



Artista invitado

Juan Carlos Arenas Gómez

Contra el tiempo

De la serie *Píxeles de piedra y bronce*

Fotografía digital

2024



Autorrepresentación de portales de noticias brasileños de la ultraderecha en el discurso periodístico autodefinido como independiente a partir del análisis crítico del discurso*

*Sabrine Weber (Brasil)***

Resumen

[218] El objetivo de este trabajo es analizar las definiciones que los diarios digitales de ultraderecha de Brasil hacen sobre sí mismos y cómo estos se inscriben en el periodismo «independiente». Se trata de los diarios digitales con mayor frecuencia de participación en los medios bolsonaristas. El marco teórico es el del análisis crítico del discurso y la metodología es cualitativa. Se aplica el método sincrónico-diacrónico de análisis lingüístico de textos. El corpus está compuesto por cinco textos tomados de la pestaña *Quiénes somos* de los portales digitales autodenominados independientes durante el 2022: Aliados Brasil, Foco do Brasil, Jornal da Cidade, Terra Brasil Notícias y Relevante News. Los resultados indican una movilización de pasiones con exaltación de un héroe nacional y sus conquistas, ideales religiosos, representaciones discursivas presentadas en paradigmas argumentativos de oposición a una izquierda considerada por ellos como portadora del narcotráfico, del aumento de la censura y de una supuesta ideología de género. La construcción discursiva de oposición entre amigo y enemigo movilizada por los portales revela una práctica social opresiva para mantener la hegemonía ideológica.

Palabras clave

Opinión Pública; Medios de Comunicación; Periodismo; Ultraderecha; Análisis Crítico del Discurso; Brasil.

Fecha de recepción: octubre de 2023 • **Fecha de aprobación:** marzo de 2024

* Artículo derivado del trabajo final de la Catedra de Análisis de los Lenguajes de los Medios Masivos de Comunicación B, desarrollado en el primer cuatrimestre de 2023 en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires a cargo de María Laura Pardo, que dirigió mi pasantía en dicha universidad. Agradezco a la Coordinación de la Formación del Personal de Nivel Superior (CAPES), Brasil, por la beca ofrecida para que esta investigación pudiera ser realizada.

** Licenciada en Literatura Portuguesa y Literatura en Lengua Portuguesa. Maestría en Lingüística. Doctorado en Lingüística. Correo electrónico: sabrinegweber@gmail.com - [Orcid: 0000-0001-5708-0759](https://orcid.org/0000-0001-5708-0759)

Cómo citar este artículo

Weber, Sabine. (2024). Autorrepresentación de portales de noticias brasileños de la ultraderecha en el discurso periodístico autodefinido como independiente a partir del análisis crítico del discurso. *Estudios Políticos* (Universidad de Antioquia), 70, pp. 218-241. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n70a09>

Self-Representation of Brazilian Far-Right News Portals in Independent Journalistic Discourse under Critical Discourse Analysis

Abstract

The objective of this study is to analyse the self-definitions provided by Brazil's far-right digital newspapers and how they align themselves within "independent" journalism. These are the digital newspapers with the highest frequency of participation in Bolsonaro-aligned media. The theoretical framework used is Critical Discourse Analysis, and the methodology employed is qualitative. The Synchronous-Diachronic Method of Linguistic Text Analysis is applied to the corpus. The corpus consists of five texts extracted from the "About Us" section of self-proclaimed independent digital portals during 2022: Aliados Brasil, Foco do Brasil, Jornal da Cidade, Terra Brasil Notícias, and Relevante News. The findings indicate a mobilization of passions, with exaltation of a national hero and his achievements, religious ideals, and discursive representations framed within argumentative paradigms opposing a left considered by them as carrier of drug trafficking, increased censorship, and a supposed gender ideology. The discursive construction of opposition between friend and foe, mobilized by these portals, reveals an oppressive social practice aimed at maintaining ideological hegemony.

Keywords

Public Opinion; Media; Journalism; Far Right; Critical Discourse Analysis; Brazil.

[219]

Introducción

En Brasil, durante los años en los que Jair Bolsonaro ejerció su presidencia (2019-2022), la práctica de la desinformación ganó una mayor presencia en los medios de comunicación y ha disparado un sinnúmero de *fake news* y discursos de odio. Por esta razón, este tema ocupó un mayor espacio en el debate público y académico, así como por la perplejidad que provocan estos discursos contrarios a la ciencia que atacan a las instituciones, fomentan la violencia y ponen en riesgo la democracia a través de un discurso disfrazado de «verdad» y «libertad» (Piovezani y Gentile 2020). En este sentido, el objetivo general de este artículo es analizar lingüísticamente las autodefiniciones de los cinco portales de los diarios digitales más difundidos en grupos bolsonaristas de WhatsApp y Telegram en 2022, en función de cómo se representan y cómo se inscriben en el periodismo independiente.

[220] El corpus está compuesto por cinco textos tomados de la pestaña *Quiénes somos* de los siguientes portales digitales: Aliados Brasil, Foco do Brasil, Jornal da Cidade, Terra Brasil Notícias y Relevante News. La elección de estos portales de noticias se realizó a partir de la identificación previa de su mayor frecuencia de aparición en los grupos públicos de Telegram —18 grupos— y WhatsApp —39 grupos— durante el periodo de febrero a julio de 2022. Todos los textos están publicados en portugués y, para la aplicación del método sincrónico-diacrónico de análisis lingüístico de textos (MSDALT) se mantuvieron los escritos en la lengua original para evitar la intervención de la traducción. Pero, para mejor comprensión del lector, los fragmentos fueron traducidos por la autora y presentados después del fragmento en portugués.

