

Plataformas digitais e comunicação presidencial na América do Sul: padrões recorrentes no Twitter/X

Digital Platforms and Presidential Communication in South America: Recurring Patterns on Twitter/X

Plataformas digitales y comunicación presidencial en Sudamérica: patrones recurrentes en Twitter/X

ROBERT FELIPE PINHEIRO

Doutorando e mestre pelo programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Universidade Federal da Bahia). É associado do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (<https://inctdd.org>). Entre seus principais temas de interesse estão a democracia digital, a campanha permanente, a religião e a política.

ASMYNNE BARBOSA DOS SANTOS

Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), é mestre em Cultura e Sociedade (UFMA), especialista em Cinema e Linguagem Audiovisual (Estácio). Atua como jornalista na TV UFMA e professora de Língua Portuguesa (SEMED São Luís-MA). Entre seus principais temas de interesse estão as plataformas, o trabalho digital, o jornalismo e a democracia digital.

Plataformas digitais e comunicação presidencial na América do Sul: padrões recorrentes no Twitter/X

Digital Platforms and Presidential Communication in South America: Recurring Patterns on Twitter/X

Plataformas digitales y comunicación presidencial en Sudamérica: patrones recurrentes en Twitter/X

Robert Felipe Pinheiro¹ e Asmyenne Barbosa dos Santos²

¹ Universidade Federal da Bahia, Brasil

robertfelipe@gmail.com (<https://orcid.org/0009-0001-7217-9260>)

² Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

asmyenne.barbosa@gmail.com (<https://orcid.org/0000-0002-1802-4233>)

Recibido: 29-01-2026 / Aceptado: 07-04-2026

<https://doi.org/10.18800/conexion.202601.010>

RESUMO

Este artigo analisa padrões recorrentes de comunicação política em plataformas digitais a partir da atuação de presidentes sul-americanos ideologicamente distintos no Twitter/X. O estudo examina postagens publicadas por Jair Bolsonaro (Brasil), Nicolás Maduro (Venezuela), Iván Duque (Colômbia) e Alberto Fernández (Argentina) durante seus respectivos mandatos, considerando a plataforma como infraestrutura central da visibilidade política contemporânea. A pesquisa combina análise de conteúdo com indicadores de frequência e modos de uso, buscando identificar convergências funcionais nos repertórios comunicacionais mobilizados pelos atores analisados. Os resultados indicam que, apesar das di-

ferenças ideológicas e contextuais, os presidentes compartilham formas semelhantes de ocupação do espaço digital, marcadas pela centralidade da visibilidade presidencial, pela difusão contínua de ações de governo, pela personalização da comunicação e pelo uso recorrente de ataques, conteúdos simbólicos e mensagens de confronto. Esses achados sugerem que a mediação exercida pelas plataformas digitais contribui para a reorganização do espaço público digital na América do Sul.

ABSTRACT

This article analyzes recurring patterns of political communication on digital platforms based on the actions of ideologically distinct South American presidents on Twitter/X. The study examines posts

published by Jair Bolsonaro (Brazil), Nicolás Maduro (Venezuela), Iván Duque (Colombia), and Alberto Fernández (Argentina) during their respective terms in office, considering the platform as a central infrastructure for contemporary political visibility. The research combines content analysis with frequency indicators and modes of use, seeking to identify functional convergences in the communication repertoires mobilized by the actors analyzed. The results indicate that, despite ideological and contextual differences, the presidents share similar ways of occupying the digital space, marked by the centrality of presidential visibility, the continuous dissemination of government actions, the personalization of communication, and the recurrent use of attacks, symbolic content, and confrontational messages. These findings suggest that the mediation exercised by digital platforms contributes to the reorganization of the digital public space in South America.

RESUMEN

Este artículo analiza patrones recurrentes de comunicación política en plataformas digitales a partir de la actuación de presidentes sudamericanos ideológicamente distintos en Twitter/X. El estudio examina las publicaciones de Jair Bolsonaro (Brasil), Nicolás Maduro (Venezuela), Iván Duque (Colombia) y Alberto Fernández (Argentina) durante sus respectivos mandatos, considerando la plataforma como infraestructura central de la visibilidad política

contemporánea. La investigación combina el análisis de contenido con indicadores de frecuencia y modos de uso, buscando identificar convergencias funcionales en los repertorios comunicativos movilizados por los actores analizados. Los resultados indican que, a pesar de las diferencias ideológicas y contextuales, los presidentes comparten formas similares de ocupación del espacio digital, marcadas por la centralidad de la visibilidad presidencial, la difusión continua de las acciones del Gobierno, la personalización de la comunicación y el uso recurrente de ataques, contenido simbólico y mensajes de confrontación. Estos hallazgos sugieren que la mediación ejercida por las plataformas digitales contribuye a la reorganización del espacio público digital en Sudamérica.

PALAVRAS-CHAVE / KEYWORDS /
PALABRAS CLAVE

Plataformas digitais, comunicação política, esfera pública, Twitter/X, América do Sul / digital platforms, political communication, public sphere, Twitter/X, South America / plataformas digitales, comunicación política, esfera pública, Twitter/X, Sudamérica

Introdução

O papel das plataformas digitais na reorganização da esfera pública consolidou-se, nas últimas duas décadas, como um dos principais eixos de debate no cam-

po da comunicação política. A partir de eventos como a eleição de Donald Trump, em 2016, e o escândalo da Cambridge Analytica, em 2017, tornaram-se mais visíveis os efeitos políticos de um ecossistema comunicacional estruturado em torno de plataformas privadas, marcado pela centralidade das métricas, uso intensivo de dados e mediação algorítmica da visibilidade pública. A comunicação política passa, assim, a ser atravessada por disputas em torno da interpretação e do consumo dos conteúdos, recolocando essas práticas como um problema de poder político e de dimensão ideológica (Tarricco e Paz García, 2020). Esses processos intensificaram questionamentos sobre o papel das plataformas na conformação do debate público e na estabilidade dos regimes democráticos contemporâneos.

Na América do Sul, esses debates se articulam a um contexto político e econômico marcado por profundas desigualdades, heterogeneidades históricas e distintas orientações ideológicas e projetos de integração regional (Nery, 2021). Apesar dessas diferenças, a região tem sido caracterizada, com exceção do caso venezuelano, por processos recorrentes de alternância no poder presidencial, nos quais campanhas eleitorais e mandatos passaram a se apoiar de forma crescente nas plataformas digitais como instrumentos centrais de comunicação política. Assim, as plataformas passam a operar como arenas privilegiadas de disputa simbólica, mobilização política e construção de narrativas

públicas, frequentemente em tensão com mediações institucionais e jornalísticas tradicionais, como demonstram estudos recentes realizados na região (Carreiro e Matos, 2019; Mitozo et al., 2020; Ponce, 2019; Prieto Fernández, 2022).

