

# Activistas, políticos y medios de comunicación: las relaciones de la extrema derecha con la esfera mediática\*

Michele Goulart Massuchin  
Maíra Orso

Universidade Federal do Paraná

 0000-0001-7918-4487; mimassuchin@gmail.com

 0000-0003-1942-1377; maira.m.orso@gmail.com

Bruno Bernardo de Araújo

Universidade Federal de Mato Grosso

 0000-0002-8288-2718; brrunoaraujo@gmail.com



© las autoras y el autor

Fecha de presentación: noviembre de 2024

Fecha de aceptación: julio de 2025

Fecha de publicación: julio de 2025

**Cita recomendada:** GOULART MASSUCHIN, M.; ORSO, M. y ARAÚJO, B. B. de (2025). «Activistas, políticos y medios de comunicación: las relaciones de la extrema derecha con la esfera mediática». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 72, 151-167. <<https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3825>>

## Resumen

Este artículo analiza cómo los actores institucionales y no institucionales de la extrema derecha brasileña se relacionan con la práctica periodística y las organizaciones mediáticas. Los conflictos con los grupos mediáticos se han estudiado, en su mayor parte, a partir del comportamiento de políticos y partidos. Sin embargo, la extrema derecha es un grupo político diverso en su composición y las redes sociales permiten que diversas voces influyan en la esfera pública digital. En este sentido, el presente artículo compara las manifestaciones en Twitter (actualmente, X), considerando el origen de los actores —institucional y no institucional— como la variable independiente. Fueron analizados 4.888 tuits que hicieron referencia a los medios de comunicación en el periodo de 2019 a 2022, a partir de las características del tipo de periodismo utilizado por dichos agentes, para identificar si existieron ataques y críticas, y se compararon los datos entre los subgrupos de la extrema derecha. Los datos confirmaron que la institucionalización marca una diferencia en el comportamiento de los grupos. Los actores no institucionales atacan más a la prensa

\* Esta investigación ha sido financiada por el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq, Brasil), en el marco del Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología en Disputas y Soberanías Informacionales (INCT-DSI), código 406504/2022-9.

y utilizan más los medios hiperpartidistas como fuente, mientras que los agentes del Estado utilizan la comunicación gubernamental en sus discursos.

**Palabras clave:** periodismo; extrema derecha; medios tradicionales; medios hiperpartidistas

**Resum.** *Activistes, polítics i mitjans de comunicació: les relacions de l'extrema dreta amb l'esfera mediàtica*

Aquest article analitza com els actors institucionals i no institucionals de l'extrema dreta brasilera es relacionen amb la pràctica periodística i les organitzacions mediàtiques. Els conflictes amb els grups mediàtics s'han estudiat, la majoria, a partir del comportament de polítics i partits. No obstant això, l'extrema dreta és un grup polític divers quant a composició i les xarxes socials permeten que diverses veus influeixin en l'esfera pública digital. En aquest sentit, el present article compara les manifestacions a Twitter (actualment, X) considerant l'origen dels actors —institucional i no institucional— com la variable independent. Es van analitzar 4.888 tuits que feien referència als mitjans de comunicació en el període de 2019 a 2022, a partir de les característiques del tipus de periodisme utilitzat per aquests agents, per identificar si va haver-hi atacs i crítiques, i es van comparar les dades entre els subgrups de l'extrema dreta. Les dades van confirmar que la institucionalització marca una diferència en el comportament dels grups. Els actors no institucionals ataquen més la premsa i utilitzen més els mitjans hiperpartidistes com a font, mentre que els agents de l'Estat utilitzen la comunicació governamental en els seus discursos.

**Paraules clau:** periodisme; extrema dreta; mitjans tradicionals; mitjans hiperpartidistes

**Abstract.** *Activists, politicians, and media: the relationships established by the far right with the media sphere*

This article analyses how institutional and non-institutional actors within the Brazilian far right engage with journalistic practices and media organisations. Previous studies on conflicts with media groups have largely focused on the behaviour of politicians and political parties. However, the far right in Brazil is politically diverse in its composition, and social media platforms enable a wide range of voices to influence the digital public sphere. In this context, the article compares discursive manifestations on Twitter, using the origin of the actors—whether institutional or non-institutional—as the independent variable. A total of 4,888 tweets referring to the media, published between 2019 and 2022, were analysed. The study examines the type of journalism referenced by these actors to determine whether the tweets contained attacks or criticism, and compares the data across far-right subgroups. The findings confirm that the degree of institutionalisation shapes the behaviour of these groups. Non-institutional actors are more likely to attack the press and rely more frequently on hyperpartisan media as sources, whereas state actors tend to use official government communications in their discourse.

**Keywords:** journalism; right wing; Brazil; mainstream media; hyperpartisan media

## 1. Introducción

La relación entre las esferas política y mediática ha demostrado ser compleja en diferentes contextos (Egelhofer et al., 2021; Figenschou e Ihlebæk, 2019; Bhat y Chadha, 2020; Carlson et al., 2021; Roberts y Wahl-Jorgensen, 2020). En Brasil, las tensiones entre los medios tradicionales, el poder ejecutivo y los actores políticos de derecha fueron frecuentes durante el gobierno de Bolsonaro (Fernandes et al., 2022; Marques, 2023; Oliveira et al., 2021; Nicoletti y Flores, 2022). Simultáneamente, aumentó la circulación de información producida por medios hiperpartidistas (Santos, 2021) y el uso de contenidos periodísticos por conveniencia (Massuchin et al., 2022). El presente artículo analiza las relaciones que establece la extrema derecha con los medios de comunicación, al considerar la pluralidad de agentes que forman parte de este grupo político, especialmente agentes institucionales y no institucionales.

