

Discursos antimediatícos en Brasil: un análisis desde la comunicación digital de los parlamentarios

Michele Goulart Massuchin¹
Eva Campos-Domínguez²

Recibido: 22/07/2025

Aceptado por pares: 12/10/2025

Enviado a pares: 05/09/2025

Aprobado: 03/03/2026

DOI: 10.5294/pacla.2026.29.s1.12

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo

Massuchin, M. G. y Campos-Domínguez, E. (2026). Discursos antimediatícos en Brasil: Un análisis desde la comunicación digital de los parlamentarios. *Palabra Clave*, 29(s1), e29s112. <https://doi.org/10.5294/pacla.2026.29.s1.12>

Resumen

El artículo analiza cómo la esfera política interactúa con la esfera mediática en el entorno digital brasileño, centrándose en el discurso antimediatíco y en sus características. La literatura reciente ha destacado el trato hostil que los medios de comunicación y el ejercicio del periodismo han recibido por parte de diversos actores políticos en distintos contextos. A partir de un análisis empírico, se busca verificar cómo los discursos antimedios son incorporados a la comunicación política digital en Brasil, con énfasis en los discursos de diputados federales electos en 2022. Para ello, se analizaron 27 789 mensajes publicados en X, emitidos por una muestra de 61 parlamentarios. Los resultados evidencian que el discurso antimedios se concentra principalmente en sectores de ideología conservadora. Además, los datos también enseñan que, aunque el blanco más frecuente son los grupos de comunicación, los parlamentarios situados ideológicamente más a la derecha se distinguen por atacar directamente a profesionales del

1 <https://orcid.org/0000-0001-7918-4487>. Universidade Federal do Paraná. michelemassuchin@ufpr.br

2 <https://orcid.org/0000-0002-8970-7947>. Universidad Complutense de Madrid. emcamposdominguez@ucm.es

periodismo. Se observa que ambos polos (derecha e izquierda) dirigen sus críticas mayoritariamente hacia los medios *mainstream* nacionales. Las conclusiones sugieren, por tanto, no solo un discurso antimediático centrado en los grupos parlamentarios de derecha, sino también un énfasis general en los grandes medios que forman parte del sistema mediático brasileño.

Palabras clave

Parlamentarios; discurso antimediático; Brasil; comunicación política digital.

Anti-Media Discourse in Brazil: An Analysis of Parliamentarians' Digital Communication

Abstract

The article discusses how the political sphere interacts with the media in Brazil's digital environment, focusing on anti-media discourse and its characteristics. Recent literature has highlighted the hostile treatment the media and journalism have received from various political actors across different contexts. Through an empirical analysis, we seek to verify how anti-media discourse is incorporated into digital political communication in Brazil, particularly in the rhetoric of federal deputies elected in 2022. For this purpose, 27,789 messages posted on X by a sample of 61 parliamentarians were examined. The results show that anti-media discourse is concentrated primarily within conservative sectors. Moreover, the data reveal that although the most common targets are media conglomerates, parliamentarians who are ideologically further to the right directly attack journalists. Notably, both poles (right and left) primarily direct their criticism toward the national mainstream media. The conclusions, therefore, suggest that anti-media discourse not only prevails among right-wing parliamentary groups but also zeroes in on the large media outlets that constitute the Brazilian media system.

Keywords

Parliamentarians; anti-media discourse; Brazil; digital political communication.

Discursos antimídia no Brasil: uma análise da comunicação digital dos parlamentares

Resumo

Este artigo analisa como a esfera política interage com a esfera midiática no ambiente digital brasileiro, com foco no discurso antimídia e em suas características. A literatura recente tem destacado o tratamento hostil que a mídia e o exercício do jornalismo vêm recebendo de diversos atores políticos em diferentes contextos. Com base em uma análise empírica, o estudo busca verificar como os discursos antimídia são incorporados à comunicação política digital no Brasil, com ênfase nos discursos dos deputados federais eleitos em 2022. Para isso, foram analisadas 27.789 mensagens publicadas na plataforma X, emitidas por uma amostra de 61 parlamentares. Os resultados indicam que o discurso antimídia concentra-se principalmente em setores de ideologia conservadora. Além disso, os dados também mostram que, embora o alvo mais frequente sejam os grupos de comunicação, os parlamentares mais à direita distinguem-se por atacar diretamente profissionais do jornalismo. Observa-se que ambos os polos (direita e esquerda) direcionam suas críticas principalmente à mídia tradicional nacional. As conclusões sugerem, portanto, não apenas um discurso antimídia concentrado nos grupos parlamentares de direita, mas também uma ênfase geral nos grandes meios de comunicação que integram o sistema midiático brasileiro.

Palavras-chave

Parlamentares; discurso antimídia; Brasil; comunicação política digital.

Introducción

En distintos contextos, los medios de comunicación y la práctica periodística se han convertido en blanco de actores políticos, cuyas críticas no siempre responden a una perspectiva constructiva orientada a mejorar el quehacer profesional. Si bien el periodismo, por naturaleza, es susceptible de críticas, estas deberían contribuir a repensar los procesos periodísticos y ser asumidas como parte intrínseca de la propia actividad (Cheruiyot, 2024; Wyatt, 2019). No obstante, lo que se ha observado en los últimos años va más allá de la mera crítica profesional: ha emergido un discurso en el que los medios de comunicación son presentados como enemigos (Carlson et al., 2021; Panievsky, 2022).

Este tipo de discurso busca socavar la credibilidad de las instituciones mediáticas y forma parte de una estrategia política más amplia (Egelhofer et al., 2021). Las manifestaciones de este fenómeno varían en intensidad, desde insultos directos hasta expresiones irónicas, y pueden diferir según el grupo político o el contexto. Tales discursos han sido difundidos, con frecuencia, a través de plataformas digitales, por actores no institucionalizados (Massuchin et al., 2025) e impulsados por representantes políticos (Carlson et al., 2021; Marques, 2024; Novais y Leite, 2024).

Este artículo tiene por objetivo analizar cómo la esfera política interactúa con la esfera mediática a partir de las conexiones establecidas en el entorno digital, con énfasis en el discurso antimedios y sus características en el contexto brasileño. Brasil ha atravesado un prolongado periodo de inestabilidad política (Avritzer, 2018), marcado por eventos como las jornadas de junio de 2013, el juicio político a Dilma Rousseff (2015-2016), el giro hacia la derecha en el Parlamento (2019), la elección de Jair Bolsonaro (2019-2022) y los ataques del 8 de enero de 2023. Si bien el contexto brasileño ya ha sido objeto de estudios que constatan la existencia e intensificación del discurso antimedios (Da Silva et al., 2023; Massuchin et al., 2025; Nicoletti y Flores, 2022; Novais y Leite, 2024; Paulino et al., 2022), este artículo busca ampliar el alcance del análisis, superando la exclusividad en torno al comportamiento de la extrema derecha.

De esta manera, el artículo se propone ampliar el espectro de actores analizados, comparando el uso del discurso antimedios entre distintos grupos ideológicos. También se exploran características específicas de este tipo de discurso en cuanto a su orientación, atendiendo a tres dimensiones principales: a) qué grupos mediáticos son objeto de más críticas y ataques, b) si existen diferencias en la dirección del discurso hacia medios tradicionales versus nativos digitales y c) cuáles son los principales blancos de las críticas, ya sean grupos mediáticos, profesionales, cobertura, entre otros. Para ello, el análisis empírico busca identificar cómo los discursos antimedios se incorporan a la comunicación digital de los diputados federales electos en Brasil en 2022. La investigación se sustenta en corpus de 27 789 mensajes publicados en X, por una muestra de 61 parlamentarios, analizados mediante la técnica de análisis de contenido. Se optó por esta plataforma por considerarla un indicador importante en la construcción de redes entre parlamentarios, evitando burbujas ideológicas, y un locus discursivo relevante para los actores políticos (Esteve del Valle et al., 2022; Waisbord y Amado, 2017).

