

**GRAMÁTICA DISCURSIVO-PERFORMATIVA DA NOVA DIREITA
CONSERVADORA NO INSTAGRAM**

**DISCURSIVE-PERFORMATIVE GRAMMAR OF THE NEW CONSERVATIVE
RIGHT ON INSTAGRAM**

**GRAMÁTICA DISCURSIVO-PERFORMATIVA DE LA NUEVA DERECHA
CONSERVADORA EN INSTAGRAM**



10.56238/revgeov17n5-061

Vanessa Marques Castro

Mestre em Indústrias Culturais e Comunicação
Instituição: Universitat Politècnica de València
E-mail: marquescastrov@gmail.com
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8385778151355495>
ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4470-8883>

Érica Anita Baptista

Doutora em Ciência Política
Instituição: Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa (IDP)
E-mail: anitaerica@gmail.com
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8278888495763885>
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3154-3820>

RESUMO

Este artigo investiga os padrões discursivos na comunicação digital de Donald Trump (EUA), Jair Bolsonaro (Brasil) e Javier Milei (Argentina) no Instagram, com base nas publicações realizadas nos primeiros 100 dias de governo de cada líder. O estudo examina a articulação entre enquadramentos neopopulistas e valores conservadores na constituição de uma gramática comum da nova direita conservadora. Metodologicamente, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa, a partir da análise de conteúdo das publicações, guiada por um livro de códigos estruturado em duas dimensões analíticas: populismo e conservadorismo. Os resultados apontam convergências na construção de antagonismos moralizados, na personalização da liderança, na mobilização de afetos como recurso de legitimação política e a centralidade de conteúdos polarizadores.

Palavras-chave: Comunicação Digital. Populismo. Direita. Mídias Sociais. Conservadorismo.

ABSTRACT

This article investigates the discursive patterns in the digital communication of Donald Trump (USA), Jair Bolsonaro (Brazil), and Javier Milei (Argentina) on Instagram, based on publications made during the first 100 days of each leader's government. The study examines the articulation between neopopulist framing and conservative values in the constitution of a common grammar of the new conservative right. Methodologically, the research adopts a qualitative approach based on content analysis of publications, guided by a codebook structured around two analytical dimensions: populism



and conservatism. The results point to convergences in the construction of moralized antagonisms, in the personalization of leadership, in the mobilization of affects as a resource for political legitimation, and the centrality of polarizing content.

Keywords: Digital Communication. Populism. Right Wing. Social Media. Conservatism.

RESUMEN

Este artículo investiga los patrones discursivos en la comunicación digital de Donald Trump (EE. UU.), Jair Bolsonaro (Brasil) y Javier Milei (Argentina) en Instagram, a partir de publicaciones realizadas durante los primeros 100 días de gobierno de cada líder. El estudio examina la articulación entre el discurso neopopulista y los valores conservadores en la constitución de una gramática común de la nueva derecha conservadora. Metodológicamente, la investigación adopta un enfoque cualitativo, basado en el análisis de contenido de las publicaciones, guiado por un libro de códigos estructurado en dos dimensiones analíticas: populismo y conservadurismo. Los resultados señalan convergencias en la construcción de antagonismos moralizados, en la personalización del liderazgo, en la movilización de afectos como recurso para la legitimación política y en la centralidad del contenido polarizador.

Palabras clave: Comunicación Digital. Populismo. Derecha. Redes Sociales. Conservadurismo.



1 INTRODUÇÃO¹

Nas últimas décadas, o cenário político nos Estados Unidos, no Brasil e na Argentina foi marcado pela ascensão de lideranças associadas à nova direita conservadora, em paralelo à consolidação das plataformas digitais como instâncias centrais da comunicação política. Nesse contexto, ampliou-se a circulação de narrativas que articulam repertórios neopopulistas e valores conservadores, mobilizados na construção de identidades políticas, na produção de antagonismos e na disputa por visibilidade.

A ascensão desses atores políticos evidencia a instrumentalização de estratégias comunicacionais fundamentadas no uso de *big data*, compreendido, neste trabalho, como o processamento de grandes volumes de dados por meio de sua coleta, armazenamento e análise automatizada, em articulação com a segmentação algorítmica de públicos. Esses recursos são mobilizados para ampliar a visibilidade em ambientes de saturação informacional, consolidar projetos políticos e intensificar sua circulação na esfera pública contemporânea, no interior de uma configuração sociotécnica.

Nesse ambiente, a mobilização de afetos, a simplificação discursiva e a construção de inimigos simbólicos adquirem centralidade, favorecidas por arquiteturas algorítmicas que privilegiam conteúdos capazes de gerar reação e circulação. A comunicação política passa a operar em torno de performances públicas contínuas, nas quais a visibilidade do líder e a intensificação do conflito simbólico tornam-se elementos recorrentes.

Embora a literatura recente tenha avançado na análise do neopopulismo e da comunicação política digital, permanecem limitados os estudos comparativos que examinam, de forma sistemática, a articulação entre enquadramentos neopopulistas e valores conservadores em ambientes de plataforma. Este artigo analisa a comunicação digital de Donald Trump, Jair Bolsonaro e Javier Milei no Instagram, com base nas postagens de maior engajamento publicadas nos primeiros 100 dias de seus respectivos governos, em 2017, 2019 e 2024. O objetivo é identificar padrões recorrentes na construção da autoridade política, considerando a mobilização de afetos, a produção de antagonismos e a centralidade performativa da liderança. Para isso, adota-se abordagem qualitativa, com análise de conteúdo das publicações das contas oficiais dos três líderes, categorizadas a partir de guia de códigos estruturado em duas dimensões analíticas, enquadramentos neopopulistas e valores conservadores.

A pesquisa parte da hipótese de que a comunicação digital da nova direita conservadora apresenta uma gramática discursivo-performativa estruturada pela lógica de visibilidade das plataformas, na qual repertórios populistas e valores conservadores são articulados de modo recorrente para produzir engajamento, polarização e mobilização afetiva em distintos contextos nacionais.