Do ponto de vista teórico, a centralidade assumida pelas plataformas digitais nas disputas políticas contemporâneas reconfigura questões clássicas relativas à esfera pública, à mediação e à formação da opinião pública. Em sua análise sobre a mudança estrutural da esfera pública, Habermas (2003) destaca o papel central da visibilidade na constituição do debate democrático. Nas democracias contemporâneas, essa visibilidade foi historicamente mediada por sistemas profissionais de comunicação, sobretudo o jornalismo, responsável por funções de seleção, enquadramento e hierarquização das informações de interesse público (Lopes et al., 2023).

A expansão das plataformas digitais altera esse arranjo ao permitir que atores políticos contornem mediações tradicionais e se comuniquem diretamente com grandes audiências. No entanto, como argumenta Gomes (2018), esse processo não implica a eliminação da mediação, mas sim sua reconfiguração: a visibilidade pública passa a ser organizada por infraestruturas privadas que controlam os fluxos de circulação, engajamento e atenção, introduzindo novas formas de centralização e opacidade no debate público.

Em contextos eleitorais, essa reorganização torna-se particularmente sensível. As plataformas não apenas ampliam o alcance e a velocidade das mensagens políticas, como também tendem a favorecer determinados tipos de conteúdo, frequentemente associados ao conflito, à mobilização emocional e à polarização (Gomes e Maia, 2008; Recuero, 2009). Nos últimos anos, um conjunto crescente de pesquisas tem deslocado o foco da análise das estratégias comunicacionais de atores políticos individuais para os efeitos sistêmicos da mediação digital sobre a comunicação política e o funcionamento da esfera pública. Esse movimento reflete a consolidação das plataformas como infraestruturas centrais do debate político, bem como o reconhecimento de que suas lógicas de funcionamento tendem a produzir padrões recorrentes de visibilidade, engajamento e circulação de discursos. Ainda assim, permanece o desafio de articular essas abordagens estruturais com evidências empíricas comparáveis, especialmente em análises que considerem diferentes contextos ideológicos e nacionais no Sul Global.

É nesse marco que se insere o presente artigo. A partir da análise de padrões recorrentes de comunicação política observados em perfis presidenciais sul-americanos de espectros ideológicos distintos, o trabalho busca examinar como esses atores mobilizam a plataforma no exercício do poder e como tais usos se organizam em termos de conteúdo e repertórios discursivos.

Analisamos postagens publicadas nos perfis oficiais no Twitter/X de quatro presidentes sul-americanos: Jair Bolsonaro (Brasil) e Iván Duque (Colômbia), de direita; e Nicolás Maduro (Venezuela) e Alberto Fernández (Argentina), de esquerda, durante seus respectivos mandatos. Os dados foram coletados por meio da API da plataforma e compreendem postagens originais, respostas e republicações realizadas no período analisado. A investigação combina análise de conteúdo das mensagens com indicadores de frequência e engajamento, permitindo identificar padrões recorrentes de comunicação política. O recorte comparativo busca observar convergências funcionais no uso das plataformas por atores ideologicamente distintos, tomando esses padrões como evidência empírica dos efeitos observáveis da mediação digital sobre a esfera pública e os processos eleitorais na América do Sul.

Plataformas digitais, visibilidade e esfera pública

A consolidação das plataformas digitais como infraestruturas centrais da comunicação política contemporânea tem sido compreendida, pela literatura recente, como parte de um processo mais amplo de reconfiguração estrutural da esfera pública. Longe de funcionarem apenas como novos canais de difusão de mensagens, plataformas como Twitter/X, TikTok e Instagram operam como ambientes sociotécnicos que organizam a visibilidade

pública, regulam fluxos de atenção e condicionam as formas de interação política.

Do ponto de vista da teoria da esfera pública, a visibilidade constitui um elemento central para a vida democrática. Habermas (2003) destaca que a esfera pública se organiza em torno da publicidade dos assuntos de interesse comum, sendo a visibilidade condição para a formação da opinião pública e para a legitimação do poder político. Nas democracias contemporâneas, essa visibilidade foi historicamente mediada por instituições e sistemas profissionais de comunicação, sobretudo o jornalismo, responsável por funções de seleção, enquadramento e hierarquização das informações. Como argumenta Gomes (2018), praticamente todos os insumos relevantes para a vida pública circulam por uma esfera de visibilidade mediada, estruturada por rotinas produtivas, linguagens específicas e critérios institucionais de relevância.

A expansão das plataformas digitais reconfigura a mediação da comunicação política ao alterar as formas pelas quais a visibilidade pública é organizada. Embora possibilitem que atores políticos se comuniquem diretamente com grandes audiências, essas plataformas não eliminam a mediação, mas a reorganizam. Assim, observa-se um processo de reintermediação no qual a visibilidade deixa de ser predominantemente editorial e passa a ser organizada por infraestruturas privadas que controlam os fluxos de circula-

ção, engajamento e atenção por meio de métricas, interfaces e incentivos técnicos (Gomes, 2018).

Essa mediação ocorre em ambientes comunicacionais específicos que impõem constrangimentos e oferecem incentivos às práticas políticas. Não há comunicação política fora da mediação: os atores operam sempre dentro de ecossistemas que condicionam as formas de visibilidade, interação e disputa simbólica (Aldé, 2011). No caso das plataformas digitais, esses ambientes são organizados segundo lógicas de circulação acelerada e quantificação da atenção, que, embora ampliem a diversidade formal de vozes, não eliminam assimetrias de poder comunicacional. Os processos de descentralização podem coexistir com novas formas de centralização simbólica, produzindo hierarquias persistentes de visibilidade e concentração da atenção (Maia, 2008).

Essa reorganização da mediação pública está diretamente vinculada à dimensão econômica das plataformas digitais. A partir de uma perspectiva crítica da economia política da comunicação, Fuchs (2017) destaca que essas plataformas operam como empresas capitalistas orientadas à extração de dados, atenção e engajamento, de modo que os critérios de visibilidade e circulação dos discursos políticos são inseparáveis de seus modelos de negócio. Nesse contexto, estilos comunicacionais baseados na personalização, na polarização e na mobilização

afetiva tendem a ser favorecidos, não apenas como escolhas estratégicas individuais, mas como respostas funcionais aos incentivos estruturais das plataformas, que recompensam conteúdos capazes de gerar interação rápida e circulação ampliada (Staab e Thiel, 2022).

Embora a literatura destaque que as plataformas favorecem determinados estilos comunicacionais, esses ambientes não determinam diretamente as estratégias adotadas pelos atores políticos. As funcionalidades técnicas estabelecem condições de visibilidade e circulação, mas sua apropriação concreta resulta também de decisões estratégicas tomadas por atores e equipes de comunicação. Nesse sentido, a mediação digital não deve ser entendida como um mecanismo determinista, e sim como um arranjo que reorganiza as formas de acesso à visibilidade pública, historicamente desempenhadas por mediações jornalísticas. É a partir dessa compreensão que este artigo analisa padrões recorrentes de comunicação política nesses ambientes, em especial no Twitter/X, buscando observar convergências empíricas associadas às condições compartilhadas de visibilidade oferecidas pela plataforma. Ao comparar a atuação de presidentes sul-americanos ideologicamente distintos, o trabalho busca compreender em que medida convergências empíricas observadas refletem menos os projetos políticos específicos e mais os constrangimentos estruturais impostos pelas plataformas digitais à esfera pública contemporânea.

