

Artigo



10.1590/1809-58442025109pt



Open access

DOS JORNAIS AOS FEEDS DE NOTÍCIAS: como a mídia tradicional e o Facebook legitimaram discursos antidemocráticos no Brasil e na Argentina durante as eleições*From newspapers to newsfeeds: How traditional media and Facebook legitimized antidemocratic discourses in Brazil and Argentina during the elections**De los periódicos a los feeds de noticias: cómo los medios tradicionales y Facebook legitiman discursos antidemocráticos en Brasil y Argentina durante las elecciones*

Raquel Recuero

Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, (RS), Brasil.

INCT - Instituto de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, (RJ) - Brasil.



Guilherme Curi

INCT - Instituto de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, (RJ) - Brasil.

Detalhes Editoriais

Sistema duplo cego

Histórico do Artigo:

Recebido: 13/01/2025

Aceito: 09/05/2025

Disponível online: 30/06/2025

Artigo ID: e2025109

Editoras Chefes:

Dra. Marialva Barbosa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Dra. Sonia Virginia Moreira

Universidade Estadual do Rio de Janeiro, UERJ

Editores Executivos:

Dr. Jorge C. Felz Ferreira

Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Dra. Ana Paula Goulart de Andrade

Univ. Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ

Editor Associado:

Dr. Sandro Torres de Azevedo

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Revisoras:

Cristine Gerk (português)

Felicity Clarke (Inglês)

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Editoração e marcação XML:

IR Publicações

Financiamento:

CNPq

Como citar:

RECUERO, Raquel e CURI, Guilherme. Dos jornais aos feeds de notícias: como a mídia tradicional e o Facebook legitimaram discursos antidemocráticos no Brasil e na Argentina durante as eleições. S. Paulo: INTERCOM - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 48, e2025109. <https://doi.org/10.1590/1809-58442025109pt>. Artigo submetido à verificação de similaridade

Autor(a) de contato:Raquel Recuero. raquel.recuero@ufpel.edu.br**RESUMO:**

Nos últimos anos, o populismo de extrema-direita ganhou destaque na América Latina, intensificando retóricas antidemocráticas em países como Brasil e Argentina. Tanto Jair Bolsonaro quanto Javier Milei empregaram discursos semelhantes, questionando a legitimidade eleitoral e promovendo intervenções autoritárias. Este artigo analisa o papel da mídia tradicional na legitimação de tais retóricas nas plataformas de redes sociais, examinando como os principais jornais apresentam os discursos de Bolsonaro e Milei em postagens no Facebook. Utilizando um conjunto de dados de La Nación, Clarín, Estadão e Folha de S.Paulo, o estudo explora como o populismo de extrema-direita é enquadrado, circulado e engajado pelas audiências durante os segundos turnos das eleições no Brasil e na Argentina.

Palavras-chave: discurso antidemocrático, populismo de extrema direita, plataformas de mídia social, Facebook

ABSTRACT

In recent years, far-right populism has gained prominence in Latin America, intensifying anti-democratic rhetoric in countries like Brazil and Argentina. Both Jair Bolsonaro and Javier Milei employed similar discourses, questioning electoral legitimacy and promoting authoritarian interventions. This article analyzes the role of traditional media in legitimizing such rhetoric on social media platforms, examining how major newspapers present Bolsonaro and Milei's discourses in Facebook posts. Using a dataset from La Nación, Clarín, Estadão, and Folha de S.Paulo, the study explores how far-right populism is framed, circulated, and engaged with audiences during the second rounds of elections in Brazil and Argentina.

Key words: anti-democratic discourse, far-right populism, social media platforms, Facebook

RESUMEN

En los últimos años, el populismo de extrema derecha ha ganado prominencia en América Latina, intensificando la retórica antidemocrática en países como Brasil y Argentina. Tanto Jair Bolsonaro como Javier Milei emplearon discursos similares, cuestionando la legitimidad electoral y promoviendo intervenciones autoritarias. Este artículo analiza el papel de los medios tradicionales en la legitimación de tales retóricas en las plataformas de redes sociales, examinando cómo los principales periódicos presentan los discursos de Bolsonaro y Milei en publicaciones de Facebook. Utilizando un conjunto de datos de La Nación, Clarín, Estadão y Folha de S.Paulo, el estudio explora cómo se enmarca, circula y compromete el populismo de extrema derecha con las audiencias durante las segundas vueltas de las elecciones en Brasil y Argentina.

CRediT

- Conflitos de Interesse: os autores certificam que não têm interesse comercial ou associativo que represente um conflito de interesses em relação ao manuscrito.
- Financiamento: Este trabalho é parcialmente financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), projetos nº 405965/2021-4, 302489/2022-3 e 406504/2022-9, Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Disputas e Soberanias Informacionais, e pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS), projeto nº 23/2551-0001916-7.
- Contribuições dos autores: Conceitualização; Curadoria de dados; Análise formal; Investigação; Metodologia; Administração do projeto; software; Supervisão; Validação; Visualização; Escrita - rascunho original; revisão e edição.

Palabras clave: discurso antidemocrático, populismo de extrema derecha, plataformas de redes sociales, Facebook

Disponibilidade dos Dados:

Após a publicação os dados estarão disponíveis sob demanda aos autores – condição justificada no manuscrito.

A REVISTA INTERCOM incentiva o compartilhamento de dados mas, por observância a ditames éticos, não demanda a divulgação de qualquer meio de identificação de sujeitos de pesquisa, preservando a privacidade dos sujeitos de pesquisa. A prática de open data é viabilizar a reproducibilidade de resultados, e assegurar a irrestrita transparência dos resultados da pesquisa publicada, sem que seja demandada a identidade de sujeitos de pesquisa.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC- BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.