¹ Parte dos resultados apresentados neste trabalho deriva da dissertação de mestrado de Vanessa Marques Castro, defendida no Programa de Mestrado em Comunicação do Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa, IDP.

Derivam-se dessa formulação duas hipóteses analíticas, a recorrência de antagonismos morais e apelos emocionais nos três casos, ainda que com variações contextuais, e a maior incidência de apelos afetivos nos casos de Bolsonaro e Milei em comparação com Trump.

A comparação entre Donald Trump, Jair Bolsonaro e Javier Milei justifica-se não apenas pela sequência cronológica de seus primeiros mandatos presidenciais, mas também pela circulação transnacional de repertórios digitais, enquadramentos discursivos e estratégias performativas compartilhados por esse campo político. Em perspectiva comparada, o estudo busca examinar continuidades e reconfigurações na articulação entre neopopulismo, valores conservadores e lógica de plataforma, considerando que essas lideranças operam em contextos nacionais distintos, mas mobilizam padrões comunicacionais que apresentam convergências relevantes.

2 POPULISMO, NEOPOPULISMO, PERSONALIZAÇÃO DA LIDERANÇA E ANTAGONISMO NO AMBIENTE DIGITAL

O populismo permanece como conceito amplamente debatido nas Ciências Sociais, sem definição consensual e sujeito a distintas abordagens teóricas. Sua análise pode ser desenvolvida como fenômeno social, forma de governo ou ideologia específica. Na formulação de Mudde e Kaltwasser (2019), o populismo corresponde a uma ideologia de centro fino, de baixa densidade programática, que concebe a sociedade como dividida entre dois campos homogêneos e antagonísticos, o povo puro e a elite corrupta, sustentando que a política deve expressar a vontade geral do povo. Essa definição ajuda a compreender sua maleabilidade, já que o populismo, diferentemente de ideologias mais densas, costuma articular-se a outras matrizes ideológicas que lhe conferem conteúdo programático mais robusto.

No debate latino-americano, De la Torre (2017) destaca que o populismo encontra terreno fértil em contextos de fragilidade partidária, baixa institucionalização e déficits de representação. Essa perspectiva permite situar os casos da região em uma tradição analítica consolidada, mas também revela seus limites quando confrontada com o caso norte-americano. A emergência de uma liderança com traços populistas nos Estados Unidos, apesar de instituições consolidadas, sugere que o fenômeno não pode ser explicado apenas por condições estruturais, exigindo atenção às suas dimensões comunicacionais, performativas e midiáticas.

Em Ernesto Laclau (2013), o populismo é compreendido como forma de construção do político, ancorada na articulação discursiva de antagonismos. Nessa perspectiva, não se trata de ideologia fechada, mas de lógica que organiza identidades políticas por meio da constituição de fronteiras entre povo e elite. O populismo se estrutura em torno de significantes vazios capazes de condensar demandas heterogêneas em uma identidade coletiva, frequentemente articulada pela figura do líder. Essa formulação foi decisiva para deslocar o populismo da condição de desvio patológico para a de lógica



articulatória. Ainda assim, sua ênfase na dimensão simbólica da linguagem política suscita objeções, sobretudo quanto à abstração do conceito e à menor atenção às condições sociais de emergência do fenômeno, às estratégias comunicacionais e aos seus efeitos institucionais.

No presente estudo, o termo neopopulismo designa formas contemporâneas de populismo que operam em contextos de intensa mediatização e plataformização da comunicação política, caracterizadas pela intensificação da personalização da liderança, pela mobilização afetiva e pela centralidade do antagonismo moral. Em ambientes marcados por desintermediação comunicacional, personalização algorítmica e amplificação afetiva, instituições passam a disputar espaço com formas diretas de comunicação nas plataformas digitais, reforçando a construção de autoridade política baseada na visibilidade contínua e na mobilização emocional. Nos casos analisados, essa articulação assume configurações distintas, em Trump, combinando nacionalismo soberanista e conservadorismo moral tradicional, em Bolsonaro, convergindo conservadorismo religioso, retórica da ordem e agenda econômica liberal, e em Milei, associando antiestatismo, liberalismo econômico radical e retórica antissistema.

A adoção do termo neopopulismo, neste artigo, não tem função meramente descritiva ou cronológica. Seu uso busca dar conta de uma inflexão comunicacional do populismo em ambientes digitais, nos quais a centralidade da liderança, a desintermediação, a mobilização afetiva e a lógica de visibilidade das plataformas reconfiguram as formas de construção da autoridade política. Nessa perspectiva, a atualização do populismo não se explica apenas por mudanças ideológicas, mas pela transformação das infraestruturas de circulação do discurso e dos modos de interpelação do público.

A personalização da liderança constitui um dos eixos centrais desse processo. O debate sobre personalismo político permite compreender a concentração de legitimidade, autoridade e orientação estratégica na figura do líder. Em diálogo com a formulação weberiana da dominação carismática, a literatura contemporânea mostra que o personalismo se intensifica em contextos de crise de representação e descrédito das mediações institucionais. Nesses cenários, a figura individual passa a concentrar expectativas de renovação, salvação e autoridade moral, deslocando o eixo da representação para a presença pública do líder. Personalismo e populismo não são equivalentes, mas se articulam de maneira decisiva quando a figura do líder passa a corporificar simbolicamente o povo, reforçando vínculos afetivos e intensificando o antagonismo político.

A construção discursiva do antagonismo organiza o campo político a partir de fronteiras morais entre “nós” e “eles”. No interior dessa lógica, adversários políticos são frequentemente representados como ameaça à ordem social, à moralidade ou à identidade nacional. Esse processo é intensificado por estratégias comunicacionais que simplificam conflitos e operam por enquadramentos moralizados, favorecendo a polarização e a mobilização afetiva. A produção de inimigos simbólicos desempenha, assim, função central na agregação identitária e na consolidação de vínculos políticos.