A escolha do Twitter/X como objeto empírico deste estudo justifica-se pela centralidade historicamente assumida por essa plataforma nas dinâmicas da comunicação política contemporânea. Desde sua criação, em 2006, o Twitter consolidou-se como um espaço privilegiado de circulação de discursos políticos, especialmente entre atores institucionais, jornalistas e formadores de opinião, configurando-se como uma arena estratégica da visibilidade pública digital. Como argumenta Jungherr (2014), trata-se de uma plataforma particularmente adequada para a comunicação política em razão de sua arquitetura orientada à circulação rápida de mensagens, à indexação temática por *hashtags* e à amplificação de conteúdos por meio de *retweets*, o que favorece sua inserção nos ciclos noticiosos e nas disputas simbólicas em torno da agenda pública. Diversos estudos apontam, ainda, que o Twitter tem desempenhado um papel relevante na mediação entre representantes e representados, tanto em contextos eleitorais quanto no exercício cotidiano do poder (Conceição, 2017; Ekman e Widholm, 2014).

Comunicação política, plataformas digitais e o recorte sul-americano

A centralidade das plataformas digitais na comunicação política tem sido amplamente documentada pela literatura internacional, sobretudo a partir de estudos realizados nos Estados Unidos e na Europa, que apontam para a incorpo-

ração das redes sociais ao exercício cotidiano do poder, para além dos períodos eleitorais. Nos últimos anos, pesquisas desenvolvidas na América do Sul têm indicado que dinâmicas semelhantes também se manifestam de forma consistente na região, contribuindo para ampliar o mapa empírico da comunicação política digital e reforçando a necessidade de análises que considerem contextos diversos no Sul Global.

Estudos empíricos realizados em diferentes países sul-americanos demonstram que presidentes e governos passaram a utilizar plataformas digitais como canais centrais de comunicação política. No caso brasileiro, pesquisas indicam que o Twitter foi incorporado ao repertório comunicacional presidencial como espaço regular de divulgação de agendas, ações governamentais e posicionamentos políticos, frequentemente em tensão com mediações jornalísticas tradicionais (Carreiro e Matos, 2019; Mitozo et al., 2020). Esses trabalhos evidenciam que o uso das plataformas não se restringe à lógica eleitoral, mas se estende aos mandatos, assumindo funções institucionais relevantes na mediação entre governo e cidadãos.

Pesquisas realizadas em outros contextos nacionais da região apontam resultados convergentes. Estudos sobre a Argentina e o Chile indicam o uso recorrente das redes sociais por lideranças políticas para a construção de narrativas governamentais, a mobilização de apoios e a

disputa por visibilidade pública, sugerindo que as plataformas se consolidaram como arenas privilegiadas da comunicação política nesses países (Ponce, 2019; Prieto Fernández, 2022). Ainda que esses trabalhos se concentrem em casos nacionais específicos, em conjunto eles apontam para padrões recorrentes de uso das plataformas por atores políticos em diferentes contextos institucionais e ideológicos.

Análises comparativas reforçam essa percepção ao evidenciar convergências no uso político das plataformas por lideranças sul-americanas. Ao examinar a comunicação presidencial no Twitter durante a pandemia da COVID-19, Carreiro et al. (2022) analisam os casos de Brasil, Argentina, Chile e Venezuela e identificam padrões semelhantes de uso da plataforma em um contexto de crise, sugerindo que a lógica de funcionamento das redes digitais tende a moldar práticas comunicacionais presidenciais para além das diferenças ideológicas. Resultados semelhantes são apontados por estudos anteriores que investigaram o uso do Twitter por presidentes latino-americanos sob a perspectiva da representação política e dos processos de desintermediação comunicacional (Rossini e Leal, 2012).

Esse conjunto de evidências empíricas permite compreender a comunicação política em plataformas digitais na América do Sul não como um fenômeno excepcional, mas como parte de um processo mais

amplo de reorganização da esfera pública em ambientes digitais. A relevância do recorte regional reside, assim, na possibilidade de observar como padrões globais de mediação digital se manifestam em contextos marcados por desigualdades estruturais e trajetórias institucionais diversas, contribuindo para o debate internacional a partir de evidências produzidas em um contexto ainda pouco explorado de forma comparativa. Como destaca a própria agenda editorial da revista *Conexión*, os meios e redes digitais constituem hoje arenas centrais da política contemporânea na América Latina, influenciando a construção de agendas, a visibilidade de atores políticos e a dinâmica do debate público (Acevedo Rojas, 2019).

Metodologia

Este artigo adota uma abordagem quantitativa-qualitativa baseada em análise de conteúdo de postagens publicadas por presidentes sul-americanos no Twitter/X, com o objetivo de identificar padrões recorrentes de comunicação política associados à mediação das plataformas digitais. A análise busca observar convergências no uso da plataforma por lideranças ideologicamente distintas, priorizando a identificação de efeitos estruturais da mediação digital sobre a comunicação política.

O corpus da pesquisa é composto por postagens publicadas nos perfis oficiais de Jair Bolsonaro (Brasil), Nicolás Maduro (Venezuela), Iván Duque (Colômbia)

e Alberto Fernández (Argentina). Cada postagem, incluindo *tweets* e *retweets*, foi considerada uma unidade de análise. A coleta dos dados foi automatizada por meio da ferramenta DMI 4CAT: Capture and Analysis Toolkit, utilizada para a extração sistemática de conteúdos publicados em plataformas digitais. A extração foi realizada em setembro de 2021, a partir dos perfis oficiais dos presidentes analisados. Foram coletados os seguintes campos: conteúdo textual da postagem (*body*), autor (*author*), nome completo do autor (*author_fullname*), identificador do autor (*author_id*), fonte ou dispositivo de publicação (*source*), idioma identificado automaticamente (*language_guess*), indicador de conteúdo potencialmente sensível (*possibly_sensitive*), número de *retweets* (*retweet_count*), número de respostas (*reply_count*), número de citações (*quote_count*), indicação de *retweet* (*is_retweet*), indicação de *tweet* com citação (*is_quote_tweet*), indicação de resposta (*is_reply*), *hashtags* (*hashtags*), *links* incluídos na postagem (*urls*), imagens anexadas (*images*), perfis mencionados (*mentions*) e usuário ao qual a postagem responde (*reply_to*).

A análise concentrou-se no conteúdo textual das postagens (*body*), que constituiu a unidade principal de codificação. *Tweets* originais, *retweets* e *replies* foram tratados como unidades equivalentes de análise, considerando-se que todos contribuem para a estratégia comunicacional presidencial.

Antes da delimitação temporal da amostra, faz-se necessária uma breve contextualização dos atores políticos analisados, uma vez que trajetórias, posições institucionais e contextos nacionais distintos influenciam os estilos de comunicação adotados nas plataformas digitais.

