU E MOUFFE, 1985).

Isto é, se forças opostas são inevitáveis, bem como sua busca por se estabelecer como pensamento (ou comportamento, modelo econômico, etc.) dominante, mesmo que se atinja este objetivo, sempre existirão outros discursos - antagonônicos - que lutarão pela hegemonia e eventualmente a conquistarão, o que torna o social essencialmente mutável. Assim, a identidade política, segundo Laclau e Mouffe, se dá sempre por meio relacional, em oposição a algo, como vimos no conceito de antagonismo, ou por equivalência.

Na teoria do discurso proposta pelos autores, a equivalência não define uma condição de proporcionalidade, mas sim a associação de discursos - ou seja, pautas - que, mesmo possuindo demandas internas distintas, se aliam para combater um antagonista comum (LACLAU E MOUFFE, 1985).

Voltando a analogia das cores, uma cadeia de equivalência poderia se dar, por exemplo, se, em oposição ao vermelho, houvesse a associação das cores azul, verde e roxo. Neste cenário, o motivo de sua união não seriam suas semelhanças, mas sim a oposição ao vermelho. Deste modo, logo que a batalha discursiva contra o vermelho fosse vencida, uma nova batalha seria iniciada para determinar a cor dominante dentre as três cores antes momentaneamente associadas e os infinitos sub-tons possíveis.

Seguindo com a teoria proposta pelos autores, a equivalência pode ser estabelecida pelo que foi chamado pelos estudiosos de “significantes vazios”: termos ou símbolos amplos que podem ser significados de maneiras distintas a depender do contexto em que são utilizados. Um exemplo utilizado pelos autores são as palavras “povo” e “justiça”, que podem assumir significados variados a depender do contexto em que são empregadas e da disputa discursiva que estiver em andamento (LACLAU E MOUFFE, 1985).

Digamos que em nossa disputa simbólica hipotética a cor azul passe a basear sua campanha na ideia de que uma cor fria deve assumir a hegemonia. Embora o espectro de tonalidades dentre as cores frias seja infinito, essa generalização poderia motivar a associação temporária das cores azul, verde e roxo (equivalência) para contrapor o vermelho na disputa simbólica em curso, com base no fato de vermelho ser uma cor quente.

Um exemplo mais concreto da utilização de significantes vazios em nossa realidade social seria o lema “Deus, pátria e família”, utilizado recorrentemente durante a campanha à Presidência e posteriormente ao longo do governo do ex-presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, e buscava estabelecer sua campanha à presidência da república - e posteriormente seu governo - como hegemônicos.

Embora existam infindáveis possibilidades de formações familiares, a grande maioria da população tem algum tipo de família, o que gera o efeito de equivalência, possibilitando que o significante vazio construa discursivamente a ideia de que estar contra Jair Bolsonaro, é estar contra a família. Pois, segundo Laclau e Mouffe, “toda objetividade social é construída discursivamente” (LACLAU E MOUFFE, 1985, p. 105).

Esse entendimento das relações sociais como fluidas e mutáveis vai de encontro com outras teorias pós-estruturalistas, como as propostas por Jacques Derrida, um dos principais autores da escola de pensamento que serviu de base para o desenvolvimento das ideias de Laclau e Mouffe.

Derrida defende uma análise desconstrutiva do social, isto é, uma observação que busque compreender como se constroem fenômenos a partir de suas relações e considerando suas transformações e contextos. A principal crítica do autor são aos métodos que buscam analisar o social a partir de centros fixos e imutáveis, visando chegar a um fim determinado. “Os estruturalistas tinham a pretensão de encontrar regras que governassem invariavelmente estruturas” (MENDONÇA E RODRIGUES, 2014, p. 40). Assim, se levamos em conta as ideias defendidas por Derrida, “a desconstrução não é uma mera destruição, mas uma análise crítica que desestabiliza as hierarquias tradicionais da filosofia” (DERRIDA, 1972, p. 25).

Derrida argumenta que o discurso hegemônico é inerentemente instável e aberto a múltiplas interpretações. Assim como vimos nos conceitos propostos por Laclau e Mouffe, isso implica que qualquer estrutura de conhecimento ou identidade social seja um fenômeno discursivo temporário, passível de ser ressignificado. Consequentemente, “todo esforço empírico de totalização é finito diante das infinitas possibilidades que este jamais será capaz de dominar” (MENDONÇA E RODRIGUES, 2014, p.42). Assim, para Derrida, significados não são dados de forma absoluta, mas construídos em relações de diferença e oposição dentro dos discursos.

4. CONCLUSÕES PARCIAIS

A presente pesquisa está em fase inicial de desenvolvimento, e encontra-se na etapa que segundo capítulo deste texto foi descrita como “pré-análise dos dados”. A seguir apresentaremos resultados parciais da análise dos conteúdos publicados em janeiro de 2025, nos canais “Gustavo Cerbasi”, “O Primo Rico” e “Nath Finanças”.