Los portales seleccionados han estado involucrados desde el periodo electoral brasileño de 2018 y durante el gobierno de Bolsonaro en mejorar su imagen. Contribuyeron a su legitimación social por parte del público, suavizando u ocultando sus discursos impregnados de autoritarismo y principios fascistas, fomentaron la intolerancia y la violencia contra las minorías y los «enemigos declarados», especialmente, como destaca Letícia Cesarino (2022), el Partido dos Trabalhadores (PT), los movimientos sociales y cualquier tipo de activismo o discrepancia política en contra de los intereses de la derecha.

En este sentido, cabe señalar que la debilitación de la democracia —materializada en la invasión al edificio de los tres poderes de Brasil — Congreso Nacional, Supremo Tribunal Federal y Palacio del Planalto— el 8 de enero de 2023, ataque precedido por una secuencia de otros actos antidemocráticos¹ por parte de los seguidores del entonces presidente— también fue llevada a cabo e impulsada mediante estrategias discursivas en redes de comunicación bolsonaristas.

El bolsonarismo, como fenómeno político de masas con una gran capacidad de movilización, al igual que movimientos de extrema derecha en todo el mundo, domina técnicas de manipulación digital (Rocha, 2021), con énfasis en el envío masivo de mensajes a través de aplicaciones, lo cual fue promovido por una estructura con «actuación orquestada de milicias digitales», según un informe de la Policía Federal, por el llamado Gabinete del Odio para atacar a los adversarios políticos de Jair Bolsonaro en las elecciones de 2018 (Vasconcelos, 2022, febrero 11).

Desde su ascenso al poder en 2019, Bolsonaro realizó transmisiones en vivo semanalmente a través de sus redes sociales en un espacio libre de críticas. Mantuvo una postura intolerante hacia los periodistas opositores, lo que contribuyó a que Brasil fuera el segundo país más peligroso para los periodistas en América Latina en 2021 (RSF, 2021).² En la última década se registraron al menos 30 asesinatos y 330 ataques en el primer semestre de 2021, un aumento de 74% respecto al año anterior.

Para contrarrestar la prensa crítica, Bolsonaro se alió estrechamente con portales de noticias digitales y redes de televisión como SBT, TV Record —propiedad de Edir Macedo, partidario del gobierno y creador de la Iglesia Universal del Reino de Dios, que cuenta con más de 5000 iglesias en todo Brasil— y TV Jovem Pan —líder en audiencia de grupos de extrema

[221]

¹ El 21 de abril de 2020, a solicitud del ministro de la Suprema Corte (STF), Alexandre de Moraes, se inició una investigación sobre la realización de actos antidemocráticos en el país dirigidos a manifestantes defensores del entonces presidente y del cierre del Congreso, del STF y del regreso de la dictadura militar. De acuerdo con las investigaciones, los legisladores ayudaron en la expresión y formulación de mensajes, además de contribuir con su difusión, visibilidad y financiamiento a páginas divulgadoras de contenido (Moura y Netto, 2020, agosto 7).

² Repórteres Sem Fronteiras (RSF) es una organización internacional sin fines lucrativos regida por principios de gobernabilidad democrática. Reconocido como un servicio público en Francia desde 1995, RSF tiene estatus consultivo con las Naciones Unidas, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), el Consejo de Europa y la Organización Internacional de la Francofonía.

derecha— que recibieron fondos publicitarios estatales y lo respaldaron sin cuestionar sus acciones.

El informe de la Comisión Parlamentaria de Investigación (CPMI) de las *fake news* solicitó explicaciones sobre «posibles desviaciones de propósito en el uso de la maquinaria estatal para perseguir a grupos o personalidades que, en ejercicio de la libertad de expresión o de prensa, supuestamente se oponen al gobernante». Tras la solicitud, el ministro de Comunicaciones, Fábio Faria, puso a disposición un paquete de contratos, adendas e informes de gastos en publicidad oficial. Rafael Moro Martins (2020, agosto 13) recopiló los datos y reveló que la Presidencia destinó 7,5 millones de reales brasileños a «todo tipo de sitios web, incluidos difusores de mentiras como Jornal da Cidade Online y Conexão Política». También destaca que los canales que más recibieron dinero del gobierno entre mayo de 2019 y julio de 2020 fueron Record y SBT, aliados del bolsonarismo.

Asimismo, el llamado *Cercadinho*, compuesto por portales y redes de televisión, minimizó el impacto de la pandemia de COVID-19 y pasó por alto las acciones antidemocráticas del gobierno, difundiendo sus narrativas sin crítica alguna. El *Cercadinho do Alvorada* es un término que describe la nueva forma de comunicación establecida por el presidente Jair Bolsonaro desde 2019. Surgió con su contacto directo con seguidores y medios en los alrededores del Palacio de Alvorada. Ana Flávia Farias Pinto (2022) analiza este fenómeno, destacando que es una versión informal de las conferencias de prensa tradicionales, donde periodistas y seguidores bolsonaristas están juntos. Además de ser propaganda para Bolsonaro, el *Cercadinho* se ha vuelto peligroso para los periodistas debido a agresiones físicas y verbales por parte de los seguidores del presidente.

Esta práctica no se limita al contexto brasileño. El movimiento de extrema derecha ha crecido en gran parte del mundo, por ejemplo, la coligación de extrema derecha La Libertad Avanza, bajo el liderazgo de Javier Milei, presidente electo en 2023 en Argentina, en el que el pico de su crecimiento fue promovido por las redes sociales como Twitter y YouTube. En esta perspectiva:

La supuesta banalidad de los discursos cargados de insultos de las redes sociales es reflejo de la violencia en la que vivimos y que, en gran parte, se ha instaurado debido a las desigualdades sociales que engendran las políticas neoliberales. Hay quienes recurren a los

discursos del odio porque odian, pero hay quienes lo hacen porque saben que de este modo se consigue una división de la ciudadanía que sirve a fines políticos bien definidos. De este modo, también, es más fácil poder sostener las famosas *fake news*, porque no es la razón lo que prueba una verdad o una mentira, sino que todo se sostiene en lo que se siente, se prejuzga y se cree (Pardo, 2022, p. 150).