Jair Bolsonaro, presidente do Brasil no período analisado (2019-2022), foi eleito em 2018 após uma campanha fortemente ancorada nas plataformas digitais, em especial nas redes sociais. Associado a posições da extrema direita, Bolsonaro construiu sua visibilidade pública a partir de discursos confrontacionais, críticas recorrentes à imprensa profissional e apelos diretos a seus apoiadores. Durante o período analisado, sua comunicação ocorreu em meio a tensões institucionais e políticas, intensificadas por disputas com o Judiciário, críticas à condução da pandemia e mobilizações de rua favoráveis e contrárias ao governo. Em 2021, manifestações ocorreram em diferentes regiões do país em razão do descontentamento com a gestão da crise sanitária, da situação econômica e de conflitos políticos, compondo um ambiente de forte polarização. Nesse contexto, Bolsonaro manteve o Twitter/X como um canal central de comunicação governamental, utilizando-o tanto para divulgar ações e agendas oficiais quanto para atacar adversários políticos e veículos de mídia, borrando as fronteiras entre comunicação institucional e retórica de campanha.

Na Venezuela, Nicolás Maduro ocupa a presidência desde 2013, em um contexto marcado por crise política, econômica e institucional prolongada, além de sanções internacionais e disputas regionais. O país atravessava um cenário de hiperinflação e deterioração socioeconômica, ainda presente em 2021, com impactos relevantes na dinâmica política interna e na comunicação governamental. Nesse período, também se destacavam tensões fronteiriças e conflitos envolvendo grupos armados na região, frequentemente mobilizados no discurso oficial. Seu perfil no Twitter/X se caracteriza pelo uso intensivo da plataforma, com volume de publicações significativamente superior ao dos demais presidentes analisados. As postagens combinam divulgação de ações governamentais, mobilização simbólica de apoiadores, ataques a opositores e críticas sistemáticas à mídia internacional, compondo uma estratégia de comunicação permanente voltada à manutenção de apoio político e à legitimação do poder.

Iván Duque, por sua vez, exerceu a presidência da Colômbia entre 2018 e 2022, alinhado a posições de centro-direita e a uma agenda econômica liberal. Durante o período analisado, o país enfrentava um cenário de forte mobilização social, intensificado em abril de 2021 por protestos nacionais contra propostas de reforma tributária, desigualdade social e críticas à condução governamental da pandemia. As manifestações reuniram milhares de

pessoas em diversas cidades e resultaram na retirada da proposta fiscal e em mudanças ministeriais, evidenciando um ambiente de contestação política significativa. Diferentemente de outros líderes da amostra, Duque adotou um tom mais institucional em sua comunicação no Twitter/X, com predominância de postagens relacionadas à agenda oficial, ações de governo e mensagens de caráter protocolar. Ainda assim, a plataforma foi utilizada como instrumento regular de visibilidade política em meio a esse contexto de instabilidade social.

Na Argentina, Alberto Fernández assumiu a presidência em dezembro de 2019, liderando uma coalizão de centro-esquerda e tendo Cristina Fernández de Kirchner como vice-presidente. Durante o período analisado, o país enfrentava uma crise econômica prolongada, marcada por inflação elevada, aumento da pobreza e dificuldades fiscais, agravadas pelo impacto da pandemia. Nos primeiros meses de 2021, a inflação de alimentos continuou pressionando o custo de vida e ampliando o descontentamento social, mesmo diante de tentativas de controle de preços por parte do governo. Seu uso do Twitter/X durante o mandato caracteriza-se por uma comunicação menos confrontacional e mais informativa, com ênfase na divulgação de medidas governamentais, políticas públicas e anúncios econômicos.

Dessa forma, mesmo em um contexto temporal comum, marcado pela pande-

mia da COVID-19, a heterogeneidade das conjunturas nacionais funciona como elemento de controle analítico, reforçando a interpretação de que as convergências observadas não decorrem apenas de um “efeito de conjuntura”, mas também podem estar associadas ao ambiente comunicacional das plataformas.

O recorte temporal compreende o período de 20 de janeiro a 30 de abril de 2021, totalizando 100 dias consecutivos, definido a partir de uma observação exploratória prévia da frequência e do conteúdo das postagens. Esse recorte foi definido com o objetivo de assegurar a comparabilidade entre os casos analisados, concentrando a observação em um período comum aos quatro presidentes e que não coincidissem com campanhas eleitorais simultâneas nos países estudados. Essa escolha buscou evitar que a comunicação observada estivesse diretamente condicionada por dinâmicas eleitorais específicas, permitindo examinar o uso da plataforma no exercício cotidiano do mandato. O intervalo selecionado coincide, ainda, com um momento em que a pandemia da COVID-19 ocupava posição central nas agendas nacionais, oferecendo um contexto compartilhado para a comunicação presidencial em países ideologicamente distintos. Dessa forma, o período analisado combina uma condição comum de debate público com variações contextuais próprias de cada país, favorecendo a identificação de padrões recorrentes no uso da plataforma.

No intervalo observado, foram coletadas 3639 postagens, distribuídas da seguinte forma: Jair Bolsonaro (715), Nicolás Maduro (1308), Iván Duque (767) e Alberto Fernández (849). A opção de analisar todos os perfis no mesmo período buscou permitir a comparação de temas e padrões de comunicação tratados simultaneamente pelos presidentes.

Para o tratamento do material empírico, utilizou-se a análise de conteúdo, seguindo as etapas de pré-análise, codificação e interpretação, conforme sistematizadas por Sampaio e Lycarião (2021). A elaboração das categorias analíticas combinou revisão da literatura sobre comunicação política em plataformas digitais (Aharony, 2012; Carreiro et al., 2022; Mesquita, 2018; Rossini e Leal, 2012), resultando na construção de um livro de códigos (Anexo 1) voltado à identificação de tipos de conteúdo, enquadramentos discursivos e formas de interação. A análise articulou a codificação temática das postagens com indicadores de frequência e engajamento, permitindo identificar padrões recorrentes de uso da plataforma.

As categorias foram aplicadas com base no conteúdo predominante de cada mensagem, admitindo-se apenas uma classificação principal por unidade. Para reduzir ambiguidades, foram definidos critérios de inclusão e exclusão para cada categoria, bem como exemplos representativos, disponibilizados no livro de códigos.

Destaca-se, ainda, que a categorização foi operacionalizada com base em critérios semânticos explícitos, distinguindo, por exemplo, postagens voltadas à divulgação de ações governamentais, mobilização política, construção de imagem pessoal, ataques a adversários e conteúdos simbólicos.

Por fim, ressalta-se que a análise buscou identificar padrões recorrentes de uso da plataforma, sem assumir relações causais diretas entre a arquitetura do Twitter/X e as estratégias comunicacionais observadas. Parte-se do pressuposto de que as plataformas estabelecem condições de visibilidade e interação que orientam as práticas políticas, mas que tais práticas também resultam de decisões estratégicas tomadas pelos atores analisados. Assim, as convergências identificadas são interpretadas como aproximações empíricas potencialmente associadas à mediação das plataformas, sem excluir a influência de contextos nacionais ou escolhas comunicacionais específicas.