Marco teórico

La relación entre la esfera política y la mediática es un elemento definitorio de los sistemas mediáticos, como señalan Hallin y Mancini (2011). Sin embargo, más allá de las transformaciones que han atravesado estos sistemas mediáticos, que los han vuelto más plurales y complejos (Junior y De Albuquerque, 2024), y del avance del proceso de desintermediación (Palau-Sempio y López-García, 2023), los vínculos entre las dos esferas han adquirido contornos crecientemente conflictivos y hostiles.

Si bien la crítica a los medios cumple una función vinculada a la rendición de cuentas y puede actuar como un mecanismo clave para la democratización de la prensa (Wyatt, 2019), las investigaciones recientes han puesto en evidencia la presencia de un discurso que se aparta de esta lógica. “La crítica es, sin duda, escrutinio, pero es más que eso. La crítica es, o debería ser, un proceso continuo de intercambio y debate sobre el papel y el desempeño de la prensa” (p. 2). Sin embargo, lo que se observa

actualmente es un distanciamiento tanto de las audiencias como de los espacios institucionalizados de discusión, dando lugar a nuevas formas de crítica que adoptan tonos y funciones distintas.

Es decir, está emergiendo un tipo de comportamiento hacia los medios de comunicación, al que la literatura ha atribuido diferentes denominaciones, como discurso antimedios (Bhat y Chadha, 2020) o crítica mediática (Figenschou e Ihlebæk, 2019a; Paulino et al., 2022). Estas manifestaciones se expresan de forma poco constructiva, a través de actitudes, como el escepticismo, el cinismo y la hostilidad (Figenschou e Ihlebæk, 2019b). Empíricamente, se presentan tanto en forma de críticas como de ataques; pero, en ambos casos, sin aportar a la mejora del periodismo (Cheruiyot, 2024). Las críticas, aunque no siempre emplean un lenguaje ofensivo, no tienen como fin el fortalecimiento de la práctica periodística. Los ataques, en cambio, se caracterizan por un tono abiertamente irrespetuoso y el uso de expresiones marcadas por la incivilidad (Egelhofer et al., 2021). No obstante, como advierten Figenschou e Ihlebæk (2019b), las fronteras entre una crítica legítima y una postura escéptica u hostil no siempre son claras.

Las críticas y los ataques dirigidos a los medios de comunicación adoptan formas diversas. Egelhofer et al. (2021) señalan que el término *fake news* se utiliza con frecuencia para desacreditar contenidos periodísticos legítimos. Asimismo, se ha observado una constante en los discursos críticos: la acusación de que los medios actúan en defensa del *statu quo* (Roberts y Wahl-Jorgensen, 2020). Otras críticas apuntan a la cobertura informativa, en particular, cuando ciertos temas son considerados de forma “inadecuada” (Egelhofer et al., 2021). En estos casos, se sugiere que la prensa actúa con sesgo deliberado, ocultando información o seleccionando determinados enfoques.

En estudios centrados en actores de extrema derecha, se ha observado una tendencia a enfocar las agresiones en los periodistas (Marques, 2024; Novais, 2025), con una dimensión marcada también por cuestiones de género (Da Silva et al., 2022; Waisbord, 2020). Otra línea recurrente de

crítica se relaciona con el supuesto partidismo de los medios. Incluso, en el caso de Brasil, donde se ha documentado una cobertura mediática desfavorable hacia los gobiernos del Partido de los Trabajadores (PT), de izquierda, durante más de quince años (Azevedo, 2018), las narrativas de la extrema derecha insisten en retratar los medios como actores “izquierdistas”. Este discurso contrario a los medios desde los populistas de extrema derecha es complejo, porque históricamente en Brasil los medios de comunicación construyeron narrativas más alineadas con el conservadurismo y claramente antipetistas, especialmente durante la operación Lava Jato, cuando la fuerza de la prensa tradicional colaboró con el propio ascenso de Bolsonaro (De Albuquerque, 2021).

El discurso antimedios se inserta en un fenómeno más amplio de deslegitimación institucional y en el ascenso de nuevos actores informativos. En Brasil, este escenario se ve reforzado por una persistente desconfianza en las instituciones políticas tradicionales, como los partidos y el Parlamento (Meneguello y Do Amaral, 2022; Meneguello y Del Porto, 2022). A esta desconfianza se suma una transformación en las fuentes de conocimiento, promovida por un entorno digital en el que emergen y compiten nuevas autoridades epistémicas (Bartsch, 2025; Oliveira, 2020). En este contexto, el periodismo, históricamente responsable de proveer insumos informativos para debate público, también se ve desafiado en su papel de mediador autorizado del conocimiento (Ekström et al., 2020).

A pesar de la organización de la blogosfera progresista en la primera década del siglo XXI (Carvalho et al., 2020), su actuación no generó una tensión significativa con los medios tradicionales. Sin embargo, ya en las elecciones de 2014 se observaba una creciente circulación de fuentes no oficiales más posicionadas a la derecha (Junior y De Albuquerque, 2019). Esta tendencia se intensificó durante la pandemia de covid-19, cuando diversas fuentes informativas comenzaron a disputar la autoridad en el espacio público (Santos, 2021). En este contexto, el periodismo tradicional fue presentado por ciertos actores políticos, incluido por el entonces presidente Jair Bolsonaro, como un “enemigo del pueblo”, en

particular, por su defensa de medidas sanitarias y de distanciamiento social (Nicoletti y Flores, 2022). Además, se ha podido constatar el uso de la estrategia de defensa o prevención para evitar la culpa, como sugieren Novais y Leite (2024).

Más allá de su mera presencia, la orientación de los ataques resulta también una variable clave para comprender el fenómeno. En el ecosistema digital, nuevos actores informativos han comenzado a formar parte del flujo informativo (Larsson, 2019; Santos et al., 2022). Sin embargo, las críticas y los ataques rara vez se direccionan a ellos (Bhat y Chadha, 2020; Cushion et al., 2021; Figenschou e Ihlebæk, 2019a, 2019b; Haller y Holt, 2018).

El discurso antimedios no es exclusivo del contexto brasileño, sino que se manifiesta en diversas realidades políticas. En Estados Unidos, por ejemplo, ha sido ampliamente documentado (Carlson et al., 2021; Rossini et al., 2021; Waisbord, 2020), al igual que en múltiples países europeos (Carratalá y Palau-Sampio, 2022; Naerland, 2023; Egelhofer et al., 2021; Figenschou e Ihlebæk, 2019b; Liminga y Strömbäck, 2023; Campos-Domínguez et al., 2022) y en naciones del sur global (Bhat y Chadha, 2020; Da Silva et al., 2023; Massuchin et al., 2025; Shin et al., 2021). Cabe señalar, además, que gran parte de los hallazgos se centran en la expresión de este fenómeno dentro de fuerzas vinculadas a la extrema derecha (Massuchin et al., 2025; Nicoletti y Flores, 2022; Paulino et al., 2022).

Metodología

El análisis empírico se orienta a examinar las características del discurso antimedios en el contexto brasileño, comparando el comportamiento de los diferentes grupos políticos en función de la posición ideológica de los partidos. El objetivo principal es identificar si existen matices diferenciados en el uso de esta estrategia discursiva según el posicionamiento ideológico de los actores políticos que la emplean. La investigación, por tanto, busca responder a las siguientes preguntas:

- (P1) ¿Con qué intensidad los parlamentarios brasileños difunden el discurso antimedios?
- (P2) ¿Cuáles son los blancos prioritarios de las críticas y ataques: las instituciones, los profesionales o la actividad periodística?
- (P3) ¿El discurso antimedios se dirige exclusivamente a los medios tradicionales o también alcanza a medios nativos digitales?
- (P4) ¿La posición ideológica de los actores políticos condiciona el uso del discurso antimedios?