Os casos de Trump, Bolsonaro e Milei exemplificam essa interseção. Trump se apoia em sua imagem prévia de figura midiática e empresário de sucesso, convertida em capital político por meio de uma retórica de autenticidade e oposição às elites. Bolsonaro estrutura sua autoridade na figura do mito, articulando moralidade, espontaneidade e imaginário militar. Milei constrói legitimidade a partir da performance do economista insurgente, que se apresenta como intérprete da crise e agente da ruptura. Em todos os casos, a centralidade do líder reorganiza a disputa política em torno de lealdades personalizadas e reforça a mediação direta com os seguidores em ambientes digitais.

A força mobilizadora dessa liderança se amplia quando articulada à construção discursiva do antagonismo. A oposição entre nós e eles, a mobilização de inimigos simbólicos e a guerra cultural operam como mecanismos de agregação identitária e intensificação da polarização. No interior dessa lógica, elites políticas, culturais e acadêmicas, assim como inimigos internos e externos, passam a ser representados como ameaça moral, nacional ou institucional. O antagonismo, assim, não apenas organiza o campo político, mas estrutura identidades coletivas e reforça vínculos afetivos com o líder. Em diálogo com Laclau, Chantal Mouffe (2018) e Cas Mudde (2007), essa construção moralizada do outro como ameaça constitui elemento central do discurso populista contemporâneo. Na perspectiva performativa de Benjamin Moffitt (2016), ela é intensificada por estilos comunicacionais que dramatizam conflitos e mobilizam audiências.

A contribuição de María Esperanza Casullo (2019; 2020; 2021) é particularmente relevante para compreender a dimensão narrativa do populismo contemporâneo. A autora argumenta que o populismo opera por meio da construção de mitos políticos estruturados em personagens reconhecíveis, o líder que encarna a vontade popular, o povo como sujeito virtuoso e os inimigos responsáveis pela crise. À luz dessa formulação, Trump pode ser lido como empresário capaz de restaurar a grandeza nacional, Bolsonaro como militar patriota associado à ordem e Milei como economista insurgente que diagnostica a crise e propõe ruptura com o establishment. Em todos os casos, a autoridade emerge menos de programas detalhados do que da capacidade de representar simbolicamente uma promessa simplificada de solução.

Esse enquadramento permite compreender por que antagonismo, liderança personalizada e moralização do conflito tendem a aparecer de forma articulada na comunicação da nova direita conservadora. Mais do que recursos isolados, esses elementos operam como componentes de um mesmo arranjo discursivo, no qual a definição do inimigo, a intensificação afetiva e a centralidade do líder se reforçam mutuamente no ambiente digital.

A noção de nova direita conservadora permite compreender a articulação entre repertórios populistas e valores conservadores em contextos contemporâneos. Trata-se de uma configuração política que combina a permanência de valores morais, religiosos e identitários tradicionais com estratégias comunicacionais adaptadas ao ambiente digital. Em plataformas digitais, essa direita se



reconfigura por meio da circulação transnacional de discursos, símbolos, imagens e estilos políticos que mantêm eficácia mesmo quando deslocados entre diferentes contextos nacionais. Essa reformulação está associada à centralidade da visibilidade, à mobilização de afetos e à intensificação de formas personalizadas e antagônicas de disputa política.

3 PLATAFORMIZAÇÃO, VISIBILIDADE E MOBILIZAÇÃO AFETIVA

A consolidação das plataformas digitais alterou de modo estrutural as condições de produção, circulação e legitimação do discurso político. A comunicação deixou de depender apenas de arenas institucionais e meios tradicionais e passou a operar em ambientes organizados por algoritmos, métricas de engajamento e extração de dados, nos quais a visibilidade constitui recurso central de poder. Nesse contexto, a política passa a ser disputada em ecossistemas comunicacionais marcados por personalização, aceleração da circulação e hierarquização opaca dos conteúdos.

Esse processo pode ser compreendido a partir da noção de plataforma da comunicação, entendida como reconfiguração estrutural da esfera pública sob a lógica das plataformas digitais. Mais do que canais de circulação, essas infraestruturas atuam como instâncias ativas de ordenamento discursivo, interferindo na seleção, no alcance e na visibilidade das mensagens políticas. A mediação técnica deixa, assim, de operar apenas como suporte e passa a integrar a própria disputa simbólica.

No plano político, essa transformação se articula à midiaticização, entendida como processo pelo qual a lógica midiática reorganiza práticas institucionais, formas de representação e estratégias de comunicação. Em ambientes digitais, essa dinâmica se intensifica, uma vez que lideranças políticas passam a estruturar sua presença pública segundo imperativos de visibilidade, performance e circulação contínua. A política tende, assim, a incorporar formatos mais dramatizados, personalizados e emocionalmente orientados, ajustados ao funcionamento das plataformas.

Nessas condições, a comunicação da nova direita conservadora se organiza em torno de repertórios discursivos e performativos ajustados à lógica de visibilidade das plataformas. A centralidade da imagem pública do líder, a dramatização do conflito e a mobilização de afetos tornam-se recursos recorrentes de engajamento, circulação e legitimação política. Em vez de operar prioritariamente por mediações institucionais, essa comunicação privilegia formas diretas, simplificadas e moralizadas de interpelação do público, o que favorece a intensificação da polarização e a consolidação de vínculos identitários.

Essa lógica articula-se à consolidação de um ambiente comunicacional marcado pela pós-verdade (Santaella, 2019), entendido como regime no qual a disputa pela credibilidade se desloca de critérios de verificação factual para dinâmicas de adesão afetiva e alinhamento identitário. A circulação de conteúdos passa a ser orientada menos pela consistência argumentativa e mais pela capacidade de reforçar crenças, mobilizar emoções e consolidar pertencimentos. Nesse contexto, a construção



discursiva do antagonismo e a moralização da política encontram condições favoráveis de difusão, uma vez que operam diretamente sobre disposições afetivas e identitárias.