Introdução

Nos últimos anos, a extrema direita cresceu significativamente na América Latina, acompanhada por uma retórica populista que ataca as instituições democráticas. Países como Brasil e Argentina, que vivenciaram ditaduras violentas por décadas, testemunharam estratégias semelhantes empregadas por candidatos de extrema direita, que alegam fraudes eleitorais e atacam as instituições democráticas. Tanto Javier Milei, do Partido Libertário, quanto Jair Bolsonaro, do Partido Liberal, candidatos, afirmaram que, se perdessem as eleições, seria devido a uma alegada corrupção sistêmica. Além disso, ambos expressaram opiniões positivas sobre as ditaduras militares e sugeriram a necessidade de “intervenção” (ou “ações enérgicas”) caso as eleições fossem consideradas fraudulentas. No Brasil, essas alegações levaram a uma tentativa de golpe de Estado por apoiadores de Bolsonaro após sua derrota para Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores), em 08 de janeiro de 2023, enquanto na Argentina, facilitaram a eleição de Javier Milei.

Este artigo se concentra no crescimento dessas retóricas antidemocráticas e no papel da mídia tradicional em legitimar essas narrativas, de modo específico, nas plataformas de mídia social, com um estudo de caso sobre Brasil e Argentina. Particularmente, estamos interessados em analisar como os veículos da chamada “*quality media*” reportaram essas questões nas plataformas de mídia social e, desta forma, desafiaram ou reconstruíram essas narrativas. O problema de pesquisa que guia este trabalho, assim, pode ser resumido como: Como os veículos jornalísticos cobriram os discursos da extrema direita sobre fraude nas eleições?

Para discutir essas questões, trabalhamos com um conjunto de dados de quatro jornais tradicionais e suas páginas oficiais no Facebook, dois de cada país (La Nación e Clarín na Argentina; Estadão e Folha no Brasil), obtidos via CrowdTangle, durante o período do segundo turno de cada eleição. Analisamos as postagens e as interações, de modo a tentar compreender os enquadramentos dados pelos veículos e seus impactos nos leitores.

Fundamentação Teórica

Populismo de Extrema Direita

Um dos principais estudos teóricos sobre populismo de extrema direita é o de Cass Mudde (2004, 2007). Ele concebe o populismo como uma ideologia “fina” que pode se mesclar a outras, baseada na divisão binária entre “o povo” virtuoso e as “elites” corruptas (Mudde, 2004). Já Moffitt (2016) vê o populismo como uma performance — ou “estilo político” — adotado por líderes, em vez de uma ideologia em si. Ele concorda com Mudde na retórica “nós versus eles” e destaca a criação de crises e a ruptura de normas como elementos centrais.

Mudde (2016) discute a “extrema direita populista”, descrita como partidos que combinam nativismo, autoritarismo e populismo no cerne de seu ideário. O nativismo defende que apenas grupos “nativos” habitem o Estado; o autoritarismo valoriza uma sociedade rigidamente ordenada, vendo questões sociais como crimes; e a camada populista afirma “ser a voz do povo”, acusando instituições de corrupção (Mudde, 2016, p. 297). Embora aleguem representar a maioria, esses grupos frequentemente rejeitam o pluralismo e atacam os freios e contrapesos fundamentais à democracia liberal.

O populismo europeu difere do latino-americano em aspectos centrais. Na América Latina, há líderes fortes com retórica desenvolvimentista e anti-imperialista, normalmente de esquerda (Moffitt, 2016). Na Europa, o fenômeno surge mais à direita, voltado contra imigração e União Europeia, muitas vezes com xenofobia. Outra diferença reside na ênfase: o populismo latino-americano aborda questões econômicas, como justiça social, desigualdade e pobreza.

As características da extrema direita latino-americana estão ligadas a um histórico de ditaduras militares violentas, longos períodos de alinhamento à esquerda e crises econômicas (Kaltwasser, 2024). Kestler (2022) destaca valores religiosos (como em Bolsonaro) e referências regionais, como o Artiguismo. Um ponto crítico é a radicalização do eleitorado e a retórica anti-institucional, frequentemente antidemocrática (Alenda, 2024; Arias & Burt, 2024). Há tendências autoritárias mais fortes, remetendo ao regime militar. Bolsonaro, por exemplo, elogiava a ditadura como modelo de disciplina e ordem (Alves Jr. et al., 2023). Esses líderes se apresentam como “salvadores” e defendem políticas de lei e ordem para combater crimes, corrupção e distúrbios sociais.

Argentina e Brasil tiveram eleições presidenciais polarizadas com fortes candidatos de extrema direita que reproduziram esses discursos (Venturi, 2024). Na Argentina, Javier Milei, da coalizão de extrema direita La Libertad Avanza, venceu em 2023 (55,6% a 44,4% de Sergio Massa, centro-esquerda da Unión por la Patria). Milei defendeu um mercado livre radical, redução do Estado e dolarização, usando retórica anti-establishment (Rojas, 2024; Zilla, 2024). No Brasil, a eleição de 2022 opôs Jair Bolsonaro (PL, extrema direita) a Lula (PT, esquerda);

Lula venceu com 50,9% contra 49,1%. Bolsonaro focou em nacionalismo, conservadorismo religioso e discurso anti-establishment (Lima-de-Sousa, Gómez-Iniesta e Herranz-de-la-Casa, 2023). Tanto Milei quanto Bolsonaro representam o “populismo de direita radical” (Kestler, 2022; Mudde, 2007, 2017).

Populismo de Extrema Direita como Discurso

Wodak (2015) entende o populismo de extrema direita como uma estratégia discursiva, em vez de uma ideologia fixa. Segundo ela, o populismo é construído por meio da linguagem e da comunicação, onde atores políticos empregam narrativas, retóricas e símbolos específicos para criar uma divisão entre “o povo” e “a elite” ou “os outros”. Nesse contexto, “o povo bom” é frequentemente retratado como vítima da corrupção das elites e de ameaças externas. Wodak explica que o discurso populista tende a simplificar questões políticas complexas em oposições binárias, muitas vezes por meio de processos de binarismo e oposição. Essas estratégias focam, frequentemente, em elementos-chave como: (1) emoções, particularmente o medo dos “outros”; (2) exclusão de grupos indesejáveis da “nação” imaginada, como imigrantes; (3) um senso de vitimização, onde apoiadores da extrema direita se retratam como oprimidos pela elite política corrupta e pela correção política; e (4) a narrativa de uma nação “pura”, na qual o povo bom que constrói o país ou a comunidade é retratado como ameaçado por forasteiros (imigrantes, refugiados) e inimigos internos (elites políticas, minorias). Essas articulações discursivas são cruciais para criar identidade dentro dessa ideologia, promovendo afiliação por meio da identificação.