Resultados

Categorias de conteúdo

Como esperado, os presidentes analisados utilizam seus perfis no Twitter principalmente para divulgar ações de governo, registrar compromissos oficiais e tornar públicas posições políticas adotadas ao longo do mandato. Nos quatro casos observados, as categorias ações de governo

e agenda institucional concentram parte significativa das postagens, indicando que a plataforma tem sido incorporada à rotina comunicacional do exercício do poder. Ainda que com variações de estilo e ênfase, a presença recorrente desses conteúdos sugere que os perfis presidenciais funcionam como espaços permanentes de exposição da atividade governamental (Figura 1).

A categoria ações de governo aparece de forma especialmente frequente nos perfis de Jair Bolsonaro e Nicolás Maduro, nos quais é comum o uso do Twitter para apresentar iniciativas do Executivo e divulgar medidas administrativas, muitas vezes por meio de vídeos, transmissões ao vivo e registros de atividades oficiais (Figura 2). Em Iván Duque e Alberto Fernández, embora com menor intensidade relativa, essa categoria também se mantém presente ao longo do período analisado, apontando para o uso da plataforma como canal regular de visibilidade das ações do governo.

Já a agenda institucional se destaca sobretudo no perfil de Alberto Fernández, em que se configura como a categoria mais recorrente, associada à divulgação de viagens oficiais, reuniões multilaterais e participação em fóruns internacionais. Em Nicolás Maduro, essa dimensão se articula com conteúdos sobre política externa e meio ambiente, frequentemente acompanhados de posicionamentos críticos em relação à ordem econômica global. Nos diferentes casos, a exposição da rotina ofi-

cial contribui para a manutenção de uma presença contínua do presidente no espaço digital, reforçando a visibilidade de compromissos e atividades institucionais.

A categoria imagem pessoal também se mostra relevante em todos os perfis, evidenciando a centralidade da personalização na comunicação política contemporânea. Em Maduro, destaca-se a presença recorrente da esposa em registros públicos; em Fernández, a exposição pessoal se associa tanto a pautas de direitos quanto a episódios ligados à pandemia (Figura 3). Ainda que mobilizada de maneiras distintas, essa dimensão atravessa os quatro casos, indicando a incorporação sistemática de estratégias de humanização e proximidade simbólica.

No que se refere à mobilização, observa-se um uso convergente sobretudo em contextos de crise, como no período da COVID-19. Em Duque, por exemplo, a categoria é marcada por apelos diretos à população para o cumprimento de medidas sanitárias, enquanto em Maduro aparecem mensagens de encorajamento combinadas a discursos de caráter político-ideológico. Em ambos, a mobilização ultrapassa a convocação política tradicional e se estende a práticas de engajamento cívico, ampliando o escopo da comunicação presidencial nas plataformas.

A categoria ataques revela diferenças de intensidade, mas também aproximações quanto à função desempenhada no re-

Figura 1
Presidentes x categorias de conteúdo

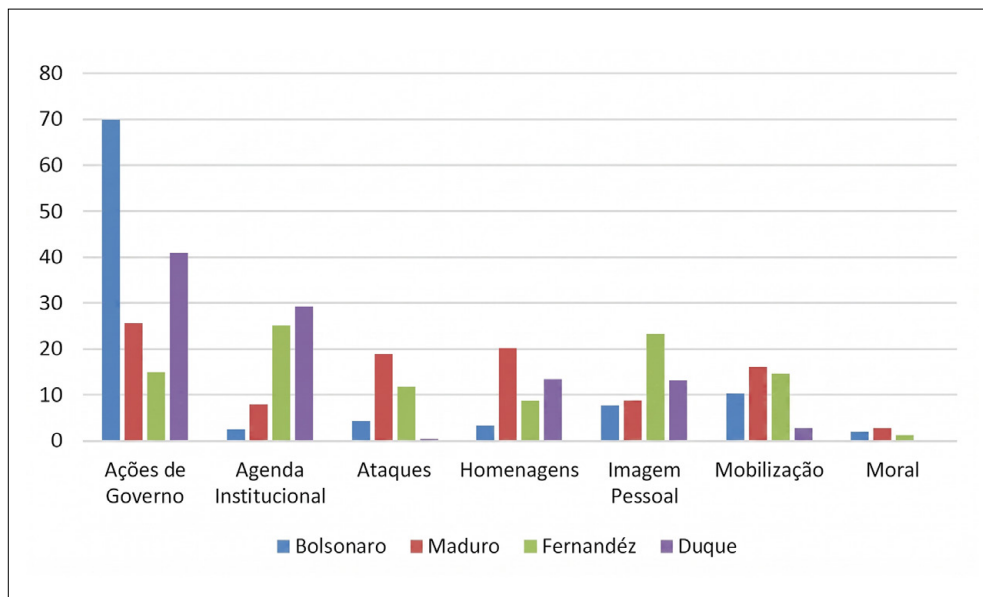


Figura 2

Exemplo de tweet de Maduro apresentando ações econômicas de governo



Nota. Do Con los CLAP derrotaremos la criminal guerra y el bloqueo genocida. Por ello, el llamado es a hacer mucho más [Imagem em anexo] [Post], por N. Maduro [@NicolasMaduro], 13 de março de 2021, X (<https://x.com/NicolasMaduro/status/1370541755389599749>).

Figura 3

Exemplo de tweet de Fernández categorizado como imagem pessoal



Nota. Do Hoy volví a dar clases de Teoría General del Delito y Sistema de la Pena en la Facultad de Derecho [Imagem em anexo] [Post], por A. Fernández [@alferdez], 10 de março de 2021, X (<https://x.com/alferdez/status/1369723308564971527>).

repertório comunicacional. Maduro apresenta presença expressiva dessa dimensão, ainda que com variações no tom, enquanto em Duque os ataques aparecem de forma mais restrita e concentrados sobretudo em críticas ao governo venezuelano (Figura 4). Mesmo quando menos frequente, a presença dessa categoria nos quatro perfis sugere que o confronto discursivo integra, em graus distintos, a gramática da visibilidade política nas plataformas.

Por fim, as categorias homenagens e moral, embora menos recorrentes, contribuem para delinear aspectos simbólicos da comunicação presidencial. Em Maduro, a moral se associa fortemente a referências religiosas utilizadas para reforçar mensagens de cuidado e esperança durante a pandemia; em Duque, esse tipo de conteúdo é residual, indicando escolhas comunicacionais distintas. Já as homenagens cumprem, nos diferentes perfis, uma função protocolar de reconhecimento de datas e personagens, compondo o repertório simbólico da presença pública presidencial.

Tomadas em conjunto, as categorias analisadas indicam que, apesar das diferenças ideológicas e contextuais, os presidentes observados compartilham um conjunto relativamente estável de práticas comunicacionais nas plataformas digitais. A centralidade das ações de governo, a recorrência da agenda institucional, a presença consistente da imagem pessoal, o

uso funcional da mobilização e a inserção de discursos adversariais configuram um repertório que se repete, com variações de ênfase, nos quatro casos. Mais do que destacar contrastes, a análise evidencia aproximações funcionais na maneira como a comunicação presidencial se organiza no espaço digital, deixando em aberto, para momentos posteriores do artigo, a interpretação mais ampla desses padrões.