Es en este contexto en el cual el siglo XXI se ve marcado: discursos difundidos en redes sociales con tentativas de veracidad que pretenden sostener las ideas de la derecha. De acuerdo con Mauro Luis Iasi (2013), esta pretensión provoca un desplazamiento de los sujetos y, en consecuencia, de las narrativas, de la realidad sociohistórica en la que están insertos, niega así las contradicciones propias de los procesos sociales que se desarrollan bajo la égida de la acumulación capitalista y fortalece una comprensión fragmentada y apolítica de la realidad. Esto se manifiesta de manera diversa en todo el mundo, a partir de las particularidades sociales, culturales, históricas de cada país y región, y especialmente, tanto en América Latina como en el Caribe, donde una gran cantidad de población convive con una brutal desigualdad social.

En ese sentido, teniendo en cuenta la coyuntura político-socio-histórica latinoamericana, la motivación de este artículo está fuertemente relacionada con el interés por las prácticas textuales, discursivas y sociales que, en un contexto de creciente difusión de medios digitales vinculados a posiciones de ultraderecha, generan discursos de odio impulsados por el rechazo a los gobiernos populares, a la ciencia y a los expertos, narrativas maniqueas y teorías de conspiración, simplificación de los hechos y entronización de la propia opinión, desprecio por argumentos que los contradicen y difusión de falsedades alimentadas, muchas veces, por el propio algoritmo de las redes sociales. Analizar, por lo tanto, cómo estos portales digitales se autodefinen y se representan ayuda a comprender el funcionamiento de la actual coyuntura política de discursos de odio y desinformación, y cómo la disputa por la hegemonía se lleva a cabo a partir de estrategias discursivas.

[223]

1. El discurso de un falso medio independiente de la extrema derecha brasileña en la coyuntura neoliberal

El nuevo capitalismo neoliberal (Harvey, 1992; 1996) emerge a partir de la década de 1970 (Harvey, 1996), periodo en el que comienzan las

profundas modificaciones en la dinámica del sistema capitalista que se concretizaron en las décadas siguientes. En el mundo laboral, por ejemplo, el proceso de reestructuración productiva del capital (Harvey, 1992) creó terreno para la intensificación de la flexibilización laboral, la disminución de los salarios y otros procesos de precarización.

La denominada *tercera revolución industrial*, en la que el modelo taylorista-fordista es sustituido por el toyotismo, es el núcleo de estos cambios. En este sentido, el toyotismo surge como «un nuevo patrón de acumulación de capital» (Harvey, 1996, pp. 53) en el cual el proceso de trabajo está marcado por el sistema *just in time*, la automatización, las tecnologías informacionales de control en red, la alta rotación laboral, contratos flexibles y la colaboración de los trabajadores —quienes pasaron a ser denominados colaboradores— para el cumplimiento de metas. Se amplían así las contradicciones entre clases, donde segmentos cada vez mayores de la población mundial son considerados desechables como trabajadores, enfrentando dificultades cada vez mayores para sobrevivir, tanto de forma material como psicológica (Harvey, 1996). Esto ocurre en un momento en el que el tiempo y el espacio han experimentado transformaciones radicales periódicamente, lo que Anthony Giddens (1990) denomina *modernidad tardía*. Ejemplos de estas transformaciones son citados por David Harvey (1996) con ocurrencias a partir de 1970: el impacto de las telecomunicaciones, del transporte aéreo, de los contenedores terrestres, del transporte ferroviario y marítimo, del desarrollo de futuros mercados de entrega, de los bancos electrónicos y de los sistemas de producción informatizados.

En este escenario, la «flexibilidad» se convirtió no solo en un concepto, sino en una práctica clave (Chouliaraki y Fairclough, 1999) que abarca tanto la innovación tecnológica intensiva en la diversificación de la producción como el patrón laboral de corto plazo (Harvey, 1992). Al mismo tiempo, las unidades de producción son cada vez más transnacionales. Políticamente, el «neoliberalismo» se estableció internacionalmente.

En este marco del crecimiento y la concentración de los medios masivos y la más reciente expansión de las redes sociales y los medios digitales se desarrolla esta investigación, la cual se focaliza en la producción y el consumo de información mediada por tecnologías.

[224]

Un rasgo significativo de la teorización científica social de estas transformaciones ocurridas en-por la modernidad tardía, a partir de varias perspectivas teóricas, es «que enfatizan que las transformaciones son en un grado significativo (aunque ciertamente no exclusivamente) transformaciones en el lenguaje y el discurso» (Chouliaraki y Fairclough, 1999, p. 4).

El análisis crítico del discurso (ACD), empleado aquí como perspectiva teórica central, es una propuesta de origen marxista que presupone la toma de conciencia por parte de los actores sociales como sujetos sociohistóricos (Bonini, 2013). En el caso de esta investigación, la crítica se refiere al análisis de los portales de periodismo alineados ideológicamente a la derecha en una coyuntura brasileña en la que se minimizan los derechos humanos y se llevan a cabo ataques a la democracia. La retórica bolsonarista apoya el proyecto de destrucción de la democracia, pero recurriendo a las propias instituciones democráticas (Rocha, 2023). Este proyecto se lleva a cabo a través de la reiteración discursiva de temas que se van agregando gradualmente al discurso, desde las «elecciones libres» y una agenda democrática, hasta abordar la cuestión de la libertad de expresión y, luego, el discurso de odio, con el fin de destruir la democracia desde su interior.