Con la esfera pública digital, nuevos actores han obtenido visibilidad: *influencers*, medios alternativos y activistas. Estas nuevas voces orbitan alrededor de actores políticos institucionalizados, electos o que ocupan cargos estatales, al producir contenidos que simpatizan con ellos y al compartir sus discursos. La extrema derecha brasileña está compuesta por una gran pluralidad de actores (Rennó, 2022; Tatagiba y Galvão, 2019) y cuenta principalmente con el apoyo de un ala religiosa fuerte y activa (Mariano y Gerardi, 2019). Muchos disputan las elecciones, pero otros siguen ocupando puestos destacados en sus iglesias y actuando como defensores del expresidente. En este sentido, se les considera activistas digitales (Yang, 2016). Aunque no tienen vínculos oficiales y/o formales, son actores activos en la defensa del gobierno y sus políticas conservadoras.

Si bien la extrema derecha actúa con base en estrategias discursivas alineadas entre sí (Bennett y Livingston, 2020), dichos actores pueden tener comportamientos y discursos diferentes, lo que estaría relacionado con su origen: institucional y no institucional. En este sentido, la hipótesis del presente trabajo es que la relación con los medios, como estrategia (Egelhofer et al., 2021), es atravesada por la perspectiva institucional (Lowndes y Roberts, 2013; Petters, 2019). En otras palabras, los que ingresan en las instituciones políticas tienden a mostrar comportamientos diferentes del grupo de activistas digitales. Más específicamente, quien ocupa cargos en el gobierno tiene una relación más sutil con los medios, influenciada por su posición institucional. Esto se debe a la necesidad de atención pública que posee y a la visibilidad que le otorgan los medios (Egelhofer et al., 2021).

Así, los matices del conflicto entre la extrema derecha y los medios de comunicación son complejos e involucran a un grupo variado de agentes, ya que la extrema derecha incluye miembros institucionales y no institucionales. Ante esto, los objetivos del presente artículo son: identificar qué periodismo —tradicional o hiperpartidista— es operado por la extrema derecha brasileña y verificar si los distintos actores interactúan en forma de ataques y

críticas. Los datos empíricos incluyen dos grupos de cuentas de extrema derecha de Twitter (actualmente, X) que representan la pluralidad ideológica del grupo: agentes estatales y activistas religiosos. Fueron monitoreadas 13 cuentas entre 2019 y 2022, con un total de 46.370 tuits. Del total se seleccionaron 4.888 que hacían referencia a medios de comunicación. A través del análisis de contenido (AC) cuantitativo, se estudiaron los aspectos siguientes: la identificación del actor y/o de la organización de prensa referenciada en el texto del tuit; la presencia de críticas o ataques, y los agentes atacados o criticados. Las variables se compararon entre los grupos institucionales y no institucionales.

## 2. Extrema derecha, ataques a los medios y nuevos actores informativos

Durante décadas, los medios tradicionales fueron hegemónicos en la esfera pública. En Brasil, esta centralidad estaba en el sistema de medios concentrado en conglomerados (Albuquerque, 2022). Sin embargo, recientemente, este modelo se ha relativizado ante el surgimiento de nuevos actores que ahora desafían dicha hegemonía en la esfera digital (Santos y Albuquerque, 2024). Son políticos electos y agentes no institucionales vinculados a la derecha populista, como activistas, celebridades, personas influyentes, líderes religiosos y medios alternativos que manejan el debate público.

Mientras tanto, líderes y grupos activistas vinculados a la extrema derecha (Carlson et al., 2021; Roberts y Wahl-Jorgensen, 2020), incluidos los medios alternativos (Figenschou e Ihlebæk, 2019; Bhat y Chadha, 2020), han actuado para difamar y descalificar la actividad de los medios de comunicación. Para ello, recurren a un discurso que divide el mundo entre «nosotros» y «ellos» (Mudde, 2019). Los medios tradicionales son tildados de productores de noticias falsas y defensores del *statu quo* que el liderazgo populista quiere romper (Roberts y Wahl-Jorgensen, 2020).

La crítica a la prensa no es nueva, pero este estudio se centra en la que va más allá del límite de la crítica democrática al periodismo (Cheruiyot, 2024). Los agentes de extrema derecha actúan en contra de este propósito, con el objetivo de difamar al periodismo y descalificarlo (Egelhofer et al., 2021). Además, existen ataques directos, basados en términos peyorativos dirigidos a los profesionales de la prensa (Marques, 2023).

Con la descentralización de los medios digitales, proliferan con gran visibilidad los sitios web de derecha hiperpartidistas (Figenschou e Ihlebæk, 2019; Bhat y Chadha, 2020). Estos buscan construir coberturas periodísticas desde la perspectiva exclusiva de actores y organizaciones políticas del mismo espectro ideológico. La literatura se refiere a ellos como *medios alternativos* (Strömbäck, 2023; Waisbord, 2022), radicales (Atton, 2002) o un tipo de pseudomedios (Palau-Sampio, 2023) que, incluso, parecen salir ilesos de las críticas (Egelhofer et al., 2021). En su conjunto, configuran el actual sistema de medios híbridos, que mezcla viejas y nuevas lógicas de producción, consumo y distribución de información (Chadwick, 2017). Estos constituyen una

importante base de información y aparecen como voces autorizadas en grupos de mensajería (como Whatsapp y Telegram) (Santos, 2021; Recuero y Soares, 2022). En Brasil, estos medios van desde blogs hasta portales de noticias, que imitan el lenguaje periodístico (Gomes y Dourado, 2019). Junto con perfiles de activistas de derecha, se reunieron con una línea de apoyo a Bolsonaro, al formar lo que se llama «red bolsonarista» (Oliveira y Maia, 2020; Piaia y Alves, 2020).

La extrema derecha brasileña es, además, heterogénea y tiene matices (Rennó, 2022), ya sea en las agendas —que van de la defensa de la familia tradicional al antipetismo, del militarismo al neoliberalismo y al rechazo a la política institucional (Cesarino, 2022)— o en los grupos que la integran, desde políticos hasta activistas, pasando por celebridades, fundamentalistas religiosos, empresarios, organizaciones y periodistas con trayectoria en grandes medios de comunicación. El bolsonarismo, por lo tanto, unió a audiencias previamente dispersas, con agendas específicas, en torno a un proyecto colectivo de disrupción institucional (Rennó, 2022).