Intensidade e modos de uso da plataforma

A análise da intensidade e dos modos de uso do Twitter/X evidencia diferenças relevantes na forma como os presidentes analisados incorporam a plataforma à comunicação cotidiana do mandato. Considerando o período observado, Nicolás Maduro é o presidente com maior volume total de publicações (1308 postagens), seguido por Alberto Fernández (849), Iván Duque (767) e Jair Bolsonaro (715). Esses números indicam níveis distintos de atividade, mas também confirmam que, em todos os casos, a plataforma é utilizada de maneira contínua e sistemática, e não apenas de forma episódica.

Além do volume total, a distribuição das postagens ao longo do tempo aponta para padrões diferenciados de regularidade. Maduro apresenta uma presença particularmente intensa, com elevada média de publicações ao longo do período analisado. Fernández e Duque exibem padrões intermediários, combinando regularida-

Figura 4

Exemplo de tweet de Duque atacando o exército venezuelano



Nota. Do Es claro que el narcotráfico ha sido el arma del 'Cartel de los Soles' en Venezuela, y ese es, tal [Video em anexo] [Post], por I. Duque [@IvanDuque], 9 de fevereiro de 2021, X (<https://x.com/IvanDuque/status/1359243587817504777>).

de com momentos de maior concentração de conteúdo. Bolsonaro, embora com menor número absoluto de postagens, também mantém frequência consistente, assegurando presença permanente no espaço digital.

Quando se observam os modos de uso da plataforma, a distribuição entre *tweets* originais, *retweets* e *replies* revela estratégias comunicacionais distintas. Iván Duque privilegia majoritariamente a publicação de *tweets* originais, que representam a maior parte de seu conteúdo. Nicolás Maduro e Alberto Fernández, por sua vez, recorrem com maior frequência aos *retweets*, utilizando a ferramenta como mecanismo de amplificação de mensagens previamente publicadas, seja pelo próprio perfil, seja por contas alinhadas ao governo. Jair Bolsonaro apresenta um padrão específico, caracterizado pela predominância de *replies*.

Apesar dessas variações, observa-se que, nos quatro casos, o uso do Twitter/X é fortemente orientado para a difusão de conteúdos, com participação limitada de interações diretas com outros usuários. Os *replies*, embora relevantes no caso de Bolsonaro, não configuram, de modo geral, um padrão de diálogo sistemático. Isso é porque essas respostas não configuram interações com outros usuários, mas *replies* ao próprio perfil, utilizados como forma de encadeamento de mensagens em sequência. Esse uso sugere a adoção do formato de fio como estratégia

de organização e ampliação da comunicação presidencial. Nesse sentido, os *replies* funcionam menos como mecanismo de diálogo e mais como recurso de estruturação e difusão contínua da comunicação dentro da lógica da própria plataforma.

Em conjunto, os dados indicam que a plataforma é mobilizada principalmente como espaço de visibilidade contínua da comunicação presidencial, estruturada por diferentes combinações entre emissão direta de mensagens e amplificação seletiva de conteúdos.

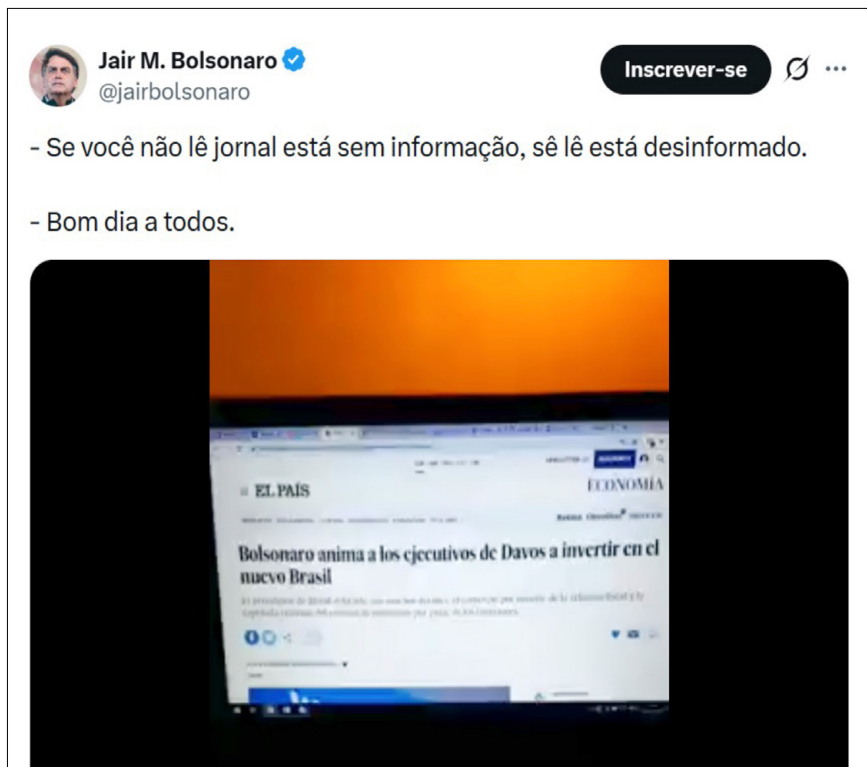
Discussão

A análise dos conteúdos publicados pelos presidentes observados permite notar recorrências e contrastes na forma como determinados temas e repertórios discursivos são mobilizados no Twitter/X. Mais do que apontar causas ou efeitos diretos da mediação digital, os dados possibilitam descrever aproximações empíricas entre atores politicamente distintos, bem como diferenças relevantes na organização de suas estratégias comunicacionais.

Um dos pontos em que se observam aproximações relevantes diz respeito ao uso da categoria ataques nos perfis de Jair Bolsonaro e Nicolás Maduro. No caso brasileiro, ataques a adversários políticos (especialmente políticos do Partido dos Trabalhadores) correspondem a 55% dos conteúdos dessa categoria, seguidos por críticas à imprensa (Figura 5), com

Figura 5

Exemplo de tweet de Bolsonaro atacando a imprensa



Nota. Do – Se você não lê jornal está sem informação, sê lê está desinformado. – Bom dia a todos.

[Video em anexo] [Post], por J. M. Bolsonaro [@jairbolsonaro], 26 de abril de 2021, X

(<https://x.com/jairbolsonaro/status/1386640318242693122>).

21%, e ao Poder Judiciário (15%). Esses ataques foram frequentemente articulados a disputas em torno das medidas de enfrentamento à COVID-19, com críticas a governadores e prefeitos que adotaram restrições sanitárias, enquadradas pelo presidente como práticas autoritárias ou “comunistas”. De modo semelhante, no perfil de Nicolás Maduro, ataques a adversários políticos representam 19% da categoria, com destaque para críticas diretas ao opositor Juan Guaidó, frequentemente acompanhadas de acusações pessoais e tentativas de deslegitimação pública. Assim como Bolsonaro, Maduro também direciona ataques à imprensa, sobretudo internacional, com críticas explícitas a veículos e jornalistas específicos. Ainda que os alvos e os enquadramentos variem conforme o contexto político nacional, em ambos os casos a categoria ataques ocupa espaço relevante no repertório comunicacional presidencial.