[225]

En este escenario, de acuerdo con João Cezar de Castro Rocha (2021), la elección de Bolsonaro en octubre de 2018 fue apoyada por una estrategia digital que organizó a miles de seguidores en Internet y los abasteció permanentemente con información sobre la campaña y los principales adversarios, sustentada por una retórica de odio. El autor sostiene que el bolsonarismo no se construye a través de un discurso de odio, sino de una retórica; es decir, una técnica discursiva que se enseña, se aprende, se practica y que «tiene un objetivo expreso: la “izquierda” entendida como un bloque monolítico, representante de la “mentalidad revolucionaria”, y un conjunto determinado de recursos, siempre con la finalidad de eliminar simbólicamente al adversario» (p. 157). Este efecto se produce a través de la movilización de afectos en masas digitales, movimiento beneficiado, sobre todo, por el algoritmo de las redes sociales.

Entonces, si el algoritmo de las redes sociales se propaga para ofrecer al usuario, a partir de la difusión de emociones negativas, cualquier contenido capaz de atraerlo con mayor frecuencia y durante más tiempo a la plataforma, los productores de contenido desinformativo se benefician al

sostener cualquier posición, ya sea razonable o absurda, siempre y cuando intercepte las aspiraciones y los miedos de los electores.

En este contexto es que se insertan los portales seleccionados para este artículo, ya que se alinean con prácticas de derecha. La derecha del siglo XXI tiene sus propias características:

Ya no moviliza el imaginario de un universal en el que caben todos, incluso los «perdedores» [...]. Hoy trasmina un sórdido resentimiento y melancolía. Resentimiento contra la plebe igualada, contra los jóvenes pobres que ponen en riesgo su «seguridad», contra el migrante que ocupa empleos que ellos desprecian, contra las mujeres que ya no toleran la tiranía patriarcal, contra los «comunistas» que quieren ampliar el Estado protector. Y melancolía por los viejos tiempos de gloria, cuando no había progresismos, cuando las mujeres estaban en las casas, cuando los jóvenes estaban vigilados, cuando los trabajadores no tenían sindicatos y cuando las decisiones del Estado se hacían en embajadas extranjeras o en las oficinas de las grandes corporaciones empresariales (García Linera, 2022, p. 47).

[226] Esta dinámica se produce y se sostiene a través de un discurso respaldado por una exacerbación de valores morales y religiosos, y de una interpretación única que busca aniquilar diferentes formas de existir. Esta práctica se percibe en el análisis realizado en este artículo sobre cómo los portales se representan en el periodismo «independiente» para generar un vínculo de confianza con los lectores.

Los actos individuales son característicos de una agenda neoliberal que sustenta la hegemonía de la derecha, práctica que se manifiesta en las autodefiniciones de los portales analizados a partir de la aplicación del MSDALT, el cual se fundamenta en principios lingüísticos como la jerarquización de la información, el dialogismo y la argumentación (Pardo, 2011). Respecto de la jerarquización de la información, para lograr un entendimiento con el otro el hablante jerarquiza la información —a nivel macro, el tema y rema del texto, y a nivel micro, el de la emisión—. La forma en que se jerarquiza la información muestra cuáles son los elementos más relevantes —remas y focos— y las que lo son menos —temas—. Estos recursos son útiles para analizar las autodefiniciones de los sitios de noticias que se autodenominan como «independientes» y qué conceptos resultan los más jerarquizados en dicha autorrepresentación.

Para este artículo se utiliza la definición de tema y rema de María Laura Pardo (2011), la cual se basa en la *perspectiva funcional de la oración* (Firbas, 1992), donde el tema es la parte de la emisión con menor grado de dinamismo comunicativo, menor carga semántica y mayor dependencia cotextual; en tanto el rema es aquel que posee mayor grado de dinamismo comunicativo, mayor carga semántica y mayor independencia del cotexto. En una emisión también hay una zona denominada «foco» que coincide con el final de cada emisión, donde se encuentra la información más importante, hacia el cual dirige al lector para que preste más atención.

Asimismo, la argumentación es otro eje que Pardo (2011) destaca como constitutivo del MSDALT y que se utilizará en el análisis. El hablante establece un diálogo interno o externo con un «otro», un diálogo que se basa en una argumentación, la cual está presente en todos los discursos en grados distintos (Lavandera, 1992; Pardo, 2011). A su vez, la cadena de argumentos y los paradigmas argumentativos representan las voces, en el sentido del dialogismo bajtiniano, con las que un emisor dialoga o debate en su discurso interna o externamente. Así, todos los textos son dialógicos y todos los textos argumentan.

En esta perspectiva, Beatriz Lavandera y María Laura Pardo (1987) introducen la noción de paradigma argumentativo, el cual presupone al menos el manejo de dos voces, la del hablante y la de un(os) otro(s) que adhiere a sus tesis o se le contrapone. Estas voces pueden ser externas o internas al emisor. Externas cuando se trata del género conversacional e internas cuando refieren al dialogismo interno de cada sujeto. El *H-P* siempre dialoga en su discurso con voces externas —cuando se trata de una conversación— o internamente cuando dialoga con las voces que tiene incorporadas como parte de su proceso de desarrollo personal, psíquico, identitario y cultural.