Ante esto, surge la pregunta acerca de si las relaciones de la extrema derecha con el periodismo (Waisbord, 2020; Marques, 2023) siguen una lógica de ataque y hostilidad generalizada o si existen diferencias entre subgrupos. Este trabajo se centra en los ataques direccionados a los medios, a pesar de reconocer la compleja relación que permea las esferas política y mediática. Hay una discusión importante sobre los usos estratégicos de los medios tradicionales (Massuchin et al., 2022), que no será abarcada por este análisis, y también un contexto de alineamiento editorial hasta las agendas y los discursos de la extrema derecha, como es el caso de *Jovem Pan* (Chagas y Cruz, 2022), así como por algunos momentos de la TV Record (Araújo y Guazina, 2024).

Para el análisis propuesto, resulta interesante la división en dos grandes conjuntos, uno institucional y otro no institucional, aunque ambos son fundamentales para lo que Cesarino (2022) titula «ciclos cibernéticos en públicos bolsonaristas antiestructurales». Los políticos actúan institucionalmente, mientras activistas, líderes, *influencers* y colectivos amplifican o crean «cortinas de humo», con la colaboración de perfiles falsos y robots (Dourado, 2023; Chagas y Da Costa, 2023). En este contexto, también pueden manifestarse discursos diferentes, pero coordinados, en la relación que se establece con la prensa.

El punto de partida es la perspectiva teórica neoinstitucionalista (Lowndes y Roberts, 2013; Petters, 2019), en la que las instituciones dan forma a los actores, aunque estos también pueden interactuar con las organizaciones. La inserción en el Estado es considerada como una variable que cambia el comportamiento de los miembros de la extrema derecha en relación con su interacción con la prensa. Si bien hay políticos electos, como el propio expresidente Jair Bolsonaro, con discursos agresivos contra la prensa (Marques, 2023), se entiende que existen diferencias de comportamiento al observar largos períodos y un grupo amplio de agentes, como los activistas religiosos (sin relación oficial con el Estado) y miembros del Estado (en este caso ejemplifi-

cados por los exministros del gobierno de Jair Bolsonaro y la propia familia del presidente, ya que todos ocupan cargos electivos).

### 3. Enfoque metodológico

El diseño de la investigación empírica se compone de dos grupos diferentes de cuentas de extrema derecha en Twitter (actualmente, X). El primero se refiere a las siete cuentas de agentes del Estado y representantes electos (35.538 tuits). El segundo reúne seis cuentas de activistas religiosos, identificados con base en sus menciones en las cuentas de los políticos y en la descripción de la «biografía» de Twitter (actualmente, X) (10.832 tuits). Las cuentas fueron monitoreadas entre 2019 y 2022, durante el gobierno de Jair Bolsonaro. Estos datos se extrajeron automáticamente (software RStudio) y forman parte de una base de datos del Grupo de Investigación en Comunicación Política y Opinión Pública (CPOP-UFPR).

La selección de los perfiles institucionales se basó en la identificación de ministros y parlamentarios que presentaron un mayor grado de protagonismo en las redes sociales, estrechos vínculos ideológicos con el bolsonarismo y una posición destacada en el debate digital. De este modo, aunque no se incluyeron todos los ministros, los perfiles seleccionados representan los principales ejes discursivos de esta corriente ideológica en el período analizado. Por su parte, los perfiles no institucionales considerados corresponden a líderes religiosos de orientación conservadora. La elección de esta subcategoría se justifica por su significativo desempeño en el ámbito político-digital, así como por el respaldo que dichos actores religiosos ofrecieron al gobierno de Bolsonaro. Estos actores funcionan como «activistas paralelos», al involucrarse activamente en cuestiones de carácter político y moral, contribuyendo así a la consolidación del sustento ideológico del bolsonarismo.

A partir de 46.370 tuits se realizó una búsqueda manual mediante palabras clave que pudieran identificar discursos respecto a su relación con el periodismo, medios tradicionales o hiperpartidistas<sup>1</sup>, al seguir la estrategia de Figsenschou e Ihlebæk (2019) y Egelhofer et al. (2021). Se incluyeron términos específicos (como nombres de programas, vehículos de prensa y profesionales) y términos generales (como *prensa*, *periodismo*, *entrevista*, *reportaje* y *noticia*, entre otros). También se consideraron palabras encontradas a lo largo de la observación del corpus, como *Falha de São Paulo*, *jornalixo* y *globolixo*<sup>2</sup>. Se agregaron menciones a la prensa hiperpartidista (como la *Revista Oeste*).

1. Entre los medios identificados como hiperpartidistas se incluyen: *Revista Oeste*, *Jornal da Cidade Online*, *Conexão Política*, *Gazeta Brasil*, *Pleno News*, *A Trombeta News* y *Folha Política*.
2. Términos como *Falha de São Paulo* y *globolixo* constituyen distorsiones peyorativas de los nombres de dos de los principales medios de comunicación brasileños: *Folha de S. Paulo* y *Rede Globo*. Estas expresiones son empleadas por simpatizantes de la extrema derecha con el objetivo de deslegitimar a la prensa y poner en entredicho su credibilidad, al acusarla de parcialidad y de una supuesta alineación con posiciones ideológicas de izquierda.

**Tabla 1.** Palabras utilizadas para indicar la referencia a los medios de comunicación

Palabras clave usadas en la búsqueda manual			
Folha	FSP	<i>imprensa</i>	Jovem Pan
Globo	OESP	<i>entrevista</i>	Pleno News
Estadão	BandNews	<i>jornal</i>	O Antagonista
Jornal Nacional	Bonner	<i>televisão</i>	Terra Brasil
Band	Vera Magalhães	<i>News</i>	Terça Livre TV
G1	Campos Melo	<i>jornalismo</i>	VlogdoLisboa
Record	Os Pingos nos Is	<i>jornalista</i>	Renova Mídia
UOL	Roda Viva	<i>repórter</i>	Gazeta Brasil
Revista ISTOÉ	Nova Era Mídia	<i>notícia</i>	Gazeta do Povo
CNN	radardamidia	<i>matéria</i>	DataFalha
CBN	Revista Fórum	<i>reportagem</i>	Revista Oeste
SBT	DCM	<i>revista</i>	Folha Política
Yahoo	Brasil 247	<i>rádio</i>	Jornal da Cidade
Veja	Mídia Ninja	<i>mídia</i>	A Trombeta News
BBC	<i>fakenews</i>	<i>TV</i>	Conexão Política
RedeTV	Terra	Pleno.News	TV Brasil

Fuente: elaboración propia (2024).