Para llevar a cabo el análisis, se construyó una muestra a partir de los 513 parlamentarios que ocupan sendos escaños en la Cámara de Diputados de Brasil en la legislatura 2023-2026 en consideración a criterios de representación geográfica y política en el contexto nacional. Se estableció un recorte del 12 % del total de los parlamentarios, para incluir al menos un representante por cada estado, lo que resultó en una muestra de 61 diputados. La selección se realizó eligiendo a los candidatos electos con mayor número de votos en cada unidad federativa, hasta completar la cuota por estado.³ Aunque estos diputados más votados no representen necesariamente el perfil del parlamentario promedio, son quienes gozan de mayor visibilidad pública, incluso reconocidos por quienes no votaron por ellos, y pueden ser considerados liderazgos capaces de amplificar discursos, como los de carácter antimediatístico. Además, el enfoque está en comparar parlamentarios de distintos ejes ideológicos, lo que este muestreo permite hacer de manera sistemática. A continuación, se identificaron manualmente sus cuentas en X; una vez identificadas, se procedió a la recolección automatizada de los datos mediante Zeeschuimer.⁴

3 La identificación manual de las cuentas se basó en tres criterios: a) perfil en la página oficial de la Cámara, b) búsqueda en Google (nombre + Twitter/X) y c) verificación directa en la plataforma. Cuando el diputado no tenía cuenta activa, se sustituyó por el siguiente más votado en la unidad federativa. Solo Roraima quedó sin representación, al no contar con perfiles actualizados. La búsqueda fue realizada por una becaria de investigación.

4 La recolección de los datos fue realizada en el periodo diciembre de 2024 y enero de 2025. Las autoras también agradecen a Raquel Mirian Pereira de Souza por la extracción de los datos.

La base de datos resultante está compuesta por 27 789 mensajes publicados en X entre abril y noviembre de 2024 por los 61 parlamentarios seleccionados. Para conformar el corpus específico relacionado con los medios de comunicación, se aplicaron dos procedimientos complementarios. En primer lugar, se realizó una búsqueda orientada con palabras clave, diseñada para identificar publicaciones que hicieran referencia al periodismo como actividad, los profesionales del área y los medios tradicionales o hiperpartidistas (Figenschou e Ihlebæk, 2019a; Egelhofer et al., 2021). Se empleó un conjunto de aproximadamente 60 términos clave y sus respectivas variaciones lingüísticas, adaptadas al contexto político-comunicacional brasileño.

Este subcorpus fue codificado a partir de un *codebook* construido a partir de la literatura (Cushion et al., 2021; Egelhofer et al., 2021; Haller y Holt, 2018). En este artículo, el foco se centra exclusivamente en las manifestaciones del discurso antimedios; por tanto, no se consideran aquellas publicaciones que hacen un uso positivo de los medios, ya sea para respaldar opiniones, atacar a adversarios políticos o destacar logros de visibilidad mediática. Si bien se reconoce que este tipo de interacción forma parte de la relación estructural entre las esferas política y mediática (Buyens et al., 2024; Hopmann et al., 2011), esta investigación opta por centrar el análisis en los contenidos de crítica o ataque, con énfasis en las variaciones según la posición ideológica del emisor (tabla 1).

Tabla 1. Variables y categorías utilizadas en la codificación de datos

Variables	Categorías
¿Discurso antimediático? (V1)	0: No; 1: Sí
Identificación de los medios (V2.1)	Variable descriptiva para añadir el nombre del medio de comunicación mencionado. Cuando no hay claramente el nombre del medio (sino del profesional o habla de la prensa en general) o hay más de uno, añadir el código 99.
Tipo de medio mencionado (V2.2)	1: Tradicional; 2 Nativos digitales y hiperpartidistas; 3: Profesionales; 4: Medios públicos; 5: Medios internacionales; 6: Medios en general
Finalidad de la crítica o ataque (V3)	1: Criticar el grupo mediático; 2: Criticar los profesionales; 3: Criticar la cobertura; 4: Hacer críticas en general a los medios; 99: No se aplica

Fuente: elaboración propia.

A partir de la técnica de análisis de contenido (Krippendorff, 2004), los materiales fueron codificados⁵ tras la realización de una prueba de fiabilidad intercodificadores. Los coeficientes obtenidos fueron 0,98 (V1), 0,67 (V2.2)⁶ y 0,73 (V3). Además de estas variables, los parlamentarios fueron clasificados de acuerdo con la posición ideológica de sus partidos (Bolognesi et al., 2023), agrupándolos en tres bloques: izquierda (21,3 %), centro (11,5 %) y derecha (65,6 %).

La identificación de la presencia o ausencia del discurso antimedios⁷ permite medir la intensidad con la que esta estrategia discursiva se emplea en el escenario político brasileño. La variable referida a la identificación de los medios mencionados posibilita reconocer qué grupos mediáticos son objeto de mayor número de críticas y ataques. Los estudios previos han señalado que los conglomerados *Folha* y *Globo* suelen ser los principales blancos de estas críticas (Massuchin et al., 2022); sin embargo, aún persiste la duda sobre si esta orientación constituye un patrón generalizado o si se trata de una práctica circunscrita, principalmente, a la extrema derecha.

La variable tipos de medios permite observar si existen lógicas diferenciadas en el tratamiento que los parlamentarios dan a los medios nativos digitales, entre los cuales se encuentran diversos portales hiperpartidistas (Santos, 2021), en comparación con los medios tradicionales. La variable finalidad de la crítica o ataque, entendida como la identificación del blanco principal del discurso, permite una comprensión más precisa de los objetivos del discurso antimedios. Esta dimensión facilita distinguir si las críticas se dirigen a las instituciones mediáticas, a los profesionales del periodismo o a la actividad periodística

5 La codificación de los datos fue realizada entre febrero y abril de 2025 por dos becarias de investigación.

6 Esta variable, además de haber pasado por la prueba de codificación, fue cuidadosamente revisada por una de las autoras del artículo, a partir de una triangulación de referencias bibliográficas, para estandarizar las referencias a determinados medios que generan dudas entre las codificadoras. Como la V2.1 identificaba nominalmente los medios, fue posible realizar una revisión rigurosa a partir de la base de datos. Además, la revisión fue fundamental para que los medios identificados en la V2.1 recibieran la misma categorización en la V2.2.

7 Para el análisis empírico, se agruparon críticas y ataques en una única categoría, dada la dificultad de diferenciación señalada por Figenschou e Ihlebaek (2019b) y las limitaciones en las pruebas de confiabilidad. Se incluyeron solo manifestaciones sin aportes al quehacer periodístico, conforme a Wyatt (2019).

en sí misma. Algunos estudios han documentado ataques específicos a periodistas durante el gobierno de Jair Bolsonaro (Marques, 2024), lo que refuerza la necesidad de observar este componente en detalle.

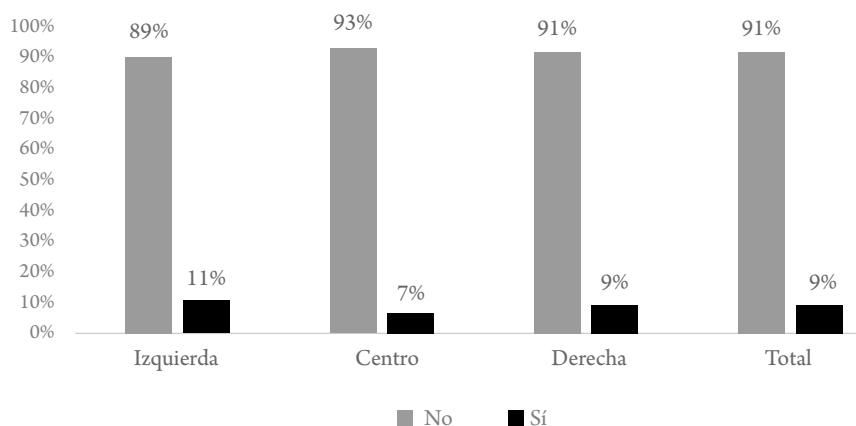
Por tanto, el caso brasileño ofrece una oportunidad significativa para el estudio del discurso antimedios en la comunicación global, tanto por la magnitud de su ecosistema digital como por la intensidad de sus conflictos político-mediáticos en los últimos años. La combinación de una democracia en tensión, una alta penetración de redes sociales y una creciente desconfianza hacia las instituciones convierte a Brasil en un laboratorio privilegiado para observar cómo se configuran y circulan estrategias de deslegitimación mediática.