El MSDALT permite, tanto en la sincronía como en la diacronía de las emisiones textuales, «reconstruir las representaciones de las categorías sociales que el/la hablante configura en su discurso» (Pardo, 2011, p. 17). La diacronía y la sincronía son entendidas en relación con el texto. Los recursos y estrategias lingüísticos pueden rastrearse mediante este método a lo largo del texto y no solo en el cotexto inmediato de la emisión. Esto es fundamental a la hora de interpretar cada recurso y estrategia, ya que debe hacerse siempre en relación con las otras formas y recursos con los

[227]

que coocurren. La aplicación del MSDALT posibilita visualizar no solo lingüísticamente sino también discursivamente —es decir, la relación entre elección léxica y práctica social— las representaciones sociales, porque a través de la forma en que cada sujeto organiza su discurso también muestra cómo ordena el mundo que lo rodea.

En la aplicación del MSDALT el texto es clasificado en categorías gramaticalizadas —de carácter obligatorio, independientemente del género discursivo— y semántico-discursivas —categorías no obligatorias que dependen de la interpretación del investigador—. Las categorías gramaticalizadas son:

— *Hablante-protagonista* (H-P): se corresponde con cualquier persona pronominal o cualquier referente nominal que asume el argumento principal del texto a partir del cual se desarrollan o se apoyan los argumentos de otros actores. No coincide con la noción de sujeto gramatical, pero puede ocupar la posición de este a veces.

— *Nexo de valor 1* (Nv¹) o *Verbo 1*: con el que el H-P acciona para dar progresión al texto. Puede coincidir con el ítem lexical «verbo» o con otros elementos léxicos que no son verbos, pero que operan cumpliendo su función o su significado, como una nominalización, una expresión —por ejemplo, *correr el riesgo*—.

— *Actor-actores*: cualquier persona pronominal o referente nominal que a veces aparece en el texto y toma los argumentos opuestos a los que sostiene el hablante.

— *Nexo de valor 2, 3...* (Nv²) o *Verbo 2*: manifiestan las acciones o estados relacionados a los actores.

— *Espacio y tiempo*: corresponden a la orientación necesaria y obligatoria de cualquier texto que puede estar lingüísticamente expresa o no.

— *Operador pragmático* (OP): presenta distintas funciones, como señalar cómo debe interpretarse una parte de la emisión, conectar distintas emisiones o sectores en la emisión, o apelar a la complicidad del oyente o lector. Engloba tanto a los llamados conectores como a los vocativos o a ciertos pronombres que funcionan como claves de contextualización.

[228]

2 Metodología

La metodología utilizada es cualitativa y se ubica dentro del paradigma interpretativista (Guba y Lincoln, 1998), el cual se inscribe en una comprensión no positivista de la práctica científica, un rechazo de la idea de que la ciencia está «por encima» o «separada» de la ideología, como si se realizara en un ambiente estéril y hermético en cuanto a las cuestiones ideológicas de la constitución del sujeto y sus prácticas.

El ACD, campo de la lingüística aplicada, se sitúa en la tradición de la investigación cualitativa ya que asume que el análisis de textos es interpretativo y no cartesiano (Magalhães, Martins y Resende, 2017). Ruth Wodak (2004) destaca que el ACD se centra en la reflexión sobre un problema social específico y que los analistas críticos pueden producir y presentar conocimiento crítico que capacite a los seres humanos para emanciparse de las formas de dominación. Este marco se sostiene en una perspectiva crítica de análisis que concibe el discurso de modo dialógico como práctica socialmente constitutiva y constituida socialmente, teniendo en cuenta su potencial de acción para generar un cambio; es decir, de acuerdo con Teun Van Dijk (1989), el ACD busca el cambio social a través de la acción discursiva.

[229]

Para esta investigación se utiliza el MSDALT (Pardo, 2011) con un enfoque en la jerarquización de la información, de la argumentación (Toulmin, 2007) y de las modificaciones (Pardo, 2011). Así, a partir de la aplicación del MSDALT que se hace mediante la división de emisiones e identificación de cada función léxico-gramatical de los términos se analiza el corpus compuesto por cinco textos tomados de la pestaña *Quiénes somos* de los portales digitales de medios bolsonaristas autodenominados independientes: Aliados Brasil, Foco do Brasil, Jornal da Cidade, Terra Brasil Notícias y Relevante News. La elección de estos portales de noticias se realizó a partir de una identificación previa de las fuentes con mayor frecuencia de participación en los grupos públicos de Telegram —18 grupos— y WhatsApp —39 grupos—.

3. Análisis discursivo de las autodefiniciones

A continuación, se ofrece el análisis en el que se aplican las nociones expuestas, basado en fragmentos representativos destacados de cada uno de los textos identificados como T1 a T5. Estas abreviaturas indican cada texto

en el análisis: Aliados Brasil (T1), Foco do Brasil (T2), Jornal da Cidade (T3), Terra Brasil Notícias (T4) y Relevante News (T5).

3.1 Autodefinition del portal Aliados Brasil

La autodefinition del portal de noticias Aliados Brasil está compuesta por cinco emisiones. En cuanto al tema, en las cinco emisiones el periódico se encuentra en esta posición: como foco del rema se repite en dos emisiones la categoría de *lugar*, «nas redes sociais - en las redes sociales» (e1) y «no Brasil - en Brasil» (e3); en la emisión 2, el foco recae en el *nexo de valor 1*(Nv1) «se manifestarem - manifestarse», el cual es una referencia al trabajo realizado por el sitio web; en la cuarta emisión, el foco está en la categoría semántico-discursiva *mundo político*; y en la quinta emisión el foco recae en la de *hablante-protagonista* (H-P), cerrando el texto con el nombre del sitio; además, en la emisión 4 se presenta información sobre el trabajo realizado por el periódico, utilizando un sustantivo genérico —«algo»—, caracterizado por un adverbio de intensidad —«mais - más»— y dos atributos que indican una comparación con otro trabajo, es decir, el portal realiza un trabajo «mais organizado e efetivo - más organizado y efectivo», sin embargo, no se especifica con qué se compara ni cómo se entienden estas valoraciones.