La selección resultó en un muestreo de 4.888 tuits. La tabla 2 presenta el número total de tuits y el porcentaje que menciona a la prensa de cada una de las cuentas y de los grupos del análisis. Estos datos plantean los objetivos siguientes: identificar qué periodismo —tradicional o hiperpartidista— es utilizado por la extrema derecha brasileña y verificar la forma cómo interactúa, con base en ataques y críticas.

**Tabla 2.** Tuits totales y menciones a los medios

Grupos	Cuentas	Total de tuits	Mención a medios (%)
Grupo institucional	Eduardo Bolsonaro	11.225	1.878 (16,7%)
	Carlos Bolsonaro	3.199	368 (11,5%)
	Damares Alves	3.164	159 (5%)
	Flavio Bolsonaro	6.591	1.009 (15,3%)
	Jair Bolsonaro	6.397	380 (5,9%)
	Ricardo Salles	2.079	163 (7,8%)
	Tereza Cristina	2.883	168 (5,8%)
	<b>Total</b>	<b>35.538</b>	<b>4.125 (11,6%)</b>
Grupo no institucional	Magno Malta	925	96 (10,4%)
	Padre Paulo	3.200	49 (1,5%)
	Pastor Demétrio	221	26 (11,8%)
	Pastor Oliveira	2.872	110 (3,8%)
	Pastor Malafaia	3.200	467 (14,6%)
	Padre Junior Trovão	414	15 (3,6)
	<b>Total</b>	<b>10.832</b>	<b>763 (7%)</b>
<b>Total general</b>		<b>46.370</b>	<b>4.888</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

El argumento central es que las relaciones de la extrema derecha con los medios son complejas y plurales, atravesadas por el nivel de institucionalidad de los agentes que integran la red bolsonarista. A partir de esta perspectiva comparada, es posible generar la hipótesis de que el grupo institucionalizado realiza menos ataques, porque, en cierta medida, utiliza los medios tradicionales cuando le resulta conveniente (con entrevistas, cobertura del gobierno y proyectos, entre otros). De lo contrario, cuanto menos institucional es el agente, como los activistas, mayor será la frecuencia de los ataques en relación con los medios. Hay menos implicaciones legales y, cuando se trata de desinformación, tampoco interfiere en la credibilidad de los agentes. Para probar la hipótesis, podemos comprobar las variables y las categorías detalladas en la tabla 3.

**Tabla 3.** Variables y categorías utilizadas en la codificación de datos

Variables	Categorías
Identificación de agentes directamente (menciones, RT, enlaces) y en el texto del tuit (V1 y V2)	0. No hay menciones. 1. Globo. 2. <i>Folha de S. Paulo</i> – UOL. 3. SBT. 4. Rede Record. 5. <i>Estadão</i> . 6. <i>Veja</i> . 7. <i>Gazeta do Povo</i> . 8. <i>Jovem Pan</i> . 9. Programas específicos. 10. Medios regionales. 11. Medios hiperpartidistas. 12. Medios estatales (TV Brasil). 13. Blogueros individuales. 14. Periodistas. 15. Más de uno mencionado. 16. Medios en general. 17. Otro.
¿Posee crítica o ataque al periodismo/medio? (V3)	0. No. 1. Sí.
Agente criticado y/o atacado (V4)	1. Periodista individual. 2. Vehículo de comunicación. 3. Propietario del grupo / vehículo de comunicación. 4. Medios en general. 5. Más de un tipo de agente criticado. 6. No aplica (cuando no hay crítica).

Fuente: elaboración propia (2024).

Se utiliza el análisis de contenido cuantitativo en el proceso de codificación de las variables. Fueron capacitados tres codificadores e hicieron la prueba de confiabilidad con el índice alfa de Krippendorff: 0,72 (V1), 0,63 (V2), 0,78 (V3) y 0,68 (V4). El libro de códigos fue elaborado a partir de la literatura y de la observación no sistematizada del corpus, y se analizaron cuatro variables: la identificación del actor y/o de la organización mencionada en el texto del tuit (directa e indirectamente, V1 y V2); la presencia de críticas o

ataques (V3) y los agentes criticados y/o atacados (V4). Estas variables se relacionan con base en las pruebas estadísticas con los dos grupos de cuentas: institucionales y no institucionales.

#### 4. Anàlisi de datos

En cuanto a la distribución de las citas a lo largo del texto (tabla 4), entre los agentes institucionales se destacan los medios estatales (un 7,3%), así como los tuits con diferentes medios mencionados («Más de uno», 29,5%). Si bien otros porcentajes llaman la atención en términos cuantitativos, como el del uso de la prensa nacional y «medios en general», que, al compararlos entre los grupos, pierden relevancia. En el caso del grupo no institucional, los «medios en general», cuando no se nombra un medio específico, son más mencionados (un 32,6%), seguido de los medios tradicionales (como *Folha de S. Paulo* y *O Globo*), con un 29,6%. Los medios hiperpartidistas son mencionados en un 13,6% de los casos, mientras que la prensa estatal cuenta con referencias poco significativas en este grupo.