Resultados

De 27 789 mensajes, el 9 % (2584 publicaciones) establece algún tipo de diálogo con la esfera mediática. Este dato indica que, al menos, uno de cada diez mensajes menciona, se refiere o moviliza contenidos vinculados a los medios de comunicación como parte del discurso político. Un ejemplo ilustrativo es el post publicado por Sargento Fahur el 1 de abril de 2024: “Relator no TRE-PR vota contra cassação de Moro; julgamento será retomado na quarta-feira” (Fahur, 2024), en el cual se comparte un enlace del portal Jovem Pan para reforzar la información difundida. Este tipo de interacción evidencia la relación intrínseca entre las esferas política y mediática en plataformas como X (Buyens et al., 2024).

Al comparar la intensidad de movilización de referencias mediáticas (figura 1), ya sea mediante el uso de contenidos o a través de menciones directas o indirectas a los medios, con el espectro político de los parlamentarios, se observa una intensidad relativamente similar entre los tres grupos ideológicos. No obstante, la izquierda presenta una leve sobrerrepresentación: aunque los parlamentarios de izquierda constituyen solo el 21 % del corpus, fueron responsables del 36 % de los mensajes publicados durante el periodo analizado y del 41 % de las interacciones con los medios de comunicación.

Figura 1. Referencias mediáticas en el corpus ($n = 27\,789$).



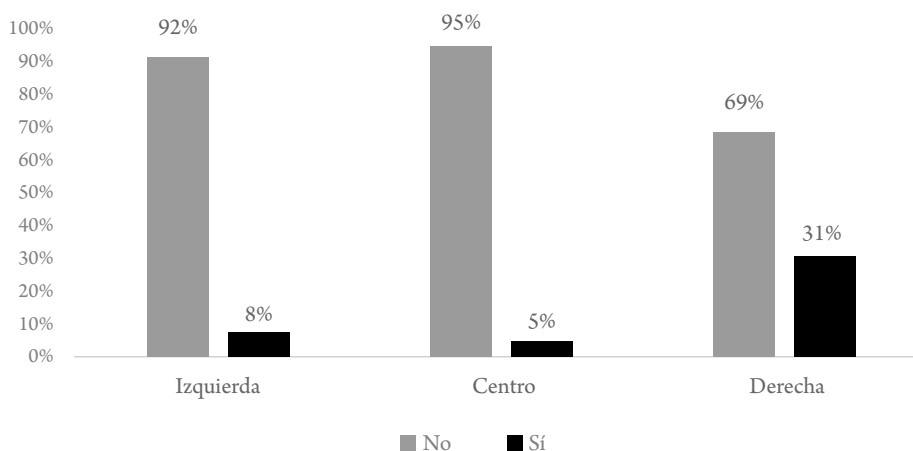
Fuente: elaboración propia.

Del 2584 publicaciones que activan de algún modo el sistema mediático, un 19 % (494 mensajes) presenta características de crítica o ataque, distanciándose del concepto de *crítica constructiva* propuesto por Wyatt (2019) y alineándose con el enfoque que guía esta investigación. Aunque se confirma que el discurso antimediatco no es la única forma de referirse a la prensa, los datos relevan una distribución desequilibrada de este tipo de contenido según la posición ideológica. En particular, los parlamentarios de derecha son los principales emisores de discursos críticos u hostiles hacia los medios. Este resultado es consistente con estudios previos que vinculan la retórica antimedios con actores políticos de derecha en distintos contextos (Bhat y Chadha, 2020; Figenschou y Ihlebæk, 2019; Haller y Holt, 2018; Liminga y Strömbäck, 2023; Rossini et al., 2021).

Es necesario destacar que, de 494 publicaciones críticas o de ataque, un 2 % corresponde a diputados del centro, un 17 % a la izquierda y un 81 % a la derecha. Al comparar proporcionalmente la presencia del discurso antimediatco respecto del total de referencias mediáticas realizadas por cada grupo (figura 2), se observa que los parlamentarios de derecha incluyen críticas o ataques en el 31 % de sus menciones a medios. Este porcentaje triplica el registrado en la izquierda (8 %) y quintuplica el

de los parlamentarios de centro (5 %). En otras palabras, mientras la izquierda tiende a mencionar con mayor frecuencia a los medios, lo hace en un tono menos confrontativo; la derecha, en cambio, moviliza menos referencias, pero con mayor carga crítica o deslegitimadora. En el caso de los diputados de centro, apenas se identificaron 11 ataques durante el periodo analizado.

Figura 2. Presencia del discurso antimediático ($n = 2584$).



Fuente: elaboración propia.

Con el giro hacia la derecha observado en diversos contextos políticos, tanto en América Latina como en Europa (Castelli Gattinara et al., 2022), el discurso antimedios ha ganado protagonismo no solo desde el punto de vista del volumen, sino también de su articulación transnacional. También es necesario subrayar los distintos matices que adopta el discurso antimedios. Entre las manifestaciones empíricas observadas, es frecuente el uso de lenguaje peyorativo y acusaciones directas. Un ejemplo ilustrativo es el siguiente mensaje publicado por el diputado Nikolas Ferreira el 8 de mayo de 2024: “Entenderam?? A Globo e cia são um câncer”, o la publicación de Kim Katagiri el 24 de mayo de 2024, que afirma: “A Globo News mentiu descaradamente sobre meu debate com o Haddad. Esse rede de TV virou assessoria de imprensa do Governo Federal!”. Además de los insultos, se recurre a la acusación ideológica con términos como “izquierdismo”, como el mensaje:

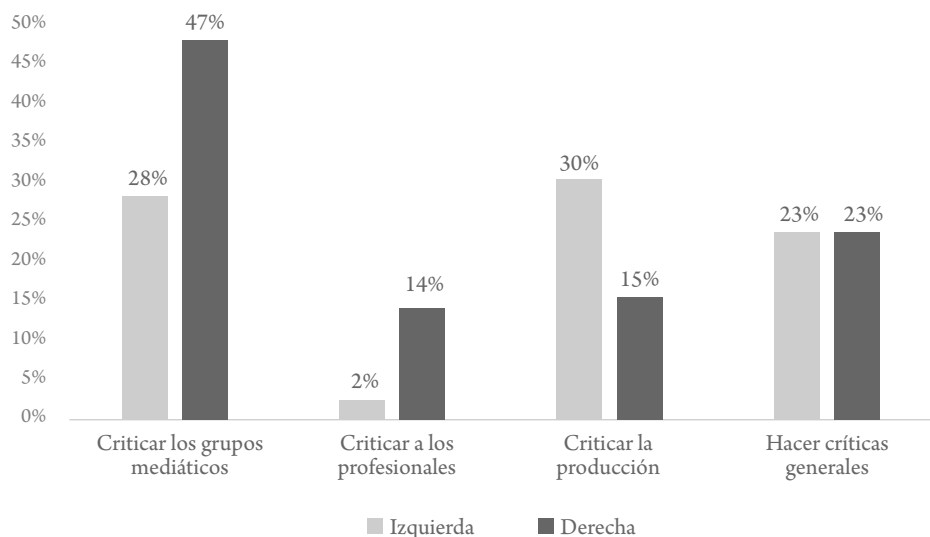
A Imprensa é de esquerda e eu posso provar!” (Kataguri, 2024). En varios de estos ejemplos, se observa el uso de mayúsculas para enfatizar palabras o desprestigiar actores (MENTIU, GLOBO LIXO, entre otras). Este tipo de contenido se alinea con lo que señalado por Figenschou e Ihlebæk (2019b), quienes afirman: “Los políticos que adoptan este discurso tienden a condenar las actuaciones periodísticas y a los periodistas por fallar en su rol de vigilancia, y así contribuyen a la deslegitimación sistemática de la prensa (p. 902).

En el caso de los parlamentarios de izquierda, las críticas dirigidas a los medios tienden a centrarse en cuestionamientos sobre el enfoque de la cobertura, señalando posibles sesgos o encuadres interpretativos erróneos, como lo destacan Figenschou e Ihlebæk (2019b). Un ejemplo representativo de este tipo de crítica es el mensaje: “Era só o que faltava, a âncora do J10 da GloboNews dizendo que o pacote de controle fracassou! As vozes do além sempre são defensoras do tal Mercado” (Guimarães, 2024). Esta clase de manifestación evidencia una preocupación por el papel interpretativo de los medios en el debate público, pero sin recurrir al uso de términos peyorativos ni a acusaciones de producción de *fake news*. A diferencia del comportamiento observado en la extrema derecha, en el que prevalece un tono incivil y los ataques personales son frecuentes, en el repertorio discursivo de la izquierda son poco comunes los insultos o descalificaciones directas, lo que sugiere una diferencia significativa en la forma y el contenido del discurso antimedios según la orientación ideológica.