A desinformação insere-se nesse arranjo não apenas como distorção informacional, mas como elemento constitutivo da disputa simbólica. Ao reforçar fronteiras entre grupos e intensificar a percepção de ameaça, conteúdos desinformativos contribuem para a consolidação de identidades políticas e para a estabilização de narrativas antagonistas. Nesse sentido, a circulação de informações imprecisas ou enganosas não pode ser analisada de forma isolada, mas como parte de uma ecologia comunicacional na qual conflito, emoção e pertencimento estruturam a produção e a recepção das mensagens.

Essas dinâmicas estão diretamente relacionadas à economia da atenção, que organiza a visibilidade nas plataformas a partir de métricas de engajamento e de padrões de interação. Conteúdos que mobilizam reações emocionais intensas tendem a alcançar maior circulação, o que favorece formatos discursivos polarizados, simplificados e performativos. Nesse ambiente, a comunicação política se ajusta às condições de circulação impostas pelas plataformas, incorporando estratégias que priorizam impacto, repetição e reconhecimento imediato, em detrimento de formas deliberativas mais complexas.

A articulação entre plataformização, mobilização afetiva e construção do antagonismo permite compreender a comunicação política contemporânea não apenas como produção de conteúdo, mas como adaptação a condições específicas de circulação. Nesse sentido, a lógica das plataformas não atua apenas como meio, mas como elemento estruturante das formas de enunciação, visibilidade e legitimação do discurso político.

4 METODOLOGIA

A pesquisa adota abordagem qualitativa, com base em estudo de caso comparado e análise de conteúdo aplicada à comunicação digital de Donald Trump, Jair Bolsonaro e Javier Milei. A escolha do recorte dos 100 primeiros dias de mandato fundamenta-se na intensificação da lógica de campanha permanente, conceito formulado por Blumenthal (1980) para descrever a continuidade das estratégias eleitorais no exercício do governo. Esse enquadramento contribui para diluir a ideia de “lua de mel” entre Executivo, opinião pública, Legislativo e mídia, tornando mais visível a persistência da disputa política mesmo na fase inicial do mandato.

A literatura registra que Franklin Delano Roosevelt foi o primeiro governante a atribuir significado simbólico aos “100 dias de governo”, convertendo esse período em marco de comunicação política e de afirmação pública da autoridade presidencial. Desde então, os primeiros meses de mandato passaram a ser compreendidos como momento privilegiado para observar a construção da



imagem pública, a definição de posicionamentos e a projeção inicial de lideranças no ambiente institucional e midiático.

O corpus é composto por postagens publicadas nas contas oficiais dos três líderes no Instagram, considerando o período de 20 de janeiro a 29 de abril de 2017 para Trump, de 1º de janeiro a 11 de abril de 2019 para Bolsonaro e de 10 de dezembro de 2023 a 19 de março de 2024 para Milei². A escolha do Instagram fundamenta-se em sua centralidade na comunicação política contemporânea e em sua lógica de visibilidade baseada na articulação entre imagem, recursos textuais e performance pessoal. Nos países investigados, essa plataforma favorece a estetização da política e a mobilização emocional, dimensões particularmente relevantes para a análise da comunicação neopopulista em ambientes digitais. Reconhece-se, contudo, que outras plataformas apresentam dinâmicas comunicacionais distintas, o que delimita o alcance do recorte adotado.

Diante da irregularidade na frequência de publicações, adotou-se como critério de amostragem a seleção da postagem de maior engajamento em cada dia. A amostra final compreendeu 78 postagens de Trump, 96 de Bolsonaro e 87 de Milei. Cada postagem foi desdobrada em duas unidades de registro, legenda textual e imagem, totalizando 156 unidades para Trump, 192 para Bolsonaro e 174 para Milei, somando 522 unidades de registro. As unidades foram analisadas separadamente, preservando a distinção entre dimensão verbal e visual.

No âmbito deste estudo, o engajamento digital é compreendido como a interação observável entre usuários e conteúdos, mensurável por indicadores como curtidas, comentários e compartilhamentos nas postagens analisadas. Em termos operacionais, o engajamento total funcionou como critério de seleção do corpus, permitindo identificar, em cada dia do recorte temporal, a publicação de maior repercussão nas contas oficiais dos três líderes. Essa escolha não transforma o engajamento em variável explicativa autônoma, mas o utiliza como parâmetro metodológico para tornar a amostra comparável e operacionalmente viável, priorizando conteúdos com maior circulação e maior capacidade de condensar padrões discursivos de visibilidade, reação e adesão pública.

A análise de conteúdo foi conduzida com base em Laurence Bardin (1977), com operacionalização orientada por Rafael Cardoso Sampaio e Diógenes Lycarião (2021). O processo envolveu definição das unidades de análise, construção de categorias e elaboração de um guia de códigos estruturado em dois eixos analíticos, enquadramentos neopopulistas e valores conservadores.

A codificação seguiu o critério de predominância analítica, de modo que cada unidade de registro foi classificada segundo o código dominante em cada eixo. Para aferir a confiabilidade do instrumento, realizou-se teste intercodificador com aplicação do Alfa de Krippendorff. Os resultados

² Foi utilizada a versão licenciada da plataforma *FanPage Karma*, o que permitiu coletar os dados de forma ampliada e sem limite de data.



indicaram coeficiente de 0,73 para enquadramentos neopopulistas e 0,68 para valores conservadores, níveis considerados aceitáveis para estudos exploratórios.