**Tabla 4.** Tipos de medios mencionados<sup>3</sup>

Medios mencionados	Institucionales	No institucionales
	N (%)	N (%)
Nacionales	604 (16,4%)	200 (29,6%)
<i>Jovem Pan</i> y <i>Gazeta</i>	112 (3,05%)	3 (0,44%)
Programas	151 (4,11%)	10 (1,48%)
Regionales	14 (0,38%)	3 (0,44%)
Hiperpartidistas	440 (11,9%)	92 (13,6%)
Estatales	284 (7,73%)	2 (0,29%)
Periodistas y blogueros	269 (7,32%)	33 (4,89%)
Medios en general	710 (19,3%)	220 (32,6%)
Más de uno	1.086 (29,5%)	111 (16,4%)
<b>Total</b>	<b>3.670 (100%)</b>	<b>674 (100%)</b>
Con menciones	3.670 (89,7%)	674 (99,4%)
Sin menciones	423 (10,3%)	4 (0,6%)
<b>Total</b>	<b>4.093 (100%)</b>	<b>678 (100%)</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

Este análisis demuestra que los agentes estatales tienden, en particular, a citar con mayor frecuencia a medios estatales y a múltiples actores, lo que refleja una variedad más amplia de fuentes mencionadas. En contraste, las cuentas no institucionales concentran sus citas en «medios en general» y «medios nacionales», lo que indica un enfoque más concentrado en ciertas

3. El total de las tablas (4.771) es diferente cuando se compara con el total del banco de datos (4.888), porque 117 tuits no pudieron ser analizados porque no estaban disponibles.

relaciones. Estos datos no evalúan el tipo de cita, pero los discursos generales suelen tener relación con la idea de que la prensa está «vendida», es «de izquierda» o «produce noticias falsas» (Roberts y Wahl-Jorgensen, 2020). En general, la prensa hiperpartidista es mencionada más por el grupo no institucional que por el institucional, mientras que este último se acerca más a la comunicación estatal.

Los datos de la tabla 5, a partir de los residuos estandarizados<sup>4</sup>, revelan otros matices sobre cómo estas diferentes caras de la extrema derecha se relacionan de manera diferente con el periodismo y sus actores, como sugiere la hipótesis de la investigación. En la mayoría de los tuits (un 60,2%), los agentes estatales no critican ni atacan directamente a los medios<sup>5</sup>. Esto sugiere un enfoque más neutral o menos propenso a confrontaciones directas en comparación con el otro grupo. Por otro lado, los no institucionalistas presentan una dinámica marcada por la confrontación, y la mayoría de sus tuits, que citan a un medio o a un profesional, incluyen críticas o ataques a la prensa (un 67,7%). Si bien se han documentado comportamientos agresivos fuera del entorno digital por parte de actores políticos hacia periodistas, en este análisis sus actitudes se comparan con las de otros agentes, lo que podría explicar una menor intensidad en las manifestaciones de agresividad. No obstante, se observa una presencia significativa de contenidos críticos en el ámbito digital, que representan el 39,8%.

**Tabla 5.** Presencia de críticas o ataques

Presencia de críticas o ataques	Institucional		No institucional		Total
	N	R. p.	N	R. p.	N
No	2.465 (60,2)	3,4	219 (32,3)	-8,3	2.684 (56)
Sí	1.628 (39,8)	-3,8	459 (67,7)	9,4	2.087 (44)
<b>Total</b>	<b>4.093 (100)</b>		<b>678 (100)</b>		<b>4.771 (100)</b>

$\chi^2$ : 184,301, sig: 0,000.

Fuente: elaboración propia (2024).

Los comportamientos, por tanto, son diferentes en cuanto a la presencia de críticas (un 39,8% para el grupo institucional y un 67,7% para los no institucionales). Es decir, la mención no siempre está ligada a este comportamiento, como sugieren Massuchin et al. (2022). Los datos de la tabla 6 reve-

- Los residuos estandarizados indican el grado de desviación entre los valores observados y esperados en una tabla de contingencia. Valores mayores a 1,96 o menores a -1,96 se consideran estadísticamente significativos al nivel del 5% ( $p < 0,05$ ), sugiriendo que existe una asociación relevante entre las categorías analizadas. Los residuos positivos indican que la frecuencia observada es mayor que la esperada, mientras que los residuos negativos indican lo contrario.
- Cabe resaltar que gran parte de las críticas provienen de la incorporación de la familia Bolsonaro al grupo institucional, ya que tanto los hijos del presidente como él mismo mantuvieron una relación combativa con la prensa y con algunos grupos mediáticos, como Globo (Nicoletti y Flores, 2022).

lan qué actores tienden a ser objetivo de las críticas<sup>6</sup>: periodistas individuales, grupos de comunicación o menciones generales de los medios brasileños. En este caso, se concentran, comúnmente, entre los vehículos de comunicación (un 34,2%) —es decir, se cita directamente al vehículo— y la prensa en general (un 30,5%), siendo esta última una crítica amplia sin un agente definido. Por otro lado, los periodistas, a pesar de ser un objetivo constante, como señala la literatura (Nicoletti y Flores, 2022), no suelen constituir un centro de ataques en Twitter (actualmente, X) en comparación con otras categorías.

**Tabla 6.** Agente criticado y/o atacado por los grupos analizados

Agente atacado y/o criticado	Institucional		No institucional		Total
	N (%)	R. p.	N (%)	R. p.	N (%)
Periodistas	178 (4,35%)	0,1	28 (4,12%)	-0,2	206 (7,67%)
Grupos de comunicación	710 (17,3%)	-2,8	210 (30,9%)	6,9	920 (34,2%)
Medios en general	618 (15,1%)	-3,2	202 (29,7%)	7,9	820 (30,5%)
Más de una crítica	117 (2,86%)	0	19 (2,80%)	-0,1	136 (5,06%)
Ninguna crítica	2.465 (60,2%)	3,4	219 (32,3%)	-8,3	2.684 (56,3%)
<b>Total</b>	<b>4.088 (100%)</b>		<b>678 (100%)</b>		<b>4.766 (100%)</b>

$\chi^2$ : 209.592, sig: 0.000

Fuente: elaboración propia (2024).

En comparación, los indicadores estadísticos de significancia de las diferencias observadas refuerzan las conclusiones, al resaltar los puntos donde las críticas son más intensas y estadísticamente significativas para cada grupo. Los vehículos de comunicación y los medios en general son mayoritariamente los objetivos del grupo no institucional, aunque también hay un porcentaje que supera el 15% en cada categoría en el caso de los agentes del Estado. Además, los datos muestran que, en general, a pesar de la relación conflictiva, la disputa se produce menos con los periodistas que trabajan en los medios y más con los propios grupos o, más comúnmente, con los «medios en general» como un grupo que se debería combatir. Por último, el más del 56% (que llega a un 60% en el caso del grupo institucional) de los tuits que no traen críticas indican otros usos que no necesariamente son ataques y críticas.