Otro elemento relevante para comprender la dinámica del discurso antimedios es la identificación de los objetivos prioritarios de las críticas y los ataques. En general, los grupos mediáticos son el blanco principal (43 %). Le siguen las referencias sin un destinatario claramente definido, que representan el 25 % del total. Este tipo de crítica vaga o imprecisa refuerza el alejamiento de las críticas constructivas orientadas a mejorar el periodismo, como proponen Wyatt (2019) y Cheruiyot (2024). En menor proporción, los ataques se dirigen directamente a los periodistas (12 %) o a la cobertura informativa (18 %), lo que sugiere que, más que

debatir contenidos o enfoques puntuales, el discurso antimedios busca deslegitimar el sistema mediático en su conjunto.

Figura 3. Objetivos del discurso antimediatico ($n = 483$).



Nota: los datos correspondientes a las críticas y los ataques emitidos por los parlamentarios del centro no fueron incluidos, dado su bajo volumen: 11 mensajes con ese enfoque durante todo el periodo analizado.

Fuente: elaboración propia.

Este direccionamiento del discurso antimediatico, sin embargo, varía significativamente según la orientación política de los parlamentarios (figura 3). Mientras la derecha concentra el 47 % de sus críticas y ataques en los grupos mediáticos como entidades, la izquierda focaliza sus cuestionamientos en la producción periodística (30 %). Esta diferencia puede ilustrarse con ejemplos. Por parte de la izquierda, destaca el mensaje en el que el foco recae en el contenido del editorial y su orientación ideológica:

Hoje é o editorial do @JornalOGlobo, circundado pelo da @folha, que exige cortes na Saúde, Educação e Previdência, para, na visão deles, equilibrar as contas públicas. Mais uma vez, nenhuma linha sobre os privilégios de quem não paga impostos ou paga muito menos do que deveria. (Hoffmann, 2024)

Aunque muchas de las críticas dirigidas a los contenidos mediáticos no presentan propuestas concretas ni desarrollos argumentativos extensos, este tipo de manifestaciones se aproxima, en cierta medida, al concepto de *crítica de medios* (Cheruiyot, 2024; Wyatt, 2019), aun sin cumplir plenamente con sus criterios, ni establecer una relación efectiva con la ciudadanía.

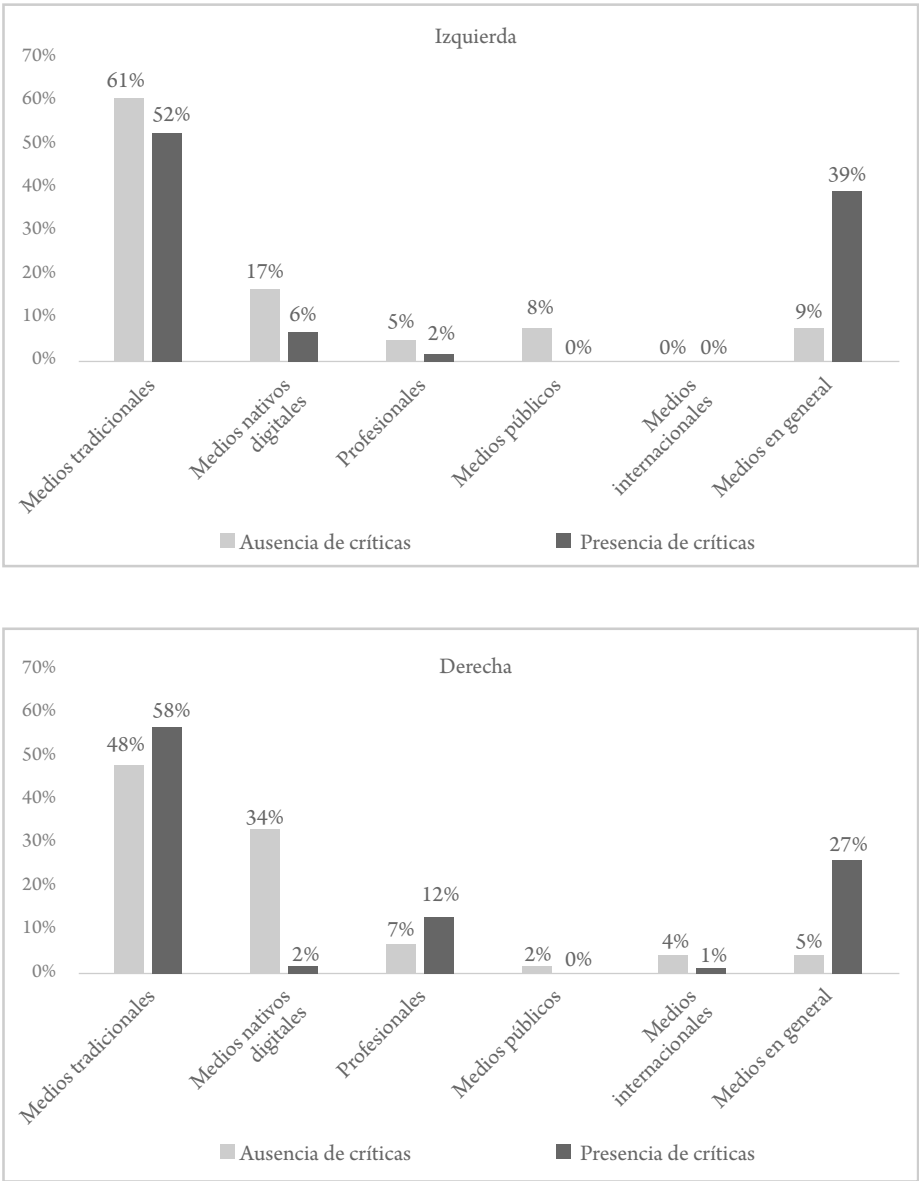
En cambio, desde la derecha, se observa un ataque dirigido al medio como institución: “A Globo foi dominada pela militância política e persegue quem pensa diferente. Hoje não sou eu quem diz isso, mas sim a jornalista Flávia Januzzi, que trabalhou por 25 anos no canal, sendo repórter do Jornal Nacional. Não é à toa que o Brasil rejeita cada vez mais a #GloboLixo” (Bolsonaro, 2024). En este caso, el medio es descalificado directamente de “basura”, sin aludir al contenido específico, y recurre a un lenguaje peyorativo. En este sentido, se observa cierta gradación en los modos discursivos empleados por los diferentes grupos ideológicos.

Además, los datos revelan un mayor énfasis de la derecha en los ataques dirigidos a los profesionales del periodismo (14 %) frente a la izquierda (2 %). Este hallazgo refuerza lo señalado en investigaciones previas sobre el caso brasileño (Da Silva et al., 2023), aunque debe subrayarse que los profesionales no constituyen el blanco principal de las críticas. No obstante, en estos casos, es frecuente el uso de etiquetas despectivas, como “militante”, o recursos discursivos de tono burlesco o irónico, que contribuyen a la deslegitimación simbólica del ejercicio periodístico. Se observa este comportamiento en el siguiente contenido: “RT @taoquei1: Passando só pra lembrar que JORNALISTA MILITANTE MENTIU PARA O POVO!” (TeAtualizei, 2024).

Diversos estudios han demostrado que el discurso de críticas y ataques no se distribuye de forma homogénea entre los distintos tipos de medios, sino que se asocia principalmente a los medios tradicionales (Figenschou y Ihlebæk, 2019a, 2019b; Haller y Holt, 2018). Estos resultados, basados en comportamiento de actores políticos y mediáticos de la extrema derecha en contextos europeos, encuentran también respaldo en el caso

brasileño (figuras 4 y 5). Además, este comportamiento se manifiesta tanto en el discurso de la izquierda como en el de derecha.