Como complemento ao índice global de confiabilidade, calculou-se também a taxa de concordância entre os dois codificadores independentes, considerando apenas as unidades efetivamente classificadas por ambos. Os resultados indicaram concordância de 80,7% para os enquadramentos neopopulistas e de 67,2% para os valores conservadores, reforçando a maior estabilidade interpretativa do primeiro eixo e a maior variação analítica do segundo, ainda dentro de parâmetros metodológicos aceitáveis.

As hipóteses formuladas orientaram a construção do guia de códigos, os cruzamentos analíticos realizados na etapa empírica e a própria estrutura interpretativa da comparação entre os casos. Desse modo, a codificação não se limitou à classificação isolada de conteúdos, mas buscou identificar padrões de convergência e variação na articulação entre antagonismo, personalização da liderança, mobilização afetiva e valores conservadores no ambiente digital.

O guia de códigos foi construído a partir da articulação entre a literatura sobre populismo e neopopulismo, especialmente as contribuições de Mudde e Kaltwasser, Laclau e Moffitt, e estudos sobre conservadorismo contemporâneo e comunicação política digital. As categorias de enquadramento neopopulista derivam da centralidade do antagonismo, da personalização da liderança e da mobilização afetiva como elementos estruturantes do populismo, enquanto os valores conservadores foram definidos a partir de repertórios recorrentes associados à nova direita, como nacionalismo, moralidade tradicional, anticomunismo e defesa do Estado mínimo. Essa construção buscou assegurar correspondência entre categorias empíricas e conceitos teóricos, evitando classificações *ad hoc*.

A codificação do corpus foi organizada em dois eixos analíticos. O primeiro corresponde aos enquadramentos neopopulistas, identificados pelos códigos NP, entre os quais NP01, fortalecimento do líder, NP02, apelo ao povo, NP03, sentimento antissistema, antielite e antipolítica, NP04, oposição entre “nós” e “eles”, NP05, deslegitimação dos oponentes, NP06, apelo emocional, NP07, combate à corrupção, NP08, combate ao crime, e NP09, personalismo e carisma. O segundo eixo reúne os valores conservadores, identificados pelos códigos VC, a saber, VC01, defesa da família tradicional, VC02, liberdade de expressão, VC03, rejeição ao multiculturalismo, VC04, críticas à diversidade religiosa, VC05, ataques à ideologia de gênero, VC06, nacionalismo e patriotismo, VC07, liberdade econômica e Estado mínimo, VC08, anticomunismo e antiesquerda, VC09, combate à corrupção, e VC10, combate ao crime. Na análise a seguir, são destacadas as categorias de maior incidência em cada caso, de acordo com a frequência observada nas unidades de registro. As definições operacionais do instrumento foram estabelecidas de modo a favorecer a consistência da aplicação categorial e a comparabilidade entre os três casos.



A construção do instrumento também levou em conta a natureza multimodal do corpus. Cada publicação foi desdobrada em duas unidades de registro, legenda e imagem, permitindo captar separadamente os elementos verbais e visuais da comunicação política. Admitiu-se codificação múltipla em cada suporte, mas, para fins de padronização comparativa, adotou-se o critério de predominância analítica em cada unidade de registro, de modo que, quando houvesse sobreposição de categorias, fosse priorizado o enquadramento dominante naquele suporte. O resultado final de cada postagem correspondeu ao cruzamento analítico dos códigos registrados em legenda e imagem, sem redução da análise a um único código predominante para a publicação como um todo.

A organização do instrumento em dois eixos permitiu observar não apenas a frequência isolada das categorias, mas também a forma como enquadramentos neopopulistas e valores conservadores se combinam em uma mesma publicação. Essa opção metodológica foi decisiva para identificar recorrências discursivas, cruzamentos temáticos e variações contextuais entre os três casos analisados.

A opção pela análise das postagens de maior engajamento diário privilegia conteúdos com maior visibilidade e interação, mas implica a exclusão de publicações de menor circulação. Essa escolha metodológica orienta a análise para os conteúdos mais relevantes na dinâmica de atenção das plataformas, ainda que não represente a totalidade da produção comunicacional dos atores analisados.

Reconhece-se, assim, que a amostra não representa a totalidade da comunicação produzida por esses atores, mas privilegia os conteúdos de maior visibilidade e interação no ecossistema da plataforma, precisamente aqueles com maior capacidade de projeção pública no período analisado.

Essa opção metodológica permitiu preservar a complexidade da articulação entre texto e imagem, aspecto particularmente relevante em uma plataforma como o Instagram, na qual a construção da persona política depende da combinação entre visualidade, performance e enunciação verbal.

5 RESULTADOS E ANÁLISE

Os resultados evidenciam padrões recorrentes na articulação entre enquadramentos neopopulistas e valores conservadores, com variações de intensidade entre os três casos analisados. A leitura comparativa do corpus mostrou que a distribuição das categorias não ocorre de forma aleatória, mas revela combinações sistemáticas entre liderança personalista, mobilização afetiva, antagonismo moralizado e valores conservadores. Essas combinações aparecem com intensidades distintas em cada caso, mas preservam um núcleo comum de organização discursiva.

A análise foi organizada em três movimentos complementares, descrição das incidências categóricas em cada caso, comparação entre os três líderes e interpretação dos padrões convergentes observados no corpus. Essa estrutura permite examinar não apenas a frequência das categorias, mas também a forma como enquadramentos neopopulistas e valores conservadores se articulam em



combinações recorrentes, produzindo variações contextuais sobre um mesmo núcleo de organização discursiva.

No caso de Donald Trump, a análise evidenciou predominância de enquadramentos associados ao fortalecimento do líder e ao apelo emocional. Entre as categorias neopopulistas, NP01 registrou 52 ocorrências e NP06, 38, seguidas por NP02, com 11, NP03 e NP04, com 8 cada, NP09 e NP05, com 5, e NP08, com 4. No eixo dos valores conservadores, destacaram-se VC06, Nacionalismo e Patriotismo, com 50 ocorrências, e VC01, Defesa da família tradicional, com 32, além de VC07, com 11, e VC10, com 9.