Estos usos motivados por otros fines se visualizan mejor al observar específicamente la relación entre críticas y ataques, así como las citas realizadas en el texto, al desglosar los tipos de medios que pueden recibir ataques (tabla 7). De esta manera, es posible entender qué periodismo o qué grupos de medios tienen más probabilidades de estar asociados con dicha relación conflictiva. Para este cruce se utilizó la variable *mención directa en el texto*, al asumir que

6. Dueños de grupos de comunicación y medios hiperpartidistas aparecen de manera irrisoria, en dos y tres tuits, respectivamente. Por lo tanto, estas categorías se eliminaron de la tabla para permitir que se realizara la prueba estadística y, por lo tanto, el número total de casos es 4.766.

la mayoría de las veces el agente mencionado suele ser quien recibe las críticas del tuit<sup>7</sup>.

**Tabla 7.** Presencia de críticas y/o ataques y su relación con el tipo de medios

Presencia y ausencia de críticas versus menciones en los tuits	Institucional			No institucional		
	No	Sí	Total	No	Sí	Total
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Nacionales	60 (28%)	154 (72%)	214 (100%)	15 (51,7%)	14 (48,3%)	29 (100%)
<i>Jovem Pan</i> y <i>Gazeta</i>	71 (94,7%)	4 (5,3%)	75 (100%)	2 (66,7%)	1 (33,3%)	3 (100%)
Programas	76 (85,4%)	13 (14,6%)	89 (100%)	3 (75%)	1 (25%)	4 (100%)
Regionales	4 (66,7%)	2 (33,3%)	6 (100%)	3 (100%)	0 (0%)	3 (100%)
Hiperpartidistas	406 (91,2%)	39 (8,8%)	445 (100%)	51 (89,5%)	6 (10,5%)	57 (100%)
Estatales	251 (95,1%)	13 (4,9%)	264 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
Periodistas y blogueros	146 (53,3%)	128 (46,7%)	274 (100%)	5 (50%)	5 (50%)	10 (100%)
Más de uno	337 (68,1%)	158 (31,9%)	495 (100%)	1 (100%)	0 (0%)	1 (100%)
<b>Total</b>	<b>1351 (72,6%)</b>	<b>511 (27,4%)</b>	<b>1862 (100%)</b>	<b>80 (74,8%)</b>	<b>27 (25,2%)</b>	<b>107 (100%)</b>

Fuente: elaboración propia (2024).

En general, en dos tercios de los tuits en los que hay una cita directa de algún actor u organización, no se encuentra ninguna crítica realizada por ninguno de los grupos. Por lo tanto, se infiere que la cita no siempre se da por el conflicto, sino por otros motivos. Esto estaría relacionado con el uso positivo (Haller y Holt, 2019), perspectiva no abordada en el presente artículo. Sin embargo, algunas categorías de medios están más asociadas con la presencia de críticas que otras. Ambos grupos suelen tener tuits críticos al citar a medios nacionales (*Folha de S. Paulo*, *Globo*, *Veja*, entre otros). Hay un 72% de tuits con críticas que citan a medios nacionales en el caso del grupo institucional y un 48,3% en el caso del grupo no institucional. Curiosamente, se destaca el grupo institucional, y lo que explica esto es el choque con medios de comunicación específicos, como *Folha de S. Paulo* y *Globo*.

Por el contrario, cuando hay citas de *Jovem Pan* y *Gazeta*, grupos que se alinearon con el expresidente (Tavares, 2020), estas en su mayoría no se asocian a críticas y no se percibe la relación adversarial, a diferencia de lo que ocurre con el primer grupo. Del mismo modo, los medios hiperpartidistas tampoco suelen estar asociados a este comportamiento. Es decir, aquellos más directamente alineados al expresidente no aparecen en las críticas y, en este caso, las citas aparecen como fuente de información, por ejemplo, en el tuit «Una encuesta más, vamos 🗳️ <https://t.co/cWFQEn6Jf0>», realizado por el pastor Junior Trovão, quien menciona directamente el sitio web hiperparti-

7. El desajuste entre la crítica y el actor mencionado solo tiende a ocurrir en los casos en que se cita a medios hiperpartidistas para criticar a otro medio. Un ejemplo es el caso del tuit del pastor Oliveira («¡CHUMBO GROSSO! ¡Con una sola palabra, Malafaia desmantela Galvão Opa! Jajaja <<https://t.co/ezA0xgBjR9>>»), en el que el actor mencionado es el *Jornal da Cidade Online*, que produjo un contenido donde la crítica recaía sobre un periodista.

dista *Conexão Política*. También llama la atención que el 85% de los programas mencionados no están asociados a un enfoque negativo. Una posibilidad es que se hayan compartido contenidos sobre la presencia de agentes de extrema derecha entrevistados.

Los medios de comunicación nacionales, a partir de estos últimos datos, parecen ser los que presentan una mayor relación en cuanto a la presencia de citas y críticas por ambos grupos, aunque en algunos casos (un tercio) también se observó que hubo otro tipo de relación entre los actores y estos medios por motivos distintos. Dichos datos sugieren una aguda percepción de conflicto o desalineamiento con la narrativa de estos medios y se destaca una importante relación de confrontación que atraviesa a ambos grupos, sin tantas diferencias como se había advertido hasta ahora.

Las críticas constantes a los medios de comunicación por parte de la extrema derecha implican efectos nocivos para el funcionamiento democrático. La erosión de la credibilidad de la prensa fomenta la circulación de información errónea y la adopción de fuentes alternativas no verificadas, lo que obstaculiza el debate público. Además, al convertir al periodismo en un «enemigo», se crea un ambiente de hostilidad que desalienta la cobertura crítica y pone en riesgo la integridad física y profesional de los periodistas (Marques, 2023). Si bien existe legislación que prevé sanciones por calumnia, difamación e injuria, así como normas que regulan la conducta de los agentes públicos, hay poca efectividad para exigir responsabilidades a estos actores, especialmente en contextos de polarización política.