[230]

Asimismo, se produce un cambio en los modos verbales utilizados en la emisión 3: «entenderam que era necessário se expressarem e fazerem - entendieron que era necesario expresarse y hacer». El uso del indicativo y luego del subjuntivo —el cual funciona como mitigador del indicativo—, en tanto da un sentido de imprecisión y menor seguridad en los Nv1 «expressarem - expresar» y «fazerem - hacer», señala solo un deseo y no una acción concreta realizada. En la emisión 3 también se utiliza el verbo en pretérito imperfecto «apresentava - presentaba» con un aspecto más durativo de la situación caracterizada en la categoría semántico-discursiva de *mundo político*. El «cenário político que se apresentava - escenario político se presentaba», al momento de la creación del sitio, se caracteriza como un mundo de desastres continuos y, frente a esto, los *nexos de valor* expresos en el texto refuerzan el carácter mesiánico del llamado para que los autores del sitio puedan cumplir una misión de mejorar el escenario descripto. Las circunstancias que llevaron a la evolución del trabajo del periódico a algo «más organizado y eficaz» no se explican, solo se presentan de manera vaga, mitigada por una nominalización «militância digital - activismo digital»

que todavía está «en formación». La conclusión del texto, por medio de la emisión 5, se realiza con una síntesis, una típica caracterización de coda laboviana (Labov y Waletzky, 1967) que es el cierre de una narrativa con una emisión breve. La coda tiene la función general de indicar que se ha llegado al final de la narración, con una expresión cristalizada, en este caso, con un verbo de identificación, un artículo definido y el nombre propio del periódico: «somos el Aliados Brasil Oficial».

La última emisión, la 5, corresponde a la tesis defendida en el texto, la cual defiende un refuerzo en orden no marcada con primera persona de plural como una conclusión de un texto: «Nós somos o Aliados Brasil - somos el Aliados Brasil Oficial» (e4). Esta tesis es justificada con cuatro datos, las cuatro emisiones anteriores. El primer dato defiende que el grupo creador del sitio está formado por personas simples que tuvieron la misión de unirse a las redes sociales para manifestarse sobre temas políticos. Las emisiones 2 y 4 funcionan, cada una, como un dato, pudiendo ser caracterizadas como «informes de éxitos presentes y pasados» (Toulmin, 2007, p. 32), ya que buscan explicar las razones por las cuales crearon el sitio y se dedican a lo que afirman en la tesis. Al justificar la tesis a través de los datos 1 y 2 se establece una relación de que el periodismo político, para tener la confianza de los lectores, es realizado por personas simples, no necesariamente profesionales. La formación académica de los creadores no importa, sino que sean personas comunes que recibieron un «llamado» para manifestarse sobre el mundo político en las redes sociales con el fin de realizar algo «más organizado y eficaz» (e4), lo cual tampoco se describe. Además, los datos 3 y 4 otorgan un grado de fuerza a la conclusión de «habían creado el periódico». El dato 4 es el escenario político que se presentaba en Brasil, una justificación que busca reforzar la creación del sitio de manera opuesta —era un escenario de supuesto desorden que requería el trabajo de personas simples—. Stephen Toulmin (2007, p. 136) explica que las *garantías* son generales, apelan a datos implícitos; hay, por lo tanto, en este texto, una garantía implícita para la defensa de texto 1: ciertos escenarios políticos requieren de la acción ciudadana.

[231]

3.2 Autodefinition del portal Foco do Brasil

El texto de autodefinition del portal Foco do Brasil está compuesto por seis emisiones. La posición focal de la primera emisión recae en quienes

escriben los textos del periódico. Cada término es iniciado con mayúscula, aunque no sean nombres propios, lo que sugiere una mayor autoridad en la autoría de los textos y un intento de generar una aproximación con un periodismo técnico y profesional —«Jornalistas, Cinegrafistas e Editores - Periodistas, Camarógrafos y Editores»—. En la segunda emisión se realiza una enumeración en el rema para explicitar todo lo que se anuncia, de modo general, como tema por el portal mediante el término «trabajo» del diario, con énfasis en «mundo», indicando que nada se le pasa inadvertido. El foco vuelve a recaer en la misma categoría semántico-discursiva de *contenido periodístico* en la cuarta emisión, destacando que, además de cubrir noticias del ámbito político, también el sitio aborda el entretenimiento, dando así una mayor idea de la totalidad de temas que cubre el diario. En las otras tres emisiones el foco recae en la categoría de *compromiso*. La zona de foco está marcada por el término «verdade» (e4), sin explicar cómo entienden esta concepción o de dónde obtienen las noticias para tener una apariencia de veracidad. Afirman, además, que republican noticias «autorizadas» (foco de e5) y, por último, destacan el lugar que ocupan como un medio que no recibe recursos de nadie, con especial énfasis en «políticos e empresarios - políticos y empresarios» (e6).