Figuras 4 y 5. Distribución de las críticas entre los tipos de medios ($n = 1050$ y $n = 1310$).



Fuente: elaboración propia.

En efecto, la presencia de críticas dirigidas a medios nativos digitales (grupo que incluye en gran parte a medios alternativos)⁸ es ínfima (2 % y 6 %). Aunque estos medios cumplen un rol central en las dinámicas de movilización y circulación de contenidos en la esfera mediática digital, muchas veces considerados formadores de un discurso antimedios, se distribuye claramente de forma sesgada, reforzando una narrativa que apunta preferentemente a los medios consolidados y de mayor alcance, mientras omite o, incluso, legitima los medios alineados ideológicamente.

Estos medios digitales aparecen mencionados y asociados, en realidad, con la ausencia de críticas en un porcentaje significativo de los mensajes (un 17 % para la izquierda y un 34 % para la derecha). Estos datos indican que la “defensa” de los medios ideológicamente alineados, así como el direccionamiento del discurso antimedios hacia los medios tradicionales, no es exclusivo de la extrema derecha, aunque se exprese con mayor intensidad y agresividad en ese sector. Se trata, por tanto, de una lógica de construcción discursiva que atraviesa distintos espectros ideológicos, aun con matices en tono, frecuencia y destinatarios.

Para finalizar, se analizan los medios mencionados directamente por los parlamentarios (tablas 2 y 3). En el caso de los políticos de centro, se registraron 50 menciones a medios, de las cuales 11 corresponden a críticas dirigidas a cuatro medios específicos. Este dato refuerza la idea de que el comportamiento antimediático se desplaza hacia los polos ideológicos, ya que proporcionalmente las críticas no constituyen un componente central en las interacciones mediáticas del centro político.

8 Se emplea el término *medios alternativos* por considerarse un concepto paraguas más adecuado para abarcar los distintos tipos de medios analizados, en línea con Haller y Holt (2018) e Ihlebæk *et al.* (2022).

Tabla 2. Grupos mediáticos y discurso antimediático en la izquierda ($n = 82$).

Medios mencionados	Número de discursos antimediáticos	Porcentaje de discursos antimediáticos (%)
<i>Mais de um/geral</i>	39	48
<i>Folha de São Paulo</i>	23	28
<i>Globo</i>	7	9
<i>Estadão</i>	4	5
<i>Brasil Paralelo</i>	2	2

Fuente: elaboración propia.

En lo que respecta a la izquierda (tabla 2), se identificaron menciones a 134 medios, con 82 críticas dirigidas a 12 organizaciones mediáticas. De estas, casi la mitad (48 %) corresponden a referencias genéricas o dirigidas a más de un grupo mediático simultáneamente, lo que sugiere un enfoque más estructural individualizado en las críticas. Entre los medios identificados, *Folha de S. Paulo* destaca como el principal destinatario de las críticas emitidas por parlamentarios de izquierda. Un ejemplo es el siguiente discurso de una parlamentaria, miembro del PT:

Ler na @folha que Jair Bolsonaro defende a democracia é parecido com ler artigo de um assassino defendendo o direito à vida. É como apagar da memória do país que o inelegível chefiou uma tentativa de golpe armado contra o presidente eleito. (Hoffmann, 2024)

Esta publicación, por ejemplo, critica que, en 2024, el expresidente haya publicado un artículo en la sección de opinión del periódico. Aunque la relación con la prensa tradicional se haya modificado durante el gobierno de Jair Bolsonaro (Marques, 2024), Araújo y Prior (2021) sostienen que durante las elecciones de 2018 los medios tradicionales contribuyeron a la “normalización” de su candidatura. Años antes, ya se había consolidado un discurso antipetista durante los gobiernos del PT (De Albuquerque, 2021), lo cual puede haber favorecido lo que Hallin et al. (2025) denominan un discurso antipopulista, que, a su vez, contribuye a la emergencia de liderazgos populistas de derecha.

En cualquier caso, la relación entre los medios y los actores políticos en Brasil se presenta como compleja, basada más en criterios de conveniencia coyuntural que en un alineamiento ideológico sostenido (Massuchin et al., 2022). Es necesario destacar que, aunque los medios tradicionales hayan adoptado un tono confrontativo hacia el expresidente entre 2019 y 2022, esto no implicó un cambio sustancial en la cobertura del PT (Gagliardi et al., 2022).

Tabla 3. Grupos mediáticos y discurso antimediáticos en la derecha (*n* = 401).

Medios mencionados	Número de discursos antimediáticos	Porcentaje de discursos antimediáticos (%)
<i>Mais de um/geral</i>	168	42
<i>Globo</i>	172	43
<i>Folha de S. Paulo</i>	30	6
<i>Estadão</i>	5	1
<i>CNN</i>	3	0,7
<i>Veja</i>	3	0,7

Fuente: elaboración propia.

En el caso de la derecha (tabla 3), se identificaron 213 menciones a medios de comunicación, de las cuales 23 incluyeron algún tipo de crítica o ataque. No obstante, el 93 % del discurso negativo se concentra en los cinco medios citados, lo que indica una focalización altamente selectiva en el repertorio crítico. Al igual que en el caso de la izquierda, se destacan las menciones generales, que representan el 42 % de los casos. Sin embargo, en el grupo de derecha, se evidencia un énfasis en el Grupo Globo (incluyendo TV Globo, *Globo News* y algunos programas emblemáticos, como el telediario *Jornal Nacional*). El siguiente ejemplo muestra este enfoque: “O que esperar de uma emissora que só mente, oculta, manipula e censura as notícias? Infelizmente este é o nível do jornalismo brasileiro” (Zambelli, 2024). Este resultado sugiere que, pese a la amplitud y diversidad del sistema mediático brasileño, el discurso antimediático no se distribuye de forma equitativa, sino que se concentra en ciertos conglomerados tradicionales.

Conclusiones

La relación entre la esfera política y la mediática está sujeta a transformaciones a lo largo del tiempo, y aunque permanecen estrechamente imbricadas, esta imbricación es compleja y ambivalente. Por un lado, el periodismo sigue funcionando como un espacio de visibilidad y legitimación del discurso político, contribuyendo a la construcción de agendas y al encuadre del debate público (Bos et al., 2011; Hopmann et al., 2011; Liminga y Strömbäck, 2023).

Por otro lado, los medios también se han convertido en blancos frecuentes de ataques y desconfianza, provenientes no solo de actores institucionales, sino también de activistas y ciudadanos, en lo que la literatura ha conceptualizado como discurso antimediático (Bath y Chadha, 2020; Figenschou y Ihlebæk, 2019a, 2019b). Este fenómeno fue el objeto de análisis de este estudio, con foco en el escenario brasileño y con el propósito de identificar cómo se configura y se distribuye en el discurso político digital contemporáneo.

A partir del análisis de 27 789 publicaciones realizadas en X con una muestra de 61 parlamentarios, este artículo aporta a la discusión sobre el discurso antimedios al ofrecer una perspectiva comparada que considera tanto el espectro ideológico como características específicas de su manifestación. Los resultados indican que la posición ideológica de los parlamentarios influye de forma clara en el modo en que los actores políticos movilizan este tipo de discurso. Si bien el discurso antimedios no constituye la forma predominante de interacción con el sistema mediático, su presencia es significativa en los diputados de derecha.

En este sentido, el giro a la derecha del contexto político brasileño ha intensificado una relación más confrontativa y hostil con los medios de comunicación. Los parlamentarios alineados a la derecha, además, emulan un discurso antimedios sostenido y ampliado por el expresidente de Brasil, Jair Bolsonaro, referencia de este espectro ideológico y del populismo de derecha (Hallin et al., 2025; Novais y Leite, 2022). Esto sugiere que no es un discurso aislado, sino un comportamiento amplio

y creciente en el contexto de Brasil, que, además, se expande a la esfera pública y gana visibilidad de apoyadores (Massuchin et al., 2025).