## 5. Conclusiones

Esta investigación analiza las relaciones entre la extrema derecha y los medios de comunicación en Brasil a partir de 4.888 tuits de políticos y activistas religiosos que representan a agentes institucionales y no institucionales, respectivamente. Los datos confirman la hipótesis y, por lo tanto, sugieren la relevancia de las instituciones como un factor determinante en la generación de diferentes comportamientos en la forma en que se relacionan con los medios. Se nota que los agentes institucionalizados realizan menos ataques, además, mantienen una relación más ecléctica. La relación más combativa con los medios es operacionalizada por cuentas no institucionales, del mismo modo que estas se acercan a la prensa hiperpartidista.

Por otro lado, al considerar los ataques directos, que excluye a «los medios en general», se destaca que los medios nacionales —como *Folha y Globo*— están asociados a las críticas. Esto demuestra una relación de confrontación, ya sea por parte de agentes institucionales o no institucionales. A pesar de este último hecho que une a los dos grupos, se observa que la institucionalización de la extrema derecha que se produjo durante el gobierno de Bolsonaro provocó que esta parte del grupo fuera más sutil en su relación con los medios de comunicación. Los ataques y las críticas a los medios es una responsabilidad del grupo no institucionalizado.

La literatura ha trabajado para comprender la relación entre la extrema derecha y los medios de comunicación, especialmente mediados por las tecnologías digitales (Waisbord, 2022; Boulianne et al., 2022; Bruns et al., 2021). Sin embargo, en muchas ocasiones no hay distinción de los diferentes actores que integran esta agrupación política, lo que se destaca en el presente artículo. Otro punto relevante es la articulación entre medios tradicionales e hiperpartidistas, que enmarca diferencias relevantes. En relación con los temas que aún necesitan avances están la inclusión de cuentas no personales y de otros activistas, además del debate sobre el uso conveniente del periodismo.

La agenda de investigación sobre la relación entre la extrema derecha y los medios puede alargarse, al agregar nuevos actores y la perspectiva de un uso positivo de los medios. Por otro lado, la variable institucional también puede servir para comparar apropiaciones de otras características del discurso de este grupo político, ofreciendo robustez a los análisis del escenario político brasileño. Por último, se menciona que la relación con la práctica periodística suma evidencias de que las acciones de la extrema derecha son conjuntas, pero se desarrollan a través de diferentes estrategias dependiendo de cada subgrupo.

## Referencias bibliográficas

- ALBUQUERQUE, A. (2022). *A modernização autoritária do jornalismo no Brasil (1950-2020)*. Curitiba: Appris Editora.
- ARAÚJO, B. y GUAZINA, L. (2024). «Jair Bolsonaro's populist communication on Brazilian television: An analysis of television newscasts on Globo and Record during the COVID-19 pandemic». *International Journal of Communication*, 18. Recuperado de <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20452>>
- ATTON, C. (2002). «News cultures and new social movements: Radical journalism and the mainstream media». *Journalism Studies*, 3(4), 491-505. <<https://doi.org/10.1080/1461670022000019209>>
- BENNETT, W. L. y LIVINGSTON, S. (2020). *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication in the United States*. Cambridge University Press.
- BHAT, P. y CHADHA, K. (2020). «Anti-media populism: Expressions of media distrust by right-wing media in India». *Journal of International and Intercultural Communication*, 13(2), 166-182. <<https://doi.org/10.1080/17513057.2020.1739320>>
- BOULIANNE, S.; ATKINSON, L. y TOUPIN, M. (2022). «Social Media, Political Communication, and Extremism: The Impact of Digital Platforms on Radicalization». *Communication Research*, 49(1), 54-75.
- BRUNS, A.; HIGHFIELD, T. y HARRINGTON, S. (2021). «The Role of Social Media in Political Communication and the Radicalization of Extremist Ideologies». *Journal of Political Communication*, 38(2), 129-147.
- CARLSON, M.; ROBINSON, S. y LEWIS, S. C. (2021). «Digital press criticism: The symbolic dimensions of Donald Trump's assault on U.S. journalists as the "enemy of the people"». *Digital Journalism*, 9(6), 737-754. <<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1836981>>

- CESARINO, L. (2022). «Bolsonarismo sem Bolsonaro?: Públicos antiestruturais na nova fronteira cibernética». *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, 82, 162-188.  
<<https://doi.org/10.11606/issn.2316-901X.v1i82p162-188>>
- CHADWICK, A. (2017). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.  
<<https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>>
- CHAGAS, L. y CRUZ, M. C. da (2022). «Rádio que virou partido: Jornalismo declaratório e passividade na cobertura eleitoral do Jornal da Manhã da Jovem Pan». *Radiofonias*, 13(2), 33-52.  
<<https://doi.org/10.63234/radiofonias.v13i2.5724>>
- CHAGAS, V. y DA-COSTA, G. (2023). «WhatsApp and transparency: An analysis on the effects of digital platforms' opacity in political communication research agendas in Brazil». *Profesional de la Información*, 32(2), 1-14.  
<<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.23>>
- CHERUIYOT, D. (2024). «Comparing risks to journalism: Media criticism in the digital hate». *Digital Journalism*, 12(3), 294-313.  
<<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2030243>>
- DOURADO, T. (2023). «Who posts fake news?: Authentic and inauthentic spreaders of fabricated news on Facebook and Twitter». *Journalism Practice*, 17(10), 2103-2122.  
<<https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2176352>>
- EGELHOFFER, J. L.; AALDERING, L. y LECHELER, S. (2021). «Delegitimizing the media?: Analyzing politicians' media criticism on social media». *Journal of Language and Politics*, 20(5), 653-675.  
<<https://doi.org/10.1075/jlp.20081.ege>>
- FERNANDES, C. M. et al. (2021). «Press X Government: The populist rhetoric of the covid-19 pandemic on the social network Twitter». *Brazilian Journalism Research*, 17(3), 562-595.  
<<https://doi.org/10.25200/BJR.v17n3.2021.1416>>
- FIGENSCHOU, T. U. e IHLEBÆK, K. A. (2019). «Media criticism from the far-right: Attacking from many angles». *Journalism Practice*, 13(8), 901-905.  
<<https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1647112>>
- FRELON, D.; MARWICK, A. y KREISS, D. (2020). «False equivalencies: Online activism from left to right». *Science*, 369(6508), 1197-1201.  
<<https://doi.org/10.1126/science.abb2428>>
- GOMES, W. y DOURADO, T. (2019). «Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia». *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 16(2), 33-50.  
<<https://doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p33>>
- GOUVÊA, C. B. y BRANCO, P. H. (2022). *Populist Governance in Brazil*. Nueva York: Springer International Publishing.  
<<https://doi.org/10.1007/978-3-030-85022-7>>
- HALLER, A. y HOLT, K. (2019). «Paradoxical populism: How PEGIDA relates to mainstream and alternative media. Information». *Communication & Society*, 22(12), 1665-1680.  
<<https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1449882>>
- LOWNDES, V. y ROBERTS, M. (eds.) (2013). *Why institutions matter: The New Institutionalism in Political Science*. Londres: Palgrave Macmillan.