[232]

El texto Foco do Brasil presenta tres tesis (e1, e4 y e6) que van en la misma dirección de defensa del trabajo realizado por el portal, ya que todas destacan valores por los cuales este se orienta: en la tesis 1 se enfoca sus componentes; en la tesis 2, el compromiso con la verdad; en la tesis 2 se resalta el carácter de independencia financiera del periodismo. La tesis 1 se alinea con la tesis 2 —defensa de la verdad— al presentar, con sustantivos que indican el colectivo de profesionales del área, sin especificar la formación, quién es responsable de producir la verdad del periódico (tesis 2). La tesis 2 se organiza en torno a un verboide, es decir, un verbo en gerundio que funciona como modalizador, junto con un verbo en infinitivo, expresión que da idea de continuidad de la acción, reforzada por el adverbio de tiempo «sempre – siempre». Los verbos de los datos (e2, e, e3) están todos en tiempo presente —«é - es» en la e2; «publica - publica» en la e3; «produz - produce» en la e5— y atemporal, ya que en cualquier momento en que se lea parece que la acción sigue siendo ejecutada. Dado que la tesis 3 defiende la ausencia de financiamiento del sitio, el dato 3 busca justificar que el contenido es propio y no sufre la interferencia empresarial o gubernamental.

El paradigma argumentativo está compuesto por la voz del H-P que se refuerza a sí misma con su propio nombre y con las profesiones de los productores de contenido. La categoría semántico-discursiva de *compromiso*, el cual ocupa la posición focal en tres de las seis emisiones, también cumple una función de alineación con la voz del H-P al negar recibir financiamiento de terceros, marcando así su lugar en el periodismo independiente, y al afirmar la importancia que le dan al valor de la «verdade - verdad» (e4), concepción que no es explicada por el H-P.

3.3 Autodefinition de Jornal da Cidade

La autodefinition del portal Jornal da Cidade presenta cuatro emisiones. En dos de ellas (1 y 4) el foco recae en la categoría semántico-discursiva *historia del periódico*. En esta categoría se aborda el trabajo que el periódico ha llevado a cabo desde su creación. En las dos ocasiones en las que el foco aparece en esta categoría se destaca su forma de caracterizar el trabajo: «dedicados ao jornalismo - dedicada al periodismo» (e1) y «compromisso com a verdade - compromiso con la verdad» (e4). Al enfocarse en esta categoría las emisiones buscan generar un mayor grado de confiabilidad en el trabajo realizado, incluso al utilizar el participio «dedicados - dedicados», un reforzador con una fuerte carga semántica adjetiva que indica una dedicación de energía al trabajo. En la emisión 4 se destaca, en posición focal, el término «verdade - verdad», algo que se espera en el ámbito periodístico al buscar noticias. Sin embargo, no se especifica qué fuente utilizan para tener ese compromiso con la verdad. En la emisión 2 el foco recae en el tiempo de existencia del periódico, lo cual guarda una relación semántica con el foco de la emisión 1, ya que se especifican cuantitativamente los «anos dedicados ao jornalismo - años dedicados al periodismo» (e1) por parte de los creadores del periódico. El sustantivo «trabalho - trabajo» (e3) tiene una connotación socialmente positiva y puede indicar una relación de confiabilidad hacia los lectores de este grupo de ultraderecha que, en su mayoría, defienden la meritocracia relacionada con el trabajo. En la emisión 3 el foco recae en la categoría gramaticalizada H-P en la expresión «formato eletrônico - formato electrónico», característica actual del periódico que, además, se destaca en el nombre propio: Jornal da Cidade Online.

Hay dos tesis (e1 y e4) en la autodefinition del Jornal da Cidade Online. La tesis que se encuentra en la emisión final cuando se describe, mediante

[233]

la nominalización —«compromiso - compromiso»— y sus complementos —«análise dos fatos, material opinativo, pluralidade e compromisso com a verdade - análisis de hechos, material opinativo, pluralidad y compromiso con la verdad»—, el trabajo periodístico que el portal se propone realizar. Esta tesis se presenta con un verbo en gerundio seguido de participio «sendo acessado - siendo accedido» y «sendo respeitado - siendo respetado», reforzando una idea de acción presente, continua. Las dos tesis se encuentran en tiempo presente reforzado por el uso de verboides, mientras que los datos 1 y 2 (emisiones 2 y 3) se refieren a eventos del pasado —como el Nv1 «circulou ininterruptidamente - circuló ininterruptidamente»; Nv1 «regressou - regresó»—. Esta estrategia es descrita por Toulmin (2007) como un tipo lógico: «hacemos afirmaciones sobre el presente y las respaldamos con datos del pasado» (p. 278). Se busca así convencer al lector de la credibilidad del periódico a través de su historia. La historia se refuerza con otro dato, el cual es la afirmación del trabajo abnegado del equipo como un medio para obtener reconocimiento.

De esta manera, para sustentar sus tesis, el H-P se basa en dos garantías implícitas para los lectores: los diarios que tienen una larga trayectoria tienen solidez periodística; y los diarios políticos necesitan de un compromiso con la verdad, la pluralidad y el análisis.

[234]

La voz del H-P, representada por el Jornal da Cidade Online, se alinea con otro actor, el «público leitor - público lector» (e4), el cual respalda la defensa de la tesis del texto al formar parte de la emisión 4: «sendo acessado em todas as regiões do país e extremamente respeitado pele seu público leitor por seu comprometimento com a análise dos fatos, material opinativo, pluralidade e compromisso com a verdade - siendo accedido en todas las regiones del país y extremadamente respetado por sus lectores por su compromiso con el análisis de los hechos, material opinativo, pluralidad y compromiso con la verdad». Así, el participio «respeitado - respetado», reforzado por el adverbio «extremadamente - extremadamente» tiene como agente pasivo a los lectores, aunque no se especifica quiénes son o cómo lo respetan, pero se mencionan en la autodefinition para respaldar la tesis de que el periódico mantiene un compromiso con la verdad.