Nos vídeos publicados por Gustavo Cerbasi, observa-se a tentativa de consolidar uma hegemonia em torno da noção de “inteligência financeira”, apresentada como a chave universal para a superação do endividamento. Em conteúdos como “Comece mudando os seus hábitos”, publicado em 17 de janeiro de 2025, problemas distintos — desde o consumo ostentatório até a adesão a sites de apostas — são articulados como equivalentes à ausência de planejamento individual. Essa articulação configura uma cadeia de equivalências que conecta comportamentos diferentes para colocá-los em oposição a um antagonista comum - neste caso, a autogestão financeira (CERBASI, 2025a; CERBASI, 2025b).

O antagonismo também se materializa na oposição entre a “sociedade endividada”, e o ideal de liberdade financeira, simbolizado pela adoção de hábitos racionais e planejados, como os descritos no vídeo intitulado “Você não tem dívidas? Ótimo. Mas não é o suficiente”, publicado em 21 de janeiro de 2025. A ostentação de bens de luxo, a busca por “*status*” e a adesão a promessas de ganho fácil, citados por Cerbasi em mais de uma ocasião, são identificadas como armadilhas que delimitam o “outro” discursivo — o sujeito que ameaça a identidade positiva proposta (CERBASI, 2025a; CERBASI, 2025b).

Nesse sentido, o significante vazio “inteligência financeira” cumpre papel central. Assim como a palavra “família”, utilizada como exemplo anteriormente, “inteligência” pode ter uma ampla variedade de significados dependendo do contexto. É um termo guarda-chuva que agrega diferentes expectativas individuais e estabiliza, mesmo que temporariamente, a proposta de Gustavo Cerbasi como caminho ideal para o sucesso - outro exemplo de significante vazio. O discurso do influenciador se apresenta como uma tentativa de consolidar a disciplina individual em discurso socialmente hegemônico, mas intrinsecamente transfere para o indivíduo a responsabilidade pela solução de problemas que também têm raízes estruturais.

No canal O Primo Rico, de Thiago Nigro, a narrativa se organiza em torno do horizonte da “liberdade financeira”, apresentada como uma meta acessível a qualquer pessoa disposta a se educar e investir.

Em vídeos como “Como investir com pouco dinheiro em 2025” e “Lula vai taxar os fundos imobiliários?”, publicados respectivamente em 9 e 7 de janeiro de 2025, identifica-se a construção de cadeias de equivalência que conectam práticas diversas — desde a criação de reserva de emergência até investimentos em previdências privadas — como estratégias igualmente válidas no caminho para a prosperidade (NIGRO, 2025a; NIGRO 2025b).

O discurso estabelece antagonismos notórios: de um lado, o indivíduo proativo, que estuda e se esforça em prol de seus objetivos, antagonizados pelo indivíduo desinformado, que busca soluções imediatas ou se desiste diante de dificuldades econômicas. Além disso, o Estado é

apresentado como antagonista à autonomia individual, ao ser colocado em cadeias de equivalência a cargas tributárias excessivas e monitoramento, no vídeo em que o influenciador crítica as supostas a medidas governamentais de monitoramento de transferências via Pix (NIGRO, 2025a; NIGRO 2025b).

Os significantes vazios mobilizados — “riqueza”, “sucesso”, “liberdade” — cumprem função agregadora, permitindo que públicos heterogêneos se identifiquem com o discurso. Para alguns, liberdade financeira pode significar viajar ou ter tempo livre; para outros, acumular patrimônio ou empreender. A amplitude de significados possíveis para esses termos reforça sua potência que associam seguidores em busca da consolidação de um discurso hegemônico - a meritocracia e o empreendedorismo como solução para dilemas socioeconômicos.

No caso da Nath Finanças, a construção discursiva se diferencia pela ênfase na inclusão e na representatividade. A expansão da plataforma Nath Play em janeiro de 2025, com a entrada de colaboradores de perfis diversos — como Presley Vasconcellos, Átila Lima e Monique Diniz — evidencia a estratégia de articular múltiplas demandas sob o mesmo projeto hegemônico.

Problemas distintos, como a dificuldade de empreendedores periféricos, o endividamento ou a organização financeira para práticas religiosas, são reunidos em cadeias de equivalência que reforçam a ideia de que todos enfrentam, em graus variados, a mesma falta de acesso à educação financeira de qualidade.

O antagonismo aparece tanto na figura do “cidadão desorganizado e desinformado”, quanto na crítica à má comunicação governamental e às burocracias estatais, antagonizados aqui pelo conteúdo do canal, que é apresentado a partir de diversos elementos discursivos como um refúgio no qual o espectador ser informado de forma descomplicada e acessível. O discurso que busca hegemonia apresenta Nath como mediadora confiável, capaz de traduzir informações confusas em orientações práticas (OLIVEIRA, 2025a).