Outro aspecto importante da retórica populista de extrema direita é seu antipluralismo (Müller, 2016). Ao excluir aqueles considerados indesejáveis — aqueles que estão “contra” o “povo puro” —, o populismo de extrema direita pode erodir normas e instituições democráticas. Populistas frequentemente minam freios e contrapesos, atacam a mídia e enfraquecem a independência judicial em sua busca pelo poder. Consequentemente, o populismo de extrema direita tem o potencial de deslegitimar todos os outros atores e perspectivas políticas.

Populismo de Extrema Direita e a Mídia

O populismo de extrema direita está fortemente conectado à capacidade de mobilizar e utilizar tanto a mídia tradicional quanto as plataformas de mídia social para amplificar e legitimar sua retórica. Moffitt (2016) argumenta que líderes populistas são habilidosos em usar a mídia para ampliar suas mensagens, mobilizar apoiadores e contornar canais tradicionais de comunicação. O aspecto performativo deste espectro político se adapta bem à natureza sensacionalista da mídia contemporânea, que frequentemente favorece o dramático e o controverso. Assim, populistas de extrema direita manipulam a mídia tradicional em seu benefício ao empregar sensacionalismo e apelos emocionais (Wodak, 2015) por meio de declarações e ações provocativas para atrair cobertura. Essas performances são cruciais para manter a visibilidade, influenciar o discurso público e moldar as percepções sobre candidatos políticos (Fuller, 2018).

A mídia tradicional também desempenha um papel vital na normalização do discurso de extrema direita (Krzyżanowski & Ekström, 2022). Ao mirar veículos jornalísticos para criar controvérsia e ganhar visibilidade para suas ideias, os populistas de extrema direita descobrem que a mídia, inadvertidamente, confere credibilidade e ajuda a naturalizar esses discursos. Escolhas editoriais, como os temas e os enquadramentos, podem impactar a percepção da audiência sobre as eleições e as propostas dos candidatos (Guazina et al., 2024).

Por fim, é importante notar ainda que, atores desta perspectiva política costumam manter uma relação robusta com as plataformas de mídia social, permitindo que seus discursos contornam os veículos tradicionais de comunicação, frequentemente retratados como tendenciosos ou parte do establishment elitista. Essa relação permite a construção de ecossistemas alternativos de mídia (Krämer, 2017; Kakavand, 2023; Williams, 2023). No contexto deste trabalho, tanto Jair Bolsonaro quanto Javier Milei utilizaram intensamente as plataformas de mídia social durante suas campanhas. Bolsonaro se notabilizou pelo uso de plataformas como Facebook, Twitter, Instagram e YouTube para compartilhar discursos ao vivo, mobilizar apoiadores e reforçar uma retórica anti-establishment. Milei, por sua vez, também adotou estratégias digitais semelhantes, fazendo lives, postando vídeos no TikTok e no Twitter, e buscando engajar seus eleitores através de mensagens provocativas e simplificadas. Em ambos os casos, o uso de redes sociais foi essencial para divulgar suas ideias de extrema direita, alcançar rapidamente grandes públicos e contornar veículos de imprensa tradicionais, reforçando o discurso populista e a imagem de “outsiders” que combatem a “velha política”. Além disso, também foram usados para realizar ataques às instituições (Santos & Felliti, 2024). Esse uso e amplificação também termina por influenciar a própria cobertura da cobertura dos jornais (Ituassu et al., 2023).

Com base nisso, queremos focar no papel que a mídia tradicional pode ter tido na propagação do discurso

anti institucional populista de extrema direita durante as eleições presidenciais em ambos os países por meio de plataformas de mídias sociais. Essas plataformas ainda são um importante elemento de informação e enquanto oferecem valor ao jornalismo que publica conteúdos ali, como visibilidade, elas também operam sob algoritmos de governança (Poell, Nieborg & van Djick, 2019) que valorizam diferentes aspectos (como emoções, por exemplo — ver Ziyada & Shanoi, 2024) e podem influenciar decisões editoriais, além da circulação e validação dessas postagens.

Abordagem Metodológica

O objetivo deste trabalho é discutir como a mídia tradicional cobriu o discurso anti-institucional de Bolsonaro e Milei nas postagens do Facebook. Buscamos compreender quais enquadramentos foram dados a esses discursos, a partir destas postagens. Para isso, escolhemos dois dos principais veículos jornalísticos tradicionais de cada país: La Nación e Clarín, da Argentina; e Estadão e Folha de São Paulo, do Brasil. Esses veículos são considerados “quality media” de seus países, além de terem tamanho e impactos semelhantes.

Para essa abordagem, utilizaremos uma abordagem multimétodo, combinando análise Análise Crítica do Discurso (Fairclough, 1995) e análise de enquadramento (Entman, 1993), bem como uma análise quantitativa do engajamento através do número total de interações de cada postagem. Nas próximas seções, apresentaremos um detalhamento desta perspectiva.

Coleta de Dados

Usamos o CrowdTangle para acessar o Facebook e coletar todas as postagens relacionadas às campanhas do segundo turno de cada eleição. Nossa busca inicial focou em postagens que continham as palavras “eleição” e “eleições” tanto em português quanto em espanhol, especificamente restringidas à “relevância local”, ou seja, circunscritas ao espaço geográfico da Argentina e do Brasil.

Os dados da Argentina foram coletados de 23 de outubro a 20 de novembro de 2023. Embora a eleição tenha ocorrido em 19 de novembro, incluímos um dia adicional para garantir que capturássemos todas as postagens relevantes sobre a eleição. Da mesma forma, os dados do Brasil foram coletados de 3 de outubro a 31 de outubro de 2022, pelas mesmas razões, já que o segundo turno ocorreu em 30 de outubro.

Após esse processo, separamos as postagens gerais das páginas oficiais de cada veículo, o que nos permitiu buscar no conjunto de dados as postagens relacionadas às eleições de cada um dos quatro veículos selecionados (já que todos usaram hashtags associadas às eleições). Esse processo nos permitiu determinar onde essas postagens foram reproduzidas. A tabela a seguir (Tabela 1) resume o número de resultados da coleta de dados, a partir destes critérios para cada veículo.