Nos perfis de Iván Duque e Alberto Fernández, a presença de ataques se configura de maneira distinta e com menor intensidade relativa. No caso argentino, críticas a adversários políticos concentram 75% dos conteúdos dessa categoria, seguidas por ataques ao Poder Judiciário (19%) e à imprensa (5%), indicando que, embora menos confrontacional em outras dimensões, Fernández também recorre ao Twitter/X como espaço de disputa simbólica, especialmente em contextos de conflito institucional envolvendo o sistema

judicial. Já Iván Duque apresenta a menor incidência relativa de ataques entre os quatro presidentes analisados.

Essa postura mais belicosa pode ser entendida como estratégia para “desviar problemas sérios, responsabilizar terceiros pelos insucessos do seu governo ou dificultar o diálogo com a imprensa, Legislativo e Judiciário serve como gasolina para inflamar a base eleitoral do agente político” (Pinheiro, 2022, p. 97).

Outro ponto de aproximação entre Jair Bolsonaro e Nicolás Maduro pode ser observado na forma como ambos recorreram à plataforma durante a pandemia da COVID-19. Embora o recorte empírico não se concentre exclusivamente nesse tema, os dados indicam que os dois presidentes utilizaram o Twitter para divulgar e defender medicamentos apresentados como alternativas ao tratamento da doença: a cloroquina, no caso brasileiro, e o Carvativir, no caso venezuelano. A presença de referências às forças armadas também se destaca como elemento comum nos perfis de Bolsonaro e Maduro. Em ambos os casos, militares aparecem como símbolos de ordem, proteção e estabilidade institucional, seja em registros de eventos oficiais, seja em postagens associadas a discursos de soberania e defesa nacional. Esses conteúdos contribuem para a construção de narrativas que associam autoridade política à força institucional, ainda que mobilizadas com sentidos específicos em cada contexto nacional.

A dimensão religiosa constitui outro ponto de convergência parcial entre os dois presidentes, embora acionada por matrizes distintas. Bolsonaro recorre com maior frequência a referências ao protestantismo e a lideranças evangélicas, enquanto Maduro mobiliza símbolos e discursos associados ao catolicismo. Em ambos os perfis, contudo, a religião aparece como recurso simbólico utilizado para reforçar valores morais, construir proximidade com segmentos específicos da população e conferir legitimidade ética às ações governamentais. Ainda que quantitativamente menos expressiva do que outras categorias, essa presença religiosa se mantém de forma recorrente ao longo do período analisado. Em termos mais amplos, esse tipo de conteúdo recoloca questões clássicas relativas à visibilidade pública e à dimensão normativa do debate político. Como discutido por Habermas (2003), a formação da opinião pública envolve disputas em torno de valores, crenças e legitimidades, agora reconfiguradas em ambientes digitais mediados por plataformas privadas.

Em conjunto, os dados sugerem que, apesar das diferenças ideológicas e contextuais, os presidentes analisados compartilham repertórios discursivos parcialmente sobrepostos, especialmente no que se refere ao uso de ataques, à mobilização simbólica de instituições como as forças armadas e à incorporação de elementos morais e religiosos. Essas aproximações evidenciam que determinados formatos e temas reaparecem de modo recorrente

em contextos distintos, oferecendo pistas importantes para compreender a organização contemporânea da comunicação presidencial no espaço digital.

Nesse sentido, a análise contribui para o debate sobre a reorganização da esfera pública ao evidenciar que disputas políticas contemporâneas tendem a se estruturar em torno de formatos comunicacionais recorrentes, amplamente visíveis e centrados na figura do líder. A presença reiterada de conteúdos adversariais, de narrativas morais e da exposição contínua da ação governamental aponta para uma esfera pública cada vez mais organizada em torno da performance presidencial e da gestão da atenção, ainda que os dados não permitam estabelecer relações causais diretas entre essas práticas e os efeitos políticos delas decorrentes.

A comparação entre líderes ideologicamente distantes, como Jair Bolsonaro e Nicolás Maduro, mostra que repertórios semelhantes podem ser acionados em contextos políticos distintos, sugerindo que a mediação exercida pelas plataformas digitais constitui uma condição compartilhada de circulação do discurso político. Embora não determine diretamente os conteúdos ou estratégias mobilizadas, essa mediação contribui para organizar a comunicação presidencial em torno de formatos recorrentes, como a difusão contínua de ações de governo, a personalização das mensagens e o uso de conteúdos de confronto e apelo simbólico.

Ao mesmo tempo, os dados indicam que o uso do Twitter/X pelos presidentes analisados se orienta predominantemente para a difusão de mensagens, com baixos níveis de interação direta, reforçando a compreensão da plataforma como espaço de emissão contínua mais do que de deliberação. Nesse contexto, as convergências identificadas devem ser interpretadas como resultado da combinação entre características do ambiente comunicacional das plataformas e escolhas estratégicas dos atores políticos, e não como efeito determinista da arquitetura tecnológica.

Entre as limitações do estudo, destacam-se o recorte temporal concentrado em um único período de mandato e a análise restrita a uma plataforma digital. Pesquisas futuras podem aprofundar essa agenda ao incorporar outros contextos eleitorais, ampliar o número de atores analisados ou explorar plataformas com lógicas comunicacionais distintas. Ainda assim, os achados aqui apresentados oferecem evidências empíricas relevantes para compreender como a mediação das plataformas digitais participa da reorganização da esfera pública e dos processos eleitorais na América do Sul, contribuindo para o avanço das pesquisas sobre comunicação política em ambientes digitais.