Esse arranjo revela uma comunicação fortemente ancorada na centralidade da liderança e na mobilização afetiva, combinada à afirmação de pertencimento nacional e à valorização de referências moral tradicionais. Os cruzamentos entre fortalecimento do líder, apelo emocional, nacionalismo e defesa da família indicam que a construção da autoridade política se apoia, nesse caso, tanto na projeção individual da liderança quanto em enquadramentos identitários e moralizantes.

Para além da distribuição das categorias, observa-se que a comunicação de Donald Trump articula de modo recorrente elementos visuais e textuais na construção da autoridade política. A combinação entre imagens centradas na figura presidencial, referências à grandeza nacional e enunciados de forte apelo emocional reforça uma forma de liderança apoiada simultaneamente em personalização, patriotismo simbólico e confronto discursivo. Nesse arranjo, legenda e imagem operam de forma complementar, intensificando a simplificação do conflito político e favorecendo a produção de identificação afetiva com o líder.

Na amostra referente a Jair Bolsonaro, verificou-se forte incidência de categorias relacionadas ao fortalecimento do líder, ao personalismo e ao apelo emocional. NP01 alcançou 70 ocorrências, NP09 registrou 27 e NP06, 26. Também apareceram NP04, NP05 e NP08, com 6 ocorrências cada, além de NP07, com 4, NP03, com 3, e NP02, com 1. No eixo dos valores conservadores, destacaram-se VC06, Nacionalismo e Patriotismo, com 40 ocorrências, VC07, Liberdade econômica e Estado mínimo, com 14, VC08 e VC09, com 7 cada, e VC10, com 6.

Esse padrão indica comunicação fortemente concentrada na figura do líder, com alta personalização da autoridade e mobilização afetiva associada a referências de ordem, nacionalismo, antiesquerda e moralização da política. A presença simultânea de nacionalismo, agenda econômica liberal, combate à corrupção e combate ao crime sugere uma gramática discursiva mais moralizante e mais centrada na segurança pública do que nos demais casos.

No plano qualitativo, a comunicação de Jair Bolsonaro evidencia forte associação entre liderança personalista, moralização do conflito e repertórios de ordem e segurança. As publicações tendem a combinar enunciados de confronto político com imagens voltadas à reafirmação de autoridade, disciplina e defesa da nação, produzindo uma representação do líder como figura capaz de



restaurar estabilidade e enfrentar ameaças internas. A articulação entre linguagem antiesquerda, referências patrióticas e combate moralizado ao crime e à corrupção reforça, nesse caso, uma forma de comunicação em que pertencimento político e temor social aparecem estreitamente conectados.

No caso de Javier Milei, observou-se predominância de fortalecimento do líder, apelo emocional e sentimento antissistema. NP01 registrou 55 ocorrências, NP06, 51, NP03, 15, e NP02, 10. As categorias NP04 e NP09 apareceram com 2 ocorrências cada. No eixo dos valores conservadores, a maior incidência concentrou-se em VC07, Liberdade econômica e Estado mínimo, com 28 ocorrências, seguida de VC06, Nacionalismo e Patriotismo, com 23, VC08, com 6, e VC01, com 5.

Esse arranjo indica uma comunicação orientada pela crítica às elites políticas e pela valorização de uma agenda econômica de ruptura, articulando fortalecimento do líder, mobilização emocional, discurso antissistema e defesa do Estado mínimo. Diferentemente de Trump e Bolsonaro, o caso de Milei apresenta menor peso relativo de referências moral tradicionalistas e maior concentração na relação entre liderança personalista, afetos e liberalismo econômico radical.

Em termos qualitativos, a comunicação de Javier Milei organiza-se em torno de uma estética de ruptura, confronto e radicalização discursiva. A recorrência de conteúdos marcados por apelo emocional, crítica às elites e defesa do Estado mínimo contribui para a construção de uma liderança insurgente, apresentada como intérprete da crise e agente de transformação. A linguagem antissistema, associada à dramatização do conflito e à afirmação de autoridade pessoal, reforça uma comunicação orientada menos pela mediação institucional e mais pela performance de enfrentamento, na qual a oposição entre sociedade produtiva e establishment político adquire centralidade.

É importante registrar que parte das unidades de registro foi classificada como sem categoria, em razão da estrutura metodológica adotada. Como legenda e imagem foram codificadas separadamente, houve casos em que apenas um dos componentes apresentava enquadramento neopopulista ou valor conservador predominante. Esse resultado não indica insuficiência do instrumento analítico, mas expressa a heterogeneidade do corpus e a opção metodológica por evitar codificações forçadas, preservando a consistência da comparação entre os casos.

A comparação entre os três casos evidencia a presença de padrões recorrentes, ainda que com variações contextuais. A centralidade do líder, a mobilização afetiva e a construção de antagonismos aparecem como elementos estruturantes comuns. No eixo dos valores conservadores, Trump e Bolsonaro apresentam predominância de nacionalismo e patriotismo, enquanto Milei concentra maior incidência em liberdade econômica e Estado mínimo.

Os cruzamentos entre fortalecimento do líder, apelo emocional e valores conservadores indicam articulação sistemática entre repertórios populistas e conservadores. Nesse sentido, confirma-se a recorrência de um padrão discursivo compartilhado, embora a intensidade afetiva se distribua de forma desigual, com maior incidência em Milei, seguida por Trump e, em menor grau, por Bolsonaro.



Os resultados também sugerem um padrão transnacional de circulação discursiva, no qual slogans, estéticas, símbolos e narrativas são apropriados e ressignificados conforme as especificidades de cada país. Embora os conteúdos se adaptem a contextos políticos distintos, observa-se convergência na forma de organizar a autoridade política por meio da dramatização do conflito, da hiperpersonalização da liderança, do patriotismo simbólico e da moralização da disputa pública.