Tabela 1 - Totalidade dos coletados

Veículo	Total de Postagens
<i>La Nación</i>	626
<i>Clarín</i>	212
<i>Folha de São Paulo</i>	162
<i>Estadão</i>	109

A partir desta quantidade original de publicações sobre as eleições, separamos todas aquelas que traziam como foco o objeto deste trabalho, que são os discursos antidemocráticos dos candidatos, tendo como principal critério a separação de conteúdos que traziam questionamentos sobre o processo eleitoral. A partir desta seleção, a Tabela 2 resume os dados.

Tabela 2 - Postagens que focavam o discurso antidemocrático dos candidatos.

Veículo	Total de Postagens
<i>La Nación</i>	25
<i>Clarín</i>	4
<i>Folha de São Paulo</i>	7
<i>Estadão</i>	13

Análise de Dados

Para este estudo,, vamos debater as postagens a partir do viés teórico da Análise Crítica do Discurso (ACD) (Fairclough, 2001), principalmente através das estratégias de legitimação, e da análise de enquadramento (Entman, 1993). A ACD busca analisar as relações entre discurso que são propostos e legitimados e a sociedade. Deste modo, o discurso não apenas reproduz, mas transforma, legitima ou desafia as relações sociais e as relações de poder de uma dada sociedade (Wodak, 2015).

Para facilitar essa discussão, e proporcionar elementos que possam embasar a discussão desses impactos discursivos, trazemos o quadro clássico de funções de enquadramento de Entman (1993), que inclui quatro funções principais: (1) Definir problemas, (2) Diagnosticar causas, (3) Fazer julgamentos morais e (4) Sugerir soluções. Definir problemas envolve articular o que um agente causal está fazendo e os custos e benefícios associados (p. 52), enquanto diagnosticar causas identifica as questões subjacentes. Fazer julgamentos morais se refere à avaliação dos agentes envolvidos, e sugerir soluções trata da proposição de soluções para os problemas identificados .Essas estratégias são importantes, na medida em que nos permitem compreender como esses veículos, no Facebook, optam por sublinhar ou focar determinados elementos em detrimento de outros.

Estudo de Caso

Ao analisarmos matérias que abordavam os ataques às instituições por ambos os candidatos, notamos grande diferença no número de posts focados nesses ataques (tabela 2). La Nación (Argentina) e Estadão (Brasil) se destacaram, dedicando muito mais posts que os outros dois veículos, que deram menos atenção.

Nos veículos argentinos, observamos enquadramentos geralmente não explícitos: frequentemente usavam citações de terceiros, reproduzindo falas de Milei. Isso foi especialmente comum em La Nación, que trazia frases e comentários em quase todas as histórias. O Clarín tendia mais a narrativas sobre as declarações, embora incluísse citações ocasionais.

No Brasil, os veículos adotaram uma abordagem mais narrativa ao comunicar as falas de Bolsonaro, enfatizando o contexto em vez de simplesmente reproduzir as afirmações. Ainda que houvesse manchetes declarativas, a estratégia priorizava fornecer contexto. Assim, os enquadramentos sobre ataques às instituições variaram em cada veículo (ver Tabela 3).

Tabela 3 - Análise de enquadramento para cada tema.

Categorias	La Nación	Clarín	Estadão	Folha de SP
Ataques às instituições	Definir problemas	Definir problemas	Definir problemas, Fazer julgamentos morais	Definir problemas, Fazer julgamentos morais

O enquadramento mais comum nos veículos argentinos, ao noticiar os ataques de Milei às instituições e à democracia, foi “definir problemas”. Isso ocorreu pela tendência de reproduzir suas declarações, permitindo que Milei ditasse o tom. A maioria das postagens sobre esses temas tinha caráter declarativo, com títulos exibindo as falas e uso de linguagem emocional (adjetivos), estratégia típica da extrema direita populista (Wodak, 2015).

No La Nación (Figura 1), por exemplo, destaca-se “Fraude colossal”. O texto informa que a Libertad Avanza denunciou fraude eleitoral a um juiz na Argentina, preservando a linguagem emocional de Milei e atraindo leitores. O conteúdo circula no Facebook como na versão impressa, embora o site possa oferecer contexto adicional.

Figura 1: Postagem do La Nación do conjunto de dados. O título diz: "Desconforto e surpresa no PRO (partido) devido à acusação de Javier Milei à Gendarmería (força de segurança federal que opera sob o Ministério da Segurança)."



Fonte: dados dos autores.

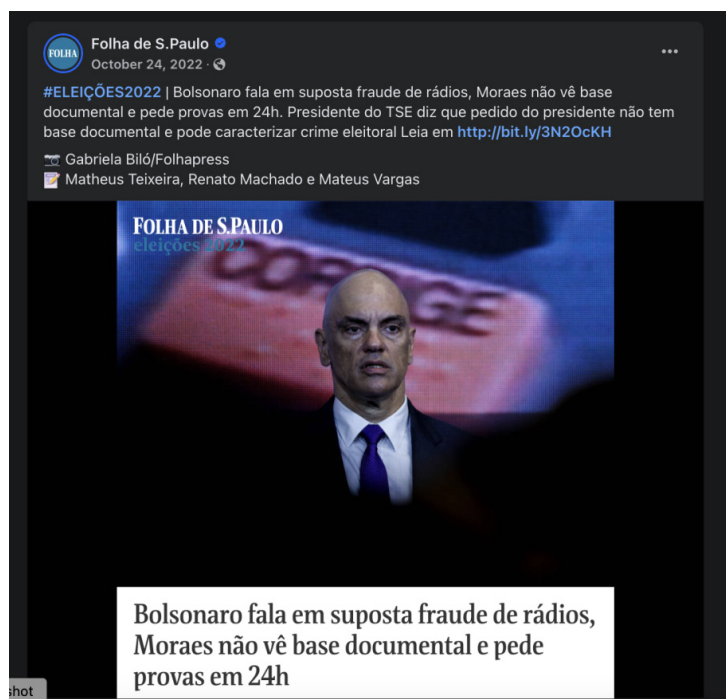
O Clarín também usou uma estratégia semelhante. Em uma das postagens focadas nas campanhas de Milei, dizia:

A MENSAGEM DE MILEI PARA O JUNTOS POR EL CAMBIO - Depois de confirmar que enfrentará Sergio Massa no segundo turno para a presidência, Javier Milei acusou os radicais de serem "traidores" por supostamente apoiar o candidato da Unión por la Patria nas eleições de domingo. No entanto, ele instou o Juntos por el Cambio a "construir uma oposição que acabe definitivamente com o kirchnerismo". (fonte: dados dos autores)

A mensagem enfatiza como Milei acusou seus opositores de serem "traidores" e afirmou a necessidade de "acabar definitivamente" com seus adversários políticos, indicando um discurso anti-institucional no sentido de enquadrar a oposição como apoiadora da suposta fraude. O discurso emocional (Wodak, 2015) é frequentemente reproduzido pela mídia, caracterizado por uma linguagem forte e citações estratégicas. Isso é significativo, pois essas declarações implicam que a fraude não foi apenas uma alegação, mas uma possibilidade genuína.

No Brasil, no entanto, embora as estratégias iniciais de enquadramento fossem semelhantes, criaram um contexto diferente. Ao abordar os ataques às instituições de modo geral, as postagens exibiam um enquadramento crítico de julgamento moral, contrastando fortemente com os da Argentina. A seguinte imagem (Figura 2), por exemplo, é da Folha de S. Paulo. A postagem explica que Bolsonaro alegou haver fraude na propaganda de rádio, afirmando que certas emissoras o excluíram de suas transmissões. No entanto, o texto contextualiza essa alegação, observando que o Tribunal Superior Eleitoral lhe deu 24 horas para apresentar provas. Além disso, o texto explica: "O presidente do Tribunal diz que o pedido não tem base documental e pode caracterizar crime eleitoral." O texto também tem o cuidado de afirmar que "Bolsonaro fala sobre uma suposta fraude" e evita a reprodução exata de suas palavras.

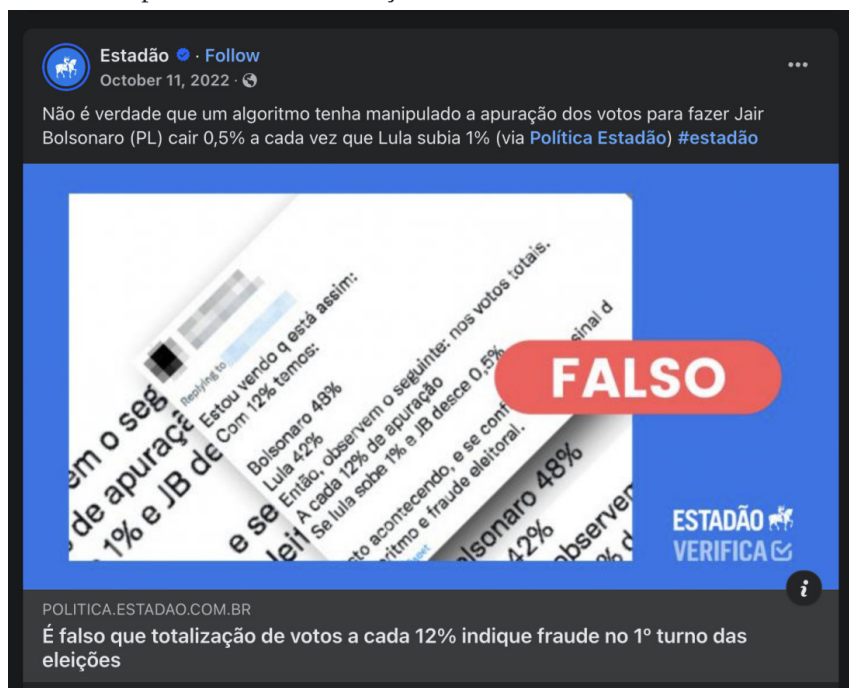
Figura 2: Postagem do Folha de S. Paulo sobre as alegações de Bolsonaro e as eleições do conjunto de dados. O título diz: "Bolsonaro fala sobre suposta fraude e Moraes (juiz do Tribunal Superior Eleitoral) não vê provas e pede-as em 24h."



Fonte: dados dos autores

Uma abordagem semelhante foi observada nas postagens do Estadão. Embora discutissem as alegações de Bolsonaro, usavam frases como "suposta fraude" e raramente reproduziam suas declarações literalmente. De fato, algumas postagens ainda incluíam checagem de fatos sobre várias das alegações de Bolsonaro (veja Figura 3).

Figura 3: Postagem do Estadão checando as alegações de Bolsonaro. O título diz: "É falso que o total de votos, cada 12%, indique fraude durante o primeiro turno da eleição."



Fonte: dados dos autores

Esses dados mostram diferenças relevantes entre a cobertura brasileira e argentina. Embora ambos tenham reproduzido declarações, os veículos brasileiros foram mais críticos em relação a Bolsonaro, oferecendo mais

contexto e enquadramentos distintos. Já os argentinos foram pouco críticos, reproduzindo apenas as falas de Milei e focando mais em emoções e palavras específicas.

A ênfase no “julgamento moral” no Brasil enfraquece a credibilidade das alegações de fraude de Bolsonaro, enquanto na Argentina as alegações de Milei são reforçadas ao “definir problemas” (Edelman, 1993). Também houve forte contraste na frequência de notícias sobre ataques às instituições: no Brasil, houve cobertura ampla das alegações de Bolsonaro; na Argentina, Milei fez repetidas declarações sobre fraude e chamou o Estado de “organização criminosa”, mas quase não foram publicadas pelas mídias locais, resultando em “silenciamento”.

Essas diferenças podem decorrer da experiência brasileira com um presidente de extrema direita e de críticas após a eleição anterior, que levaram a mudanças nas diretrizes editoriais (Miguel, 2019; Chagas & Cruz, 2022). A Argentina não passou por contexto similar.