REFERÊNCIAS

- Acevedo Rojas, J. (2019). Comunicación política: viejos y nuevos temas en la era de la globalización y los medios digitales. *Conexión*, (11), 9-13. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/21089>
- Aldé, A. (2011). Cidadãos na rede: tipos de internautas e sua relação com a informação política online. *Contemporânea*, 9(3), 370-389. <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporanea/poscom/article/view/5809>
- Aharony, N. (2012). Twitter use by three political leaders: An exploratory analysis. *Online Information Review*, 36(4), 587-603. <https://doi.org/10.1108/14684521211254086>
- Bolsonaro, J. M. [@jairbolsonaro]. (2021, 26 de abril). - *Se você não lê jornal está sem informação, se lê está desinformado. - Bom dia a todos.* [Vídeo em anexo] [Post]. X. <https://x.com/jairbolsonaro/status/1386640318242693122>
- Carreiro, R. e Matos, E. (2019, 15-17 de maio). *Presidente eleito, e agora? Analisando as estratégias de comunicação digital no Twitter do Governo de Jair Bolsonaro* [Trabalho apresentado]. VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (Compolítica), UnB, Brasília, DF, Brasil.
- Carreiro, R., Mesquita, P., e Silva, R. (2022). Comunicação e discurso político em tempos de crise: o uso do Twitter por presidentes sul-americanos na pandemia da Covid-19. *Comunicação & Inovação*, 23(52). <https://doi.org/10.13037/ci.vol25n52.8169>
- Conceição, R. C. (2017). *Campanhas on-line e polarização política: O uso do Twitter nas eleições presidenciais brasileiras de 2014* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório Institucional da UFBA.
- Duque, I. [@IvanDuque]. (2021, 9 de fevereiro). *Es claro que el narcotráfico ha sido el arma del 'Cartel de los Soles' en Venezuela, y ese es, tal* [Vídeo em anexo] [Post]. X. <https://x.com/IvanDuque/status/1359243587817504777>
- Ekman, M. e Widholm, A. (2017). Political communication in an age of visual connectivity: Exploring Instagram practices among Swedish politicians. *Northern Lights: Film & Media Studies Writing*, 15(1), 15-32. https://doi.org/10.1386/nl.15.1.15_1
- Fernández, A. [@alferdez]. (2021, 10 de março). *Hoy volví a dar clases de Teoría General del Delito y Sistema de la Pena en la Facultad de Derecho* [Imagem em anexo] [Post]. X. <https://x.com/alferdez/status/1369723308564971527>
- Fuchs, C. (2017). Marx's *Capital* in the information age. *Capital & Class*, 41(1), 51-67. <https://doi.org/10.1177/0309816816678573>
- Gomes, W. (2018). Por que a comunicação é tão importante quando se pensa a democracia? Em *Introdução à teoria democrática. Conceitos, histórias, instituições e questões transversais* (pp. 335-347). Editora UFMG.
- Gomes, W. e Maia, R. C. M. (2008). *Comunicação e democracia. Problemas e perspectivas*. Paulus.

- Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa* (Trad. F. R. Kothe). Tempo Brasileiro.
- Jungherr, A. (2014, 1º de março). *Twitter in politics: A comprehensive literature review*. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2402443
- Lopes, F., Araújo, R., Magalhães, O. e Santos, C. A. (2023). The visibility of specialised sources in journalism: The example of COVID-19. *Comunicação e Sociedade*, (43). <https://journals.openedition.org/cs/9338>
- Maduro, N. [@NicolasMaduro]. (2021, 13 de março). *Con los CLAP derrotaremos la criminal guerra y el bloqueo genocida. Por ello, el llamado es a hacer mucho más* [Imagem em anexo] [Post]. X. <https://x.com/NicolasMaduro/status/1370541755389599749>
- Maia, R. C. M. (2008). Democracia e a internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação. Em *Comunicação e democracia - problemas & perspectivas*. https://www.academia.edu/9639949/Democracia_e_a_internet_como_esfera_publica_virtual_aproximacao_às_condições_de_deliberação
- Mesquita, P. (2018). *A comunicação política em redes digitais: um estudo de caso do uso do Facebook por governadores de estado do Brasil* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório Institucional da UFBA.
- Mitozo, I., Costa, G. e Rodrigues, C. (2020). How do traditional media incorporate statements from political actors in social media? An analysis of the framing of Jair Bolsonaro's tweets in Brazilian journalism. *Brazilian Journalism Research*, 16(1), 152-177. <https://doi.org/10.25200/BJR.v16n1.2020.1256>
- Nery, T. (2021). Unasul e política externa brasileira: a América do Sul na geopolítica mundial contemporânea. Em *A política externa brasileira e a UNASUL: Geopolítica e expansão do capitalismo brasileiro na América do Sul* [e-book] (pp. 197-265). EDUERJ. <https://doi.org/10.7476/9786587949192.0005>
- Pinheiro, R. (2022). *O uso do Twitter por presidentes durante a campanha eleitoral e mandato: os casos da Argentina, do Brasil, do Chile, da Colômbia e da Venezuela* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório Institucional da UFBA.
- Ponce, M. (2019). Twitter como espaço para comunicação governamental? As falsas promessas dos presidentes na América Latina. *Lumina*, 13(1), 126-156. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2019.v13.27764>
- Prieto Fernández, J. L. (2022). *Gabriel Boric y su victoria en las elecciones presidenciales chilenas de 2021. El uso de Instagram como herramienta de comunicación política* [Dissertação de mestrado, Universidad de Sevilla]. idUS. <https://hdl.handle.net/11441/134813>
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Editora Sulina.

- Rossini, P. G. e Leal, P. R. F. (2012). Os perfis de presidentes latino-americanos no Twitter: Desafios da representação política no contexto da desintermediação comunicacional. *Cadernos de Estudos Sociais e Políticos*, 1(2), 96-119. <https://www.e-publicacoes.uerj.br/CESP/article/view/19022>
- Sampaio, R. C. e Lycarião, D. (2021). *Análise de conteúdo categorial: manual de aplicação*. Enap. <http://repositorio.enap.gov.br/handle/1/6542>
- Staab, P. e Thiel, T. (2022). Social media and the digital structural transformation of the public sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 129-143. <https://doi.org/10.1177/02632764221103527>
- Taricco, L. e Paz García, A. P. (2020). #Cultura digital: reflexiones en torno a los consumos políticos contemporáneos. *Conexión*, (14), 23-37. <https://doi.org/10.18800/conexion.202002.001>

ANEXO 1

LIVRO DE CÓDIGOS

CATEGORIA	CÓDIGOS
Ações de governo	– Prestação de contas – Desenvolvimento de políticas públicas – Ações de toda a administração pública comandada pelo presidente
Agenda institucional	– Visitas oficiais às obras de infraestrutura, hospitais, etc. – Cobertura de eventos institucionais – Participação em reuniões – Viagens oficiais
Imagem pessoal	– Cotidiano pessoal – Elogios a si – Associação com a população e artistas – Defesa de ataques
Ataques	– Ataques à imprensa, aos adversários políticos, ao judiciário ou a outros países
Homenagens	– Parabenização a cidades e personalidades públicas – Reflexões sobre datas comemorativas – Notas de pesar
Moral	– Referências aos princípios e figuras religiosas – Referências a prescrições morais
Mobilização	– Conteúdo encorajando a população – Convites/divulgação de manifestações – Apoio a outros políticos – Convite/divulgação de outros canais de comunicação
Outros	– Conteúdos que não se encaixam em nenhuma categoria

Autores correspondientes: Robert Felipe Pinheiro
(robbertfelipe@gmail.com), Asmyenne Barbosa dos Santos
(asmyenne.barbosa@gmail.com)

Roles de autor: Pinheiro, R.: conceptualización;
metodología; investigación; curación de datos; escritura -
borrador original; escritura, revisión y edición.

Santos, A.: escritura, revisión y edición

Cómo citar este artículo: Pinheiro, R. F. y Santos, A. B. dos.
(2026). Plataformas digitais e comunicação presidencial na
América do Sul: padrões recorrentes no Twitter/X. *Conexión*,
(25), 293-321. <https://doi.org/10.18800/conexion.202601.010>

Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los
términos de Licencia Creative Commons Atribución 4.0
Internacional (CC BY 4.0), que permite el uso, la distribución
y la reproducción sin restricciones en cualquier medio,
siempre que se cite correctamente la obra original.