Los objetivos prioritarios de las críticas y los ataques también presentan diferencias relevantes entre los grupos ideológicos. En el caso de la izquierda, las críticas se concentran principalmente en la producción periodística, mientras en la derecha se dirigen con mayor frecuencia hacia los profesionales y las instituciones mediáticas. Este dato revela matices necesarios en la forma en que se manifiesta el fenómeno, así como permite identificar gradaciones más o menos cercanas al concepto de *crítica mediática* planteado por Wyatt, (2019). Otro hallazgo clave se refiere al direccionamiento del discurso antimediático, que se enfoca, principalmente, en los medios tradicionales que componen el sistema mediático brasileño de manera histórica. En este aspecto, tanto parlamentarios de derecha como de izquierda comparten una lógica similar: las críticas rara vez se dirigen a medios alternativos o hiperpartidistas afines, lo que indica un sesgo estructural en la orientación del discurso crítico. No se trata de un discurso anti-todos los medios, sino es un discurso antimedios *mainstream*, resultado que acompaña otras investigaciones en la misma dirección (Figenschou e Ihlebæk, 2019a).

El análisis del caso brasileño aporta de manera significativa al debate internacional sobre el discurso antimedios, al ofrecer evidencia empírica situada en un contexto de inestabilidad política, marcado por el multipartidismo y por la incorporación creciente de nuevos actores informativos al ecosistema mediático. Los resultados obtenidos se alinean con hallazgos de investigaciones realizadas tanto en países del norte global como del sur global, lo que refuerza el carácter transnacional y estructural del fenómeno. Además, los resultados se sitúan en un contexto de ascenso y consolidación de los populismos en América Latina y pone énfasis en esta relación conflictiva entre medios y actores políticos que, aunque sea histórica, es más relevante que nunca, en esta región en específico (Hallin et al., 2025). Como aporte destacado, se

resalta la perspectiva comparada entre parlamentarios de diferentes posiciones ideológicas, lo que permite una comprensión más compleja del discurso antimediatático. Ante futuras investigaciones, se propone avanzar hacia un análisis cualitativo que profundice en las gradaciones, los tonos y las funciones del discurso antimediatático. Además, es necesario comprender dicho discurso dentro de un sistema de interacciones complejas entre medios y políticos.

Contribución CrediT

Michele Goulart Massuchin: Conceptualización, metodología, *software*, análisis formal, investigación, curación de datos, redacción (borrador original), administración del proyecto.

Eva Campos-Domínguez: Conceptualización, metodología, validación, investigación, redacción (borrador original), redacción (revisión y edición).

Financiación

Este artículo presenta resultados de la investigación titulada “Apropiaciones del periodismo por parte de la esfera política en Brasil y España: la circulación de contenidos de medios alternativos y tradicionales en perspectiva comparada a partir de la comunicación parlamentaria”, financiada por la convocatoria MCTI/CNPq 14/2023 - Apoyo a Proyectos Internacionales de Investigación Científica, Tecnológica y de Innovación (201050/2024-2) y desarrollada en el marco del Grupo de Investigación MediaFlows, vinculado al proyecto de I+D+i PID2023-151411NB-I00, financiado por MICIU/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea NextGenerationEU/PRTR. El artículo también cuenta con financiación del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq, Brasil), en el marco del Instituto Nacional de Ciencia y Tecnología en Disputas y Soberanías Informacionales (INCTDSI), código 406504/2022-9, así como del proceso de Bolsa de Productividad en Investigación (PQ) del CNPq, código 308318/2025-0.

Referencias

- Araújo, B. y Prior, H. (2021). Framing political populism: The role of media in framing the election of Jair Bolsonaro. *Journalism Practice*, 15, 226-242. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1709881>
- Avritzer, L. (2018). The pendulum of democracy in Brazil: An approach of the 2013-2018 crisis. *Novos Estudos CEBRAP*, 37(2), 273-289. <https://doi.org/10.25091/S01013300201800020006>
- Azevedo, F. A. (2018). PT, eleições e editoriais da grande imprensa (1989-2014). *Opinião Pública*, 24(2), 270-290. <https://doi.org/10.1590/1807-01912018242270>
- Bartsch, A., Neuberger, C., Stark, B., Karnowski, V., Maurer, M., Pentzold, C., Quandt, T., Quiring, O. y Schemer, C. (2025). Epistemic authority in the digital public sphere: An integrative conceptual framework and research agenda. *Communication Theory*, 35(1), 37-50. <https://doi.org/10.1093/ct/qtae020>
- 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>
- Bolognesi, B., Ribeiro, E. y Codato, A. (2023). Uma nova classificação ideológica dos partidos políticos brasileiros. *Dados*, 66(2), e20210164. <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.303>
- Bolsonaro, E. (@BolsonaroSP). (2024, 24 de mayo). *A Globo foi dominada pela militância política e persegue quem pensa diferente*. X. <https://x.com/BolsonaroSP/status/1794030416296640729/video/1>
- Bos, L., van der Brug, W. y De Vreese, C. (2011). How the media shape perceptions of right-wing populist leaders. *Political*

Communication, 28(2), 182-206. <https://doi.org/10.1080/10584609.2011.564605>

Buyens, W., Van Aelst, P. y Paulussen, S. (2025). Curating the news: Analyzing politicians' news sharing behavior on social media in three countries. *Information, Communication & Society*, 28(8), 1351-1367. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2317901>

Campos-Domínguez, E., Esteve del Valle, M. y Renedo-Farpón, C. (2022). Retóricas de desinformación parlamentaria en Twitter. *Comunicar*, 30(72), 113451. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-04>

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), 816-833. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1836981>

Carratalá, A. y Palau-Sampio, D. (2022). Vox and journalistic information: Use and criticism of the media in the 2019 General Election campaigns. *Observatorio (OBS*)*, 16(2), 19-43. <https://doi.org/10.15847/obsOBS16220221898>

Carvalho, E. de M., De Albuquerque, A. y Júnior, M. A. S. (2020). Brazilian Blogosfera Progressista: Digital vanguards in dark times. *TripleC: Communication, Capitalism & Critique. Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society*, 18(1), 219-235. <https://doi.org/10.31269/triplec.v18i1.1126>

Castelli Gattinara, P., Froio, C. y Pirro, A. L. (2022). Far-right protest mobilisation in Europe: Grievances, opportunities and resources. *European Journal of Political Research*, 61(4), 1019-1041. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12484>

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>

- Cushion, S., McDowell-Naylor, D. y Thomas, R. (2021). Why national media systems matter: A longitudinal analysis of how UK left-wing and right-wing alternative media critique mainstream media (2015-2018). *Journalism Studies*, 22(5), 633-652. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1893795>
- De Albuquerque, A. (2021). Populismo, elitismo e democracia: Reflexões a partir da Operação Lava-Jato. *Mediápolis: Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 12, 17-31. https://doi.org/10.14195/2183-6019_12_1
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L. y Lecheler, S. (2021). Delegitimizing the media? Media criticism in far-right alternative media. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 653-675. <https://doi.org/10.1075/jlp.20081.ege>
- Ekström, M., Lewis, S. C. y Westlund, O. (2020). Epistemologies of digital journalism and the study of misinformation. *New Media & Society*, 22(2), 205-212. <https://doi.org/10.1177/1461444819856914>
- Esteve del Valle, M., Broersma, M. y Ponsioen, A. (2022). Political interaction beyond party lines: Communication ties and party polarization in parliamentary twitter networks. *Social Science Computer Review*, 40(3), 736-755. <https://doi.org/10.1177/0894439320987569>
- Fahur, Sargento (@SargentoFAHUR) (2024, 1 de abril). Relator no TRE-PR vota contra cassação de Moro; julgamento será retomado na quarta-feira. X. <https://x.com/SargentoFAHUR/status/1774944894068379973>
- Ferreira, N. (@nikolas_dm). (2024, 8 de mayo). *Entenderam?? A Globo e cia são um câncer*. X. https://x.com/nikolas_dm/status/1788255505275605075/video/1