Significantes vazios como “organização financeira” e “finanças reais para pessoas reais” operam como pontos de identificação amplos, capazes de abarcar desde o desejo de sair das dívidas até a aspiração de investir em um negócio próprio. Essa fluidez permite que públicos heterogêneos se sintam representados, agregando autoridade não só à influenciadora, como também ao discurso que a apresenta como uma fonte de informações inclusiva e acessível (OLIVEIRA, 2025b).

A hegemonia buscada por Nath Finanças, portanto, não se limita à técnica financeira, mas envolve a disputa pela construção de uma identidade coletiva de empoderamento econômico, especialmente de grupos historicamente marginalizados no que diz respeito a educação financeira em seus mais variados níveis.

As análises iniciais demonstram que, embora os três canais apresentem diferenças de ênfase, todos mobilizam estratégias discursivas compatíveis com a teoria de Laclau e Mouffe (1985). Cerbasi constrói sua hegemonia na disciplina individual; Nigro, na liberdade financeira contra um Estado controlador; Nath Finanças, na inclusão de diferentes demandas sob a bandeira da acessibilidade. Em comum, nota-se a produção de fronteiras antagônicas, a articulação de cadeias de equivalência e a mobilização de significantes vazios que buscam fixar sentidos hegemônicos no campo da educação financeira.

Esses achados parciais reforçam a hipótese de que os discursos desses influenciadores, ainda que apresentados como neutros e técnicos, possuem forte caráter político. Eles contribuem para a naturalização de ideologias — em especial a meritocrática e neoliberal —, moldando percepções sociais sobre responsabilidade individual, papel do Estado e possibilidades de mobilidade econômica. Considerando o alcance massivo dessas narrativas no Youtube, torna-se fundamental compreender seus efeitos simbólicos e políticos para o debate sobre democracia, cidadania e desigualdades no Brasil contemporâneo.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: RICHARDSON, J. (Ed.). Handbook of theory and research for the sociology of education. New York: Greenwood, 1983. p. 241-258.

CERBASI, Gustavo. Você não tem dívidas? Ótimo. Mas não é o suficiente. [recurso eletrônico]. 2025a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nhXUQ4p9mgU>. Acesso em: 9 set. 2025.

CERBASI, Gustavo. Comece mudando os seus hábitos. [recurso eletrônico]. 2025b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RrOXyCDM1cQ>. Acesso em: 9 set. 2025.

COLEMAN, James. Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, Chicago, v. 94, p. S95-S120, 1988.

DERRIDA, Jacques. La dissémination. Paris: Seuil, 1972.

DOURADO, Bruna. Ranking: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2025, com insights, ferramentas e materiais. RD Station, Porto Alegre, 11 fev. 2025. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 13 ago. 2025.

FOUCAULT, Michel. Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979). Tradução: Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

LACLAU, Ernesto; MOUFFE, Chantal. Hegemonía y estrategia socialista. Madrid: Siglo XXI, 1985.

MENDONÇA, Daniel; RODRIGUES, Léo Peixoto (orgs.). Pós-estruturalismo e teoria do discurso: em torno de Ernesto Laclau. Porto Alegre: Sulina, 2014.

NIGRO, Thiago. O Primo Rico. Como investir com pouco dinheiro em 2025. [recurso eletrônico]. 2025a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qBgK1tRAPzA>. Acesso em: 9 set. 2025.

NIGRO, Thiago. O Primo Rico. O PIX vai ser monitorado? O perigo do Drex e do Pix pro Brasil. [recurso eletrônico]. 2025b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1puN0MFzVaE>. Acesso em: 9 set. 2025.

OLIVEIRA, Nathalia. Nath Finanças. Vou pagar mais imposto para a Receita Federal? [recurso eletrônico]. 2025a. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=cx_q7Qb9KIE. Acesso em: 9 set. 2025.

OLIVEIRA, Nathalia. Nath Finanças. Larissa Rafael agora é Creator Nath Play. [recurso eletrônico]. 2025b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KyUWerfYFNI>. Acesso em: 9 set. 2025.

PUTNAM, Robert. Bowling alone: the collapse and revival of American community. New York: Simon & Schuster, 2000.

RECUERO, Raquel. O capital social em rede: como as redes sociais na internet estão gerando novas formas de capital social. *Contemporanea – Comunicação e Cultura*, Salvador, v. 10, n. 3, p. 597-617, 2012.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS DA PESQUISA:

Todo o conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

FINANCIAMENTO:

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil (CNPq) *(opcionalmente coloque também o código de financiamento da sua bolsa ou auxílio)*.

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE:

A autora declara que não há conflito de interesses a mencionar.

MINIBIOGRAFIAS DOS/DAS AUTORAS DO PAPER:

Luma Ramos da Costa é bacharela em Jornalismo, pela Universidade Federal de Pelotas, e atualmente cursa mestrado no Programa de Pós-graduação em Ciência Política da mesma instituição. Sua pesquisa busca compreender fenômenos sociais a partir de uma perspectiva multidisciplinar.

Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.