Quanto à recepção do público, mencionar Milei gerou muito mais interações nos veículos argentinos (tabela 6). No Clarín, isso quase triplicou (2,8 vezes) o engajamento comparado a outros temas; no La Nación, foi 2,5 vezes maior. Focando especificamente nos ataques às instituições, há também aumento nas interações. No Clarín, é 2,1 vezes maior do que a média dos posts sobre eleições (mas menor que posts gerais sobre Milei). Já no La Nación, a média de interações nesses ataques é ainda mais alta: 2,2 vezes mais do que os posts sobre Milei e 5,5 vezes maior do que a média de posts sobre eleições.

Tabela 4 - Quantidade de interações geradas pelos posts - Argentina

Veículo	Média de interações em posts sobre Milei	Média de interações nos posts totais	Média interações posts com ataques às instituições
Clarín	331	117	251
La Nación	681	272	1500

No caso brasileiro, os números são semelhantes (Tabela 7). Enquanto a Folha recebeu 2 vezes mais interações ao citar ou mencionar Bolsonaro, o Estadão teve 1,2 vezes mais interações. Já nos posts que traziam os ataques às instituições, o padrão de ter mais interações que a média total se manteve, com 1,08 vezes na Folha e 1,11 no Estadão, porém, em ambos os casos, há menos interações nesses posts do que naqueles que simplesmente citaram o candidato.

Tabela 5 - Quantidade de interações geradas pelos posts - Brasil

Veículo	Média de interações em posts sobre Bolsonaro	Média de interações nos posts totais	Média interações posts com ataques às instituições
Folha	2297	1089	1186
Estadão	188	158	176,5

Esses dados mostram que, quando os meios de comunicação focaram nos candidatos populistas de direita, obtiveram muito mais atenção do que em outras notícias eleitorais. Isso sugere que, ao centralizar a cobertura nesses candidatos, conquistaram maior visibilidade e engajamento, em parte devido ao discurso carregado de emoção, declarações provocativas e ambiente polarizado (Wodak, 2015). Há também uma diferença relevante ao comparar posts sobre ataques às instituições nos dois países. Em ambos, essas matérias superaram a média de interações das notícias eleitorais, mas no Brasil geraram menos engajamento do que posts sobre o próprio candidato, enquanto na Argentina geraram mais. Isso pode estar ligado à forma de cobertura: veículos argentinos reproduziram, mais do que contextualizaram, as falas de Milei, ao passo que os brasileiros foram mais críticos e forneceram maior contextualização das declarações de Bolsonaro.

Discussão

Nossa análise destaca pontos-chave sobre como os meios de comunicação cobriram os ataques às instituições e à democracia pela extrema direita no Brasil e na Argentina. Primeiro, ambos os meios de comunicação dos dois países usaram declarações polêmicas ou impactantes, embora com abordagens diferentes de enquadramento. Esse tipo de cobertura pode beneficiar os meios de comunicação, já que esse conteúdo tende a circular amplamente (Massuchin et al., 2022).

Embora os posts raramente usassem adjetivos, eles reproduziam as palavras e emoções dos candidatos, notadamente nas declarações contra a democracia, o que foi uma característica de ambos (Alenda, 2024; Arias & Burt, 2024). No entanto, houve diferenças importantes. Apesar disso, a cobertura de Milei focou pouco nos ataques às instituições e, de modo geral, quando o fez, replicou seu discurso (Rojas, 2024; Zilla, 2024). Neste contexto, o jornalismo declaratório tem sido associado à legitimação e credibilidade desses discursos. Além disso, enquanto

os candidatos ganham visibilidade, eles também emprestam a credibilidade do meio de comunicação para suas palavras, pois, na medida que a atenção da mídia reproduz suas alegações, ela amplifica sua mensagem (Soares & Recuero, 2021). Essa estratégia pode muitas vezes legitimar o discurso de extrema direita por meio de tom emocional (Wodak, 2015) e criar afiliação (Mudde, 2016).

Em contraste, a cobertura sobre Bolsonaro centrou-se nos ataques ao *establishment* e às instituições (Guazina et al., 2024; Alenda, 2024; Arias & Burt, 2024), sempre com contextos mais críticos. No Brasil, a cobertura foi mais crítica à retórica populista de extrema-direita, frequentemente contextualizando as alegações de Bolsonaro e apontando suas inconsistências. Na Argentina, esse discurso foi desafiado muito menos frequentemente, com ataques geralmente enquadrados de forma declaratória ou neutra. Assim, os meios de comunicação argentinos, ao focarem em citações e declarações sem fornecer contexto, podem ter alimentado inadvertidamente o discurso extremista (Alves Jr et al., 2023). normalizando tais declarações (Krzyżanowski & Ekström, 2022). Além disso, o tom dessas declarações amplifica a polarização, já que a mera reprodução das palavras dos candidatos nesses posts pode aprofundar as divisões. Essa retórica frequentemente enfatizava uma narrativa de "nós contra eles". Embora isso tenha sido contestado no Brasil, como dissemos, a oposição esteve presente (Alves Jr et al., 2023).

A cobertura desses candidatos também recebe uma atenção muito maior por parte dos leitores, com muito mais interações gerais, corroborando com a ideia de que a extrema-direita tem modos mais eficientes de reproduzir e interagir com os discursos nessas plataformas (Krämer, 2017; Kakavand, 2023; Williams, 2023), seja por influência dos algoritmos, seja pela sua ação nesses espaços. Isso também sugere que no contexto das plataformas, a diferença de engajamento pode levar a decisões editoriais que privilegiem aqueles conteúdos que geram mais interação, notadamente, aqueles que são mais emocionais, como os da extrema-direita.