- Figenschou, T. U. y Ihlebæk, K. A. (2019a). Challenging journalistic authority: Media criticism in far-right alternative media. *Journalism Studies*, 20(9), 1221-1237. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1500868>
- Figenschou, T. U. y Ihlebæk, K. A. (2019b). Media criticism from the farright: Attacking from many angles. *Journalism Practice*, 13(8), 901-905. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1647112>
- Gagliardi, J., Tavares, C. y De Albuquerque, A. (2022). 'A very difficult choice': Bolsonaro and petismo in Brazilian newspapers. *International Journal of Communication*, 17, 583-601. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20337>
- Guimarães, J. (@joseguimaraesce) (2024, 29 de noviembre). Era só o que faltava, a âncora do J10 da GloboNews dizendo que o pacote de controle fracassou! As vozes do além sempre são defensoras do tal Mercado. X. <https://x.com/joseguimaraesce/status/1862303395932966969>
- Haller, A. y Holt, K. (2018). 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>
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (eds.) (2011). *Comparing media systems beyond the Western world*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139005098>
- Hallin, D. C., Kitzberger, P. y Palos-Pons, M. (2025). Media anti-populism and political parallelism in Latin America. *Annals of the International Communication Association*, 49(2), 61-95. <https://doi.org/10.1093/anncom/wlaf003>
- Hoffmann, G. (@gleisi). (2024, 13 de junio). *Hoje é o editorial do @JornalOGlobo, circundado pelo da @folha, que exige cortes na Saúde, Educação e Previdência, para, na visão deles, equilibrar as*

- contas públicas. Mais uma vez, nenhuma linha sobre os privilégios de quem não paga impostos ou paga muito menos do que deveria.* X. <https://x.com/gleisi/status/1801308596551942654>
- Hoffmann, G. (@gleisi). (2024, 11 de noviembre). *Ler na @folha que Jair Bolsonaro defende a democracia é parecido com ler artigo de um assassino defendendo o direito à vida.* X. <https://x.com/gleisi/status/1855974778500235622>
- Hopmann, D. N., De Vreese, C. H. y Albæk, E. (2011). Incumbency bonus in election news coverage explained. *Journal of Communication*, 61(2), 264-282. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01540.x>
- Ihlebak, K. A., Figenschou, T. U., Eldridge, S. A., Frischlich, L., Cushion, S. y Holt, K. (2022). Understanding alternative news media and its contribution to diversity. *Digital Journalism*, 10(8), 1267-1282. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2134165>
- Junior, M. A. dos S. y de Albuquerque, A. (2019). Perda da hegemonia da imprensa: A disputa pela visibilidade na eleição de 2018. *Lumina*, 13(3), 17-30. <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2019.v13.28668>
- Junior, M. A. dos S. y De Albuquerque, A. (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>
- Kataguiiri, K. (@KimKataguiiri). (2024, 13 de mayo). *A Imprensa é de esquerda e eu posso provar!* X. <https://x.com/KimKataguiiri/status/1790041082543198306/video/1>
- Kataguiiri, K. (@KimKataguiiri). (2024, 24 de mayo). *A Globo News mentiu descaradamente sobre meu debate com o Haddad. Esse rede de TV virou assessoria de imprensa do Governo Federal!* X.

<https://x.com/KimKatagui/status/1793995814798602696/video/1>

Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2.^a ed.). Sage.

Larsson, A. O. (2019). News use as amplification: Norwegian national, regional, and hyperpartisan media on Facebook. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 721-741. <https://doi.org/10.1177/1077699019831439>

Liminga, A. y Strömbäck, J. (2023). Undermining the legitimacy of the news media: How Swedish members of parliament use Twitter to criticise the news media. *Nordicom Review*, 44(2), 279-298. <https://doi.org/10.2478/nor-2023-0015>

Marques, F. P. J. (2024). 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>

Massuchin, M. G., Orso, M. y De Araújo, B. B. (2025). Activistas, políticos y medios de comunicación: Las relaciones de la extrema derecha con la esfera mediática. *Análisi*, 72, 151-167. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3825>

Massuchin, M. G., Orso, M., Moura, J. F. D. 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>

Meneguello, R. y Del Porto, F. B. (2022). A desconfiança política dos eleitores em face do Congresso Nacional e dos partidos políticos: O déficit de nossa história representativa. *Revista USP*, 134, 179-196. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.i134p179-196>

- Meneguello, R. y Do Amaral, O. E. (2022). Para onde foram os partidos na opinião pública? As percepções sobre os partidos políticos na redemocratização no Brasil. *Estudos Avançados*, 36, 75-75. <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2022.36106.005>
- Naerland, T. U. (2023). Toward a sociologically enriched understanding of anti-media populism: The case of enough is enough! *International Journal of Communication*, 17, 3091-3109. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/20065/4158>
- Nicoletti, J. y Flores, A. M. 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>
- Novais, R. A. S. da C. (2025). Journalistic resistance against populist othering of the press in the age of polarization and disinformation. En R. A. Novais y R. Christoforetti (eds.), *The Palgrave handbook on right-wing populism and otherness in global perspective* (pp. 203-225). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-031-77868-1_10
- Novais, R. A. S. da C. y Leite, Â.- M. T. (2024). ¿El ataque como defensa? Tácticas populistas contra los medios para evitar la culpa. *Palabra Clave*, 27(4), e2747. <https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.4.7>
- Oliveira, T. M. (2020). Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: Circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, 22(1), 21-35. <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.03>
- Palau-Sampio, D. y López-García, G. (2022). Communication and crisis in the public space: Dissolution and uncertainty. *Profesional de la Información*, 31(3), e310316. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.16>

- Panievsky, A. (2022). The strategic bias: How journalists respond to antimedia populism. *The International Journal of Press/Politics*, 27(4), 808-826. <https://doi.org/10.1177/19401612211022656>
- Paulino, F. O., Valente, J., Guazina, L., Urupá, M. y De Carvalho, M. M. (2022). Políticas de Comunicação no Brasil: Uma visão geral dos dois primeiros anos do governo Jair Bolsonaro. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, 24(2), 115-134. <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/17692>
- Roberts, J. y Wahl-Jorgensen, K. (2020). Breitbart's attacks on mainstream media: Victories, victimhood, and vilification. En M. Boler y E. Davis (eds.), *Affective politics of digital media: Propaganda by other means* (pp. 170-185). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003052272>
- Rossini, P., Stromer-Galley, J. y Korsunskaya, A. (2021). More than "Fake News"? The media as a malicious gatekeeper and a bully in the discourse of candidates in the 2020 US presidential election. *Journal of Language and Politics*, 20(5), 676-695. <https://doi.org/10.1075/jlp.21033.ros>
- Santos, N. (2021). Fontes de informação nas redes pró e contra o discurso de Bolsonaro sobre o Coronavírus. *E-Compós*, 24, 1-19. <https://doi.org/10.30962/ec.2210>
- Santos, N., Chagas, V. y Marinho, J. (2022). De onde vem a informação que circula em grupos bolsonaristas no WhatsApp. *Intexto*, 53, 123603-123603. <https://doi.org/10.19132/1807-8583202253.123603>
- Shin, W., Kim, C. y Joo, J. (2021). Hating journalism: Anti-press discourse and negative emotions toward journalism in Korea. *Journalism*, 22(5), 1239-1255. <https://doi.org/10.1177/1464884920985729>
- Silva, G. B. da, Fontes, G. S. y Marques, F. P. J. (2023). Risks and resilience in the case of Brazilian female journalists: How

- women perceive violence against media professionals and cope with its effects. *Journalism Studies*, 24(7), 956-975. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2150873>
- TeAtualizei. (@taoquei1). (2024, 10 de octubre). *Passando só pra lembrar que JORNALISTA MILITANTE MENTIU PARA O POVO! X*. <https://x.com/taoquei1/status/1844379986574311712/video/1>
- 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>
- Waisbord, S. y Amado, A. (2017). Populist communication by digital means: Presidential Twitter in Latin America. *Information, Communication & Society*, 20(9), 1330-1346. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328521>
- Wyatt, W. N. (2019). Press criticism. En *The international encyclopedia of journalism studies* (pp. 1-9). John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0104>
- Zambelli, C. (2024, 14 de julio). *O que esperar de uma emissora que só mente, oculta, manipula e censura as notícias?* Facebook. <https://www.facebook.com/ZambelliOficial/videos/o-que-esperar-de-uma-emissora-que-s%C3%B3-mente-oculta-manipula-e-censura-as-not%C3%ADcias/1026173635656485/>