6 DISCUSSÃO

Os resultados indicam que o antagonismo moralizado constitui um dos eixos de organização do discurso político analisado. A oposição entre povo e elite, a construção de adversários como ameaça e a produção de fronteiras rígidas entre “nós” e “eles” aparecem como mecanismos recorrentes de simplificação do conflito político e de reforço das identidades coletivas. Esse padrão não se limita a divergências programáticas, mas opera por meio da moralização da disputa, o que intensifica a polarização e desloca o debate para registros de pertencimento e exclusão.

Outro elemento recorrente é a centralidade performativa do líder. Nos três casos, a figura individual assume papel organizador da narrativa política, concentrando autoridade simbólica e reduzindo a relevância das mediações institucionais. A presença elevada de categorias associadas ao fortalecimento do líder e ao personalismo indica que a autoridade política é construída menos por estruturas partidárias ou programas densos e mais pela projeção pública da liderança como intérprete legítimo do povo, da crise e da solução.

A mobilização afetiva completa esse arranjo discursivo. Medo, indignação, ressentimento, urgência e pertencimento aparecem como operadores centrais da comunicação política, articulando-se a valores conservadores e a repertórios antissistema. Em ambientes digitais, essa dinâmica adquire maior intensidade, uma vez que a lógica de visibilidade das plataformas tende a privilegiar conteúdos emocionalmente carregados, simplificados e polarizadores. O resultado é a consolidação de vínculos identitários entre líder e seguidores por meio de formas de comunicação orientadas mais pela reação do que pela deliberação.

Essa gramática não se limita à presença isolada de elementos discursivos, mas se manifesta na combinação sistemática entre antagonismo moralizado, centralidade performativa do líder, mobilização afetiva e valores conservadores. As diferenças entre os casos não invalidam esse padrão. Trump apresenta maior ênfase moral tradicionalista, Bolsonaro combina nacionalismo, segurança pública e discurso antiesquerda, e Milei articula liberalismo econômico com retórica antissistema. Essas variações indicam adaptações contextuais de uma mesma estrutura comunicacional.

A recorrência desses elementos sugere que a comunicação da nova direita conservadora não opera apenas por conteúdos ideológicos identificáveis, mas por formas de organização do discurso ajustadas às condições de circulação das plataformas. Em vez de depender exclusivamente de



coerência programática, esse padrão apoia-se na capacidade de condensar conflito, pertencimento e autoridade em narrativas de fácil reconhecimento e alto potencial de engajamento.

Os padrões discursivos identificados produzem efeitos que ultrapassam os casos examinados. A combinação entre antagonismo moral, mobilização emocional e hiperpersonalização reorganiza a esfera pública digital ao favorecer identidades políticas fortemente ancoradas em afetos, ampliar a polarização e reduzir o espaço para formas mais complexas de deliberação. Em ambientes mediados por plataformas, conteúdos de alto impacto emocional tendem a alcançar maior visibilidade, reforçando comunidades interpretativas mais homogêneas e menos permeáveis ao dissenso. Nesse sentido, a gramática discursivo-performativa identificada neste estudo ajuda a compreender não apenas a comunicação da nova direita conservadora, mas também parte das transformações recentes da opinião pública e da democracia digital.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise demonstrou que Donald Trump, Jair Bolsonaro e Javier Milei mobilizam padrões discursivos convergentes na comunicação digital, estruturados pela centralidade do líder, pela polarização moral, pela mobilização afetiva e pela articulação com valores conservadores. Embora essas dimensões assumam intensidades distintas em cada caso, elas conformam um padrão recorrente de organização do discurso político em ambientes digitais.

A principal contribuição do estudo consiste na proposição da noção de gramática discursivo-performativa da nova direita conservadora, entendida como padrão de articulação entre repertórios populistas, valores conservadores e a lógica de visibilidade das plataformas. Essa gramática opera por meio da combinação entre antagonismo moral, liderança personalista, mobilização afetiva e enquadramentos conservadores, configurando um arranjo discursivo que se adapta a diferentes contextos nacionais sem perder coerência estrutural.

Esse padrão produz efeitos relevantes sobre a esfera pública digital ao favorecer a intensificação da polarização, a simplificação do conflito político e a centralidade de formas de legitimação baseadas em visibilidade, emoção e antagonismo. Nesses termos, a comunicação da nova direita conservadora não pode ser compreendida apenas como estratégia de presença em rede, mas como forma de reorganização do discurso político em ecossistemas comunicacionais orientados por circulação, engajamento e performance.

Os achados também indicam a pertinência de investigações futuras que ampliem o escopo temporal da análise, incorporem outras plataformas digitais e explorem comparativamente diferentes contextos nacionais e lideranças políticas. Esse desdobramento pode contribuir para verificar a persistência, as inflexões e os limites da gramática discursivo-performativa aqui identificada,



especialmente em cenários de mudança institucional, crise política ou reconfiguração das dinâmicas de visibilidade nas plataformas.

Os padrões discursivos identificados exercem efeitos que ultrapassam os casos analisados e incidem diretamente sobre a opinião pública e sobre o funcionamento da democracia digital. A combinação entre antagonismo moral, mobilização emocional e hiperpersonalização da liderança reorganiza o espaço público ao favorecer identidades políticas fortemente ancoradas em afetos e menos relacionadas à avaliação racional de propostas e problemas públicos. Em ambientes mediados por plataformas, conteúdos de alto impacto afetivo tendem a alcançar maior visibilidade, reforçando circuitos interpretativos mais homogêneos e menos permeáveis ao dissenso. Ao mesmo tempo, a moralização da política e a apresentação de opositores como inimigos profundos reduzem o espaço para negociação, diálogo e construção de consensos, deslocando o conflito para registros identitários e emocionais. Nesse sentido, a gramática discursivo-performativa identificada neste estudo contribui para compreender não apenas a comunicação da nova direita conservadora, mas também parte das transformações recentes da esfera pública digital, marcadas pela intensificação da polarização, pelo enfraquecimento das mediações institucionais e pela centralidade de formas de legitimação baseadas em visibilidade, emoção e conflito.