Outro ponto importante é que os meios de comunicação brasileiros, por meio de uma cobertura mais crítica, conseguiram fornecer contexto importante às declarações de Bolsonaro, desafiando tanto sua retórica extremista quanto seus ataques às instituições democráticas. O fato de esses posts criticarem e enquadrarem o discurso de Bolsonaro de forma mais negativa (até mesmo desmentindo-o), destacando suas contradições, pode ter desempenhado um papel crucial em contra-atacar as tentativas de Bolsonaro de minar a democracia. Esse tipo de cobertura pode ter ajudado a desmobilizar seus apoiadores durante a tentativa de golpe de 8 de janeiro, ao lançar dúvidas sobre sua legitimidade (Alves Jr. et al., 2023; Bastos & Recuero, 2023). Ao contrário da Argentina, onde as declarações extremistas de Milei muitas vezes passaram sem contestação ou foram apresentadas sem contexto, a mídia do Brasil assumiu um papel mais assertivo na fiscalização de Bolsonaro. Essa abordagem crítica não apenas proporcionou ao público uma compreensão mais clara de suas alegações problemáticas, mas também expôs as fraquezas de sua performance populista (Moffit, 2016). A visibilidade dada a Bolsonaro foi atenuada com críticas que enfraqueceram sua capacidade de alavancar plataformas de mídia.

Finalmente, observamos também que o número de interações que influencia diretamente o engajamento nas plataformas, vemos que a cobertura dos candidatos da extrema direita gera números maiores para esses veículos. Isso pode ser associado ao tipo de discurso desses atores, geralmente mais focados em emoções (como vimos, por exemplo, na reprodução das declarações de Milei) (Ziyada & Shanoi, 2024). Esse dado pode sugerir que a escolha do modo e dos atores que serão trazidos nas coberturas pode ser influenciada também pelos posts que recebem mais atenção. Esses dados reforçam a influência das estruturas de governança das plataformas (Poell, Nieborg & van Djick, 2019) nas decisões editoriais. Ao optar por uma cobertura mais crítica, os veículos brasileiros perdem em termos de interação em relação aos veículos argentinos, com coberturas mais declaratórias, novamente sublinhando que pode existir um trade-off em relação a essa cobertura, onde há um sacrifício de engajamento. Além disso, os algoritmos que mostram que a reprodução de discursos mais emotivos, como é o caso daquele da extrema-direita, podem estar mais associados a uma maior circulação.

Essa comparação entre os dois países destaca como o enquadramento midiático e as abordagens jornalísticas podem tanto legitimar quanto desacreditar as narrativas populistas de extrema direita, com implicações cruciais para o papel da imprensa na preservação da democracia. Ao observarmos os caminhos divergentes seguidos pela mídia argentina e brasileira, fica claro que o jornalismo responsável, com foco em contexto e avaliação crítica, é fundamental para evitar a normalização e o fortalecimento de figuras anti-democráticas.

Conclusão

Este artigo analisou a cobertura da mídia tradicional nas plataformas de mídia social na legitimação dos ataques às instituições dentro do discurso populista de extrema direita no Brasil e na Argentina, por meio de um estudo de caso de dois grandes jornais de cada país e suas interações no Facebook durante os períodos eleitorais. A análise revelou que os candidatos de extrema direita Jair Bolsonaro e Javier Milei tiveram seus ataques às instituições

reproduzidos nos veículos, porém, o enquadramento diferiu. Os meios de comunicação brasileiros foram mais críticos à retórica anti-democrática de Bolsonaro, frequentemente desafiando suas declarações, enquanto os meios argentinos apresentaram o discurso de Milei de forma neutra ou declaratória.

Essa diferença destaca como a cobertura midiática pode reforçar ou desafiar o populismo de extrema direita, impactando significativamente o discurso público e as instituições democráticas. Ao amplificar essas narrativas, os meios de comunicação desempenham um papel crucial, seja na normalização ou na resistência à retórica extremista, influenciando os resultados políticos em ambos os países. Embora tenhamos encontrado que as estruturas de cobertura foram feitas de maneiras diferentes, o fato de que a cobertura específica dos discursos de extrema direita parece beneficiar os veículos com mais engajamento, isso sugere que esse discurso atrai a atenção dos algoritmos das redes sociais e a relação com os princípios éticos do jornalismo.

Referências

- ALEND, S. The new radical right and dissatisfaction with democracy: Latin America in comparative perspective. *Latin American Studies Association Forum*, v. 54, n. 4, 2024. Disponível em: <https://forum.lasaweb.org/past-issues/vol54-issue4.php>. Acesso em: 10 jan. 2025.
- ALVES, M.; GROHMANN, R.; RECUERO, R.; TAVARES, C. Disinformation and the 2022 elections in Brazil: Lessons learned from South-to-South context. *INCT em Disputas e Soberanias Informacionais*, 2023. Disponível em: <https://inctdsi.uff.br/2023/11/15/disinformation-and-2022-elections-in-brazil-lessons-learned-from-a-south-to-south-context/>. Acesso em: 10 jan. 2025.
- ARIAS, E.; BUR, J.-M. The “New” extreme right in Latin America. *Forum: Latin American Studies Association*, v. 54, n. 4, 2024. Disponível em: <https://forum.lasaweb.org/past-issues/vol54-issue4.php>. Acesso em: 10 jan. 2025.
- BASTOS, M.; RECUERO, R. The Insurrectionist Playbook: Jair Bolsonaro and the National Congress of Brazil. *Social Media + Society*, v. 9, n. 4, 2023. DOI: 10.1177/20563051231211881.
- CHAGAS, L. J. V.; CRUZ, M. C. da. Jornalismo declaratório na cobertura eleitoral e a dependência das fontes oficiais. *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, v. 11, n. 2, p. 108–123, 2022. DOI: 10.25200/SLJ.v11.n2.2022.494.
- ENTMAN, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, p. 51–58, 1993.
- FAIRCLOUGH, N. *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman, 1995.
- FULLER, S. *Post-truth: Knowledge as a power game*. Anthem Press, 2018.
- GUAZINA, L.; ARAUJO, B.; SANTOS, E.; BAPTISTA, E. A. Jornalismo mainstream e populismo de extrema direita: Uma análise da cobertura jornalística das eleições presidenciais do Brasil (2018) e da Argentina (2023). In: COMPÓS. *Anais do 33º Encontro Anual da Compós*, 2024.
- ITUASSU, A.; PECORARO, C.; CAPONE, L.; LEO, L.; MANNHEIMER, V. Mídias Digitais, Eleições e Democracia no Brasil: Uma Abordagem Qualitativa para o Estudo de Percepções de Profissionais de Campanha. *Dados*, v. 66, p. e20210063, 2022.
- KAKAVAND, A. E. Far-right social media communication in the light of technology affordances: A systematic literature review. *Annals of the International Communication Association*, v. 48, n. 1, p. 37–56, 2023. DOI: 10.1080/23808985.2023.2280824.
- KALTWASSER, C. R. Dealing with populism in Latin America: Lessons for Donald Trump’s populist presidency in the United States. In: WEYLAND, K.; MADRID, R. L. (Eds.). *When democracy trumps populism: European and Latin American lessons for the United States*. Cambridge University Press, 2019, p. 35–59.
- KRÄMER, B. Populist online practices: The function of the Internet in right-wing populism. *Information, Communication & Society*, v. 20, n. 9, p. 1293–1309, 2017. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328520.
- KESTLER, T. Radical, nativist, authoritarian—Or all of these? Assessing recent cases of right-wing populism in Latin America. *Journal of Politics in Latin America*, v. 14, n. 3, p. 289–310, 2022. DOI: 10.1177/1866802X221117565.
- KRZYŻANOWSKI, M.; EKSTRÖM, M. The normalization of far-right populism and nativist authoritarianism: Discursive practices in media, journalism and the wider public sphere/s. *Discourse & Society*, v. 33, n. 6, p. 719–729, 2022. DOI: 10.1177/09579265221095406.
- LIMA-DE-SOUSA, F.-S.; GÓMEZ-INIESTA, P.; HERRANZ-DE-LA-CASA, J.-M. Populism in the communication strategy of Lula and Bolsonaro: An analysis of the television debates in Brazil’s 2022 general election. *Communication & Society*, v.