- MARQUES, F. P. J. (2023). «Populism and critical incidents in journalism: Has Bolsonaro disrupted the mainstream press in Brazil?». *The International Journal of Press/Politics*, 29(4), 825-846.  
<<https://doi.org/10.1177/19401612231153110>>
- MARIANO, R. y GERARDI, D. A. (2019). «Eleições presidenciais na América Latina em 2018 e ativismo político de evangélicos conservadores». *Revista USP*, 120, 61-76.  
<<https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i120p61-76>>
- MASSUCHIN, M. G.; ORSO, M.; MOURA, J. F. de y SALEH, D. M. (2022). «“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*, 18(3), 492-523.  
<<https://doi.org/10.25200/BJR.v18n3.2022.1533>>
- MAZZOLENI, G. y BRACCIALE, R. (2018). «Socially mediated populism: The communicative strategies of political leaders on Facebook». *Palgrave Communications*, 4(1).  
<<https://doi.org/10.1057/s41599-018-0104-x>>
- MUDDE, C. (2019). *The far right today*. Cambridge: Polity Press.
- NICOLETTI, J. y FLORES, A. M. (2022). «Violence against journalists on Jair Bolsonaro’s YouTube channel: Analysis of the first 100 days of the Covid-19 pandemic in Brazil». *Brazilian Journalism Research*, 18, 4-35.  
<<https://doi.org/10.25200/BJR.v18n1.2022.1438>>
- OLIVEIRA, B. S. de y MAIA, R. C. M. (2020). «Redes bolsonaristas: O ataque ao politicamente correto e conexões com o populismo autoritário». *Confluências*, 22(3), 83-114.
- OLIVEIRA, T.; QUINAN, R.; GAGLIARDI, J. y ALBUQUERQUE, A. de (2021). «“It’s just a little flu”: Covid, institutional crisis and information wars in Brazilian journalism—the Folha de São Paulo newspaper». En: *Power, Media and the Covid-19 Pandemic*. Londres: Routledge, 175-190.
- PALAU-SAMPIO, D. (2023). «Pseudo-media disinformation patterns: Polarised discourse, clickbait and twisted journalistic mimicry». *Journalism Practice*, 17(10), 2140-2158.  
<<https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2126992>>
- PETTERS, B. G. (2019). *Institutional theory in political science: The new institutionalism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- PIAIA, V. y ALVES, M. (2020). «Abrindo a caixa preta: Análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp». *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 43(3), 135-154.  
<<http://dx.doi.org/10.1590/1809-5844202037>>
- RECUERO, R. y SOARES, F. B. (2022). «#VACHINA: How politicians help to spread disinformation about Covid-19 vaccines». *Journal of Digital Social Research*, 4(1), 73-97.  
<<https://doi.org/10.33621/jdsr.v4i1.112>>
- RENNÓ, L. (2022). «Bolsonarismo e as eleições de 2022». *Estudos Avançados*, 36(106), 147-163.  
<<https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2022.36106.009>>
- ROBERTS, J. y WAHL-JORGENSEN, K. (2020). «Breitbart’s attacks on mainstream media: Victories, victimhood, and vilification». En: BOLER, M. y DAVIS, E. (eds.). *Affective politics of digital media: Propaganda by other means*. Londres: Routledge, 170-185.  
<<https://doi.org/10.4324/9781003052272>>

- SANTOS, M. A. D. y ALBUQUERQUE, A. D. (2024). «Classificação ideológica de fontes informacionais: O paralelismo político na análise da atenção midiática multipartidária no Brasil». *Opinião Pública*, 30, e3016.  
<<https://doi.org/10.1590/1807-019120243016>>
- SANTOS, N. (2021). «Fontes de informação nas redes pró e contra o discurso de Bolsonaro sobre o Coronavírus». *E-Compós*, 24, 4-19.  
<<https://doi.org/10.30962/ec.2210>>
- STRÖMBÄCK, J. (2023). «Political alternative media as a democratic challenge». *Digital Journalism*, 11(5), 880-887.  
<<https://doi.org/10.1080/21670811.2023.2178947>>
- TATAGIBA, L. y GALVÃO, A. (2019). «Os protestos no Brasil em tempos de crise (2011-2016)». *Opinião Pública*, 25(1), 63-96.  
<<https://doi.org/10.1590/1807-0191201925163>>
- TAVARES, C. Q. (2020). «Do jornalismo informativo ao de posição: A “guinada à direita” do jornal Gazeta do Povo». *Mídia e Cotidiano*, 14(3), 118-136.
- WAISBORD, S. (2020). «Mob Censorship: Online Harassment of US Journalists in Times of Digital Hate and Populism». *Digital Journalism*, 8(8), 1030-1046.  
<<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1818111>>
- (2022). «Alternative media/journalism and the communicative politics of contestation». *Digital Journalism*, 10(8), 1432-1440.  
<<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2130385>>
- YANG, G. (2016). «Activism». En: PETERS, B. (ed.). *Digital Keywords: A Vocabulary of Information Society and Culture*. Princeton, NJ; Oxford: Princeton University Press, 1-17.  
<<https://doi.org/10.2307/j.ctvct0023.5>>