O estudo adota delimitações metodológicas que devem ser consideradas na leitura dos resultados. O recorte temporal concentra-se nos primeiros 100 dias de governo de Donald Trump, Jair Bolsonaro e Javier Milei, e o corpus foi constituído a partir das postagens de maior engajamento diário publicadas nas contas oficiais dos três líderes no Instagram. A análise também se restringe a essa plataforma específica e foi conduzida por meio de codificação categorial, com procedimentos de confiabilidade intercodificador. Essas escolhas permitiram tornar a pesquisa comparável e operacionalmente viável, ao mesmo tempo em que delimitam o alcance empírico dos achados.



REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, Afonso. Populismo, elitismo e democracia: reflexões a partir da Operação Lava-Jato. *Mediapolis*, n. 12, p. 17–31, 2021.
- ARAÚJO, Bruno; GUAZINA, Liziane. Jair Bolsonaro's Populist Communication on Brazilian Television: An Analysis of Television Newscasts on Globo and Record During the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Communication*, v. 18, p. 21, 2024.
- BAPTISTA, Érica Anita; HAUBER, Gabriela; ORLANDINI, Maiara. Despolitização e populismo: as estratégias discursivas de Trump e Bolsonaro. *Media & Jornalismo*, v. 22, n. 40, p. 105–119, 2022.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- CASULLO, María Esperanza. El populismo en América Latina: la pieza que falta para comprender un fenómeno global. *Harvard Review of Latin America*, Cambridge, 2020. Disponível em: <https://revista.drclas.harvard.edu/a-review-of-el-populismo-en-america-latinala-pieza-que-falta-para-comprender-un-fenomeno-global/>. Acesso em: 11 nov. 2025.
- CASULLO, María Esperanza. Líder, héroe y villano: los protagonistas del mito populista. *Nueva Sociedad*. Buenos Aires, n. 282, jul./ago. 2019. Disponível em: <https://nuso.org/articulo/lider-heroe-y-villano-los-protagonistas-del-mito-populista/>. Acesso em: 11 nov. 2025.
- CASULLO, María Esperanza. ¿Por qué funciona el populismo? El discurso que sabe construir explicaciones convincentes de un mundo en crisis. *e-I@tina: Revista Electrónica de Estudios Latinoamericanos*, Buenos Aires, v. 19, n. 74, p. 36-39, 2021. Disponível em: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/elatina/article/view/6395>. Acesso em: 11 nov. 2025.
- CESARINO, Letícia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 63, n. 1, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpi.br/index.php/conexaopolitica/article/view/6935>. Acesso em: 25 mar. 2025.
- CESARINO, Letícia. Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil. *Revista de Antropologia Digital*, v. 1, n. 1, p. 1–30, 2020.
- CESARINO, Letícia. *O mundo do avesso*. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DE LA TORRE, Carlos. *Populism in Latin America*. Oxford: OUP, 2017.
- ENTMAN, Robert Mathew. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51–58, 1993.
- FAUSTO NETO, Antonio. “A midiática produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim”. *Boletim IHU On-Line*, São Leopoldo, n. 289, ano IX, 13 abr. 2009. Entrevista. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao289.pdf>. Acesso em: 1 out. 2025.
- FRANÇA, Vera. Alcance e variações do conceito de midiática. In: FERREIRA, Jairo et al. (org.). *Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na midiática* [recurso eletrônico]. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2020. p. 23–44

GILLESPIE, Tarleton. The politics of platforms. *New Media & Society*, 2010, v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010. DOI: 10.1177/1461444809342738.

GUAZINA, Liziane Soares. Populismos de direita e autoritarismos: apontamentos teóricos para estudos sobre a comunicação populista. *Mediapolis–Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, n. 12, p. 49-66, 2021.

HJARVARD, Stig (2012). Mídiação: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. *Matrizes*, 2(2), 53-91. Disponível em:
<https://revistas.usp.br/matrizes/article/download/38327/41182/45200>

KRIPPENDORFF, Klaus. *Content analysis*. Sage, 2004.

LACLAU, Ernesto. *A razão populista*. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

MAIA, Rousiley C. M. (org.). *Métodos de pesquisa em comunicação política*. Salvador: EDUFBA, 2022. 325 p. ISBN 978-65-5630-455-7.

MAZZOLENI, Gianpietro; BRACCIALE, Roberta. *Socially mediated populism*. Palgrave Communications, 2018.

MOFFITT, Benjamin. *The global rise of populism: performance, political style, and representation*. Stanford, California: Stanford University Press, 2016.

MOUFFE, Chantal. *For a left populism*. Verso, 2018.

MOUFFE, Chantal. *The democratic paradox*. Verso, 2000.

MOUFFE, Chantal. *Sobre o político*. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

MUDDE, Cas. *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge University Press, 2007.

MUDDE, Cas; KALTWASSER, Cristóbal Rovira. *Populismo: una breve introducción*. Madrid: Alianza Editorial, 2019.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

REGIS, Fátima. *Cognição e afeto na comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2022.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; LYCARIÃO, Diógenes. *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*. Brasília: Escola Nacional de Administração Pública, 2021. Disponível em:
<https://repositorio.enap.gov.br/handle/1/6542>. Acesso em: 1 jun. 2024.

SANTAELLA, Lucia. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2019.

SOLANO, Esther (org.). *O ódio como política*. São Paulo: Boitempo, 2018.

VAN DIJCK, José. *The culture of connectivity*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. *The platform society*. Oxford: Oxford University Press, 2018.



ZUBOFF, Shoshana. The age of surveillance capitalism. New York: Public Affairs, 2019.