36, n. 3, p. 103–118, 2023. DOI: 10.15581/003.36.3.103-118.

MASSUCHIN, M. G.; ORSO, M.; MOURA, J. F. D.; SALEH, D. M. "TRASH!", "LEFTIST!", "SCUMBAG!", "#FAKENEWS", but not so much: Attacks and criticism towards media institutions and strategic use of journalism by online far-right activism in Brazil. *Brazilian Journalism Research*, v. 18, n. 3, p. 492–523, 2022. DOI: 10.25200/BJR.v18n3.2022.1533.

MIGUEL, L. F. Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 16, n. 2, p. 46–48, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p46>. Acesso em: 10 jan. 2025.

MOFFITT, B. *The global rise of populism: Performance, political style, and representation*. Stanford University Press, 2016.

MOFFITT, B.; TORMEY, S. Rethinking populism: Politics, mediatisation and political style. *Political Studies*, v. 62, n. 2, p. 381–397, 2014.

MUDDE, C. The populist zeitgeist. *Government and Opposition*, v. 39, n. 4, p. 541–563, 2004. DOI: 10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.

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

MUDDE, C. The populist radical right: A pathological normalcy. *West European Politics*, v. 33, n. 2, p. 297–320, 2016. DOI: 10.1080/01402380903541716.

MÜLLER, J.-W. *What is populism?* University of Pennsylvania Press, 2016.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Platformisation. *Internet Policy Review*, v. 8, n. 4, p. 1–13, 2019. DOI: 10.14763/2019.4.1425.

PEREIRA, A. Understanding right-wing populism (or the extreme right). *Forum: Latin American Studies Association*, v. 54, n. 4, 2024. Disponível em: <https://forum.lasaweb.org/past-issues/vol54-issue4.php>. Acesso em: 10 jan. 2025.

PEREIRA, A. W. *Right-wing populism in Latin America and beyond*. Routledge, 2023. DOI: 10.4324/9781003311676.

ROCHA, C.; SOLANO, E.; MEDEIROS, J. The new right and the rise of Jair Bolsonaro. In: CASTRO-REA, J.; SOLANO, E. (Eds.). *The right in the Americas: Distinct trajectories and hemispheric convergences*. Routledge, 2023, p. 123–145. DOI: 10.4324/9781003352266-12.

ROJAS, R. Backing extremism in Argentina: The working-class vote for Javier Milei. *New Labor Forum*, v. 33, n. 2, p. 66–76, 2024. DOI: 10.1177/10957960241245694.

SANTOS, Jao Guilherme Bastos dos; FELITTI, Guilherme. Ataque à eleição presidencial no YouTube: algoritmos de busca, recomendação de vídeo e contestação eleitoral. In: ITUASSU, Arthur; MATOS, Eurico (orgs.). *Democracia, desinformação e radicalização: as mídias digitais e a eleição de 2022 no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora da PUCRJ, 2024.

SILVA, M. Media and disinformation in the 2022 Brazilian elections. *Political Discourse Journal*, v. 23, n. 4, p. 1–19, 2022. DOI: 10.1080/10584609.2022.2051983.

SOARES, F.; RECUERO, R. How the mainstream media help to spread disinformation about Covid-19. *M/C Journal*, v. 24, n. 1, 2021. DOI: 10.5204/mcj.2735.

VAN DIJK, T. A. *Discourse and power*. Palgrave Macmillan, 2008.

VENTURI, S. Political polarization in Argentina's 2023 election: A case study of Milei vs. Massa. *Journal of Latin American Studies*, v. 56, n. 3, p. 249–267, 2024.

WILLIAMS, R. Social media and the rise of the far right. *Authorea*, 2023. DOI: 10.22541/au.167451399.93722008/v2.

WODAK, R. *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. Sage, 2015.

ZANOTTI, L.; GALUPPO, L.; BASILE, C. Populism and globalism: The rise of far-right populism in Latin America. *Comparative Political Studies*, v. 39, n. 3, p. 185–202, 2021. DOI: 10.1080/10584609.2021.2023097.

ZIYADA, M.; SHAMOI, P. Video popularity in social media: Impact of emotions, raw features and viewer comments. In: IEEE SCIS ISIS 2024. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2407.16272>. DOI: 10.48550/arXiv.2407.16272.

ZILLA, C. Argentina after the election: Challenges and opportunities for the new government. *German Institute for International and Security Affairs*, 2024. Disponível em: <https://www.swp-berlin.org/en/publication/argentina-after-the-election>. Acesso em: 10 jan. 2025.