3.4 Autodefinition de Terra Brasil Notícias

El texto 4, la autodefinition del portal Terra Brasil Notícias, está compuesto por cuatro emisiones, cada una con un foco en una categoría

distinta. El primer foco se centra en la categoría semántico-discursiva *contenido de periodismo como trabajo*, el cual señala el contexto laboral que llevó al grupo a proponerse una forma de hacer periodismo diferente a la que observaban en otros medios. En la emisión 1, «nasceu da ideia de três irmãos que estavam cansados das notícias cotidianas e muitas vezes distorcidas - nació de la idea de tres hermanos que estaban cansados de las noticias cotidianas y muchas veces distorsionadas», el término subrayado «cansados» señala una correspondencia con un discurso apolítico, una emoción individual, construyendo una representación de héroe para los creadores, en contraposición a una posición grupal para satisfacer las demandas sociales. Tal representación del heroísmo de los creadores también se refuerza con la idea de fundar el sitio como un «*hobby*» (e2) entre amigos.

Luego, en la emisión 2, el foco recae en el supuesto reconocimiento que tendría el sitio, autodenominándose de forma genérica como uno «dos meios de informação do Brasil - de los medios de información en Brasil» (e2) con frecuencia de repartos en la web. En la emisión 3 el foco se centra en el adverbio de tiempo «diariamente», reforzando también el trabajo diario e incansable de producción de noticias por parte de los tres creadores, lo cual se enfatiza aún más con el foco de la emisión 4 que se dirige a los lectores: «para todos» (e4). Esta focalización textual de las emisiones materializa una representación del trabajo realizado con dedicación y preocupación por el público. Este trabajo se caracteriza con refuerzos en forma de adjetivos con una fuerte carga semántica como «duro - arduo» y «notícias feitas com carinho - noticias hechas con cariño», con el objetivo de generar una relación afectuosa con el lector, del orden del sentimiento —común en el discurso neoliberal— y reforzar un valor común que la extrema derecha suele usar en sus discursos: el trabajo como fruto del esfuerzo, esto es, el mito de la meritocracia.

El texto de Terra Brasil Notícias presenta dos tesis sobre el trabajo realizado por el portal en relación con las noticias producidas (e1 y e3). En la tesis 1 hay una afirmación de qué representa el portal, de modo genérico, con la presentación del origen del periódico hasta llegar a la actualidad. Se reitera el uso del participio en la tesis 2 para caracterizar el trabajo con las noticias —«verificadas»; «realizadas com cuidado - hechas con cuidado», todos Nv1—. Hay dos datos para respaldar estas tesis. En el dato 1 se utiliza la estrategia de presentar un hecho pasado, para ello la

[235]

emisión 2 transita entre el pretérito perfecto —«começou - empezó»—, el gerundio —«crescendo - creciendo»— y un pretérito perfecto —«tornamos - convertimos»—, junto con un adverbio de tiempo presente —«hoje - hoy»—. El dato 2 busca justificar la tesis 2, señalando un valor religioso junto con el valor de un trabajo continuo, ininterrumpido, durante las veinticuatro horas del día. La garantía presente en este texto es que los portales de noticias que siguen a Dios hacen un trabajo de cuidado con el contenido que produce.

En el texto 5 del portal Terra Brasil Notícias se establece la categoría de *actor*. Tanto el *actor 1-lectores*, como el *actor 2-Dios* se alinean con las tesis defendidas en el texto por el H-P. El *actor 1-lectores* representa en el texto el propósito principal de la acción del periódico, siendo el receptor del trabajo realizado «com carinho - con cariño» (e3). Los lectores también reciben atributos positivos, los cuales buscan establecer confianza en el público, exaltándolos en un grado superior frente a aquellas personas que no leen el periódico: «para manter nossos leitores bem informados com notícias atualizadas diariamente - mantener a nuestros lectores bien informados con noticias actualizadas diariamente». Además, después de resaltar la importancia de los lectores para las tesis defendidas por el H-P, se introduce el *actor 2-Dios* para enfatizar una alineación con los valores divinos y, al igual que se hace en el texto 1, construir la representación de que cuentan con la protección de una divinidad para llevar a cabo lo que defienden, la tesis final del texto: «notícias sempre checadas, feitas com cuidado, seriedade e carinho - noticias siempre revisadas, hechas con cuidado, seriedad y cariño» (e3). Con esto se alinean con el discurso periodístico dominante y así intentan construir una imagen de supuesto periodismo serio y confiable.

[236]

3.4 Autodefinition de Relevante News

La autodefinition del portal Relevante News está compuesta por cinco emisiones. En tres de ellas el foco recae en la categoría semántico-discursiva *contenido que niega* y en otras dos en la categoría *contenido que hace*. Para respaldar la postura del contenido que el periódico realiza se refuta otra forma: es el principio dialógico en funcionamiento. En este caso, la categoría que niega los argumentos del H-P está en foco en tres emisiones. Esta voz de oposición se caracteriza, en la autodefinition, como aquella que realiza una «manipulação ideológica - manipulación ideológica», expresión que se focaliza en dos emisiones (2 y 5) y es llevada a cabo por lo que

ellos consideran los medios hegemónicos, llamados «extrema imprensa - prensa extrema» —foco de la emisión 3—. Mientras tanto el portal, en la voz del H-P, destaca que su trabajo es libre de ideología —como si eso fuera posible—, promoviendo «a verdade e a esperança - la verdad y la esperanza» —expresión focalizada en la emisión 4— sobre temas de carácter «político e social - político y social» —foco de la emisión 1—. La emisión 4 dialoga con un discurso cristiano religioso, moralista, que no establece relación con un discurso mediático profesional, al instanciar expresiones con adjetivos comunes a un contexto divino en los que la verdad —junto con una idea de positividad— es el eje: «valoriza tudo que é bom e verdadeiro - valora todo lo que es bueno y verdadero» para «promover a verdade e a esperança - promover la verdad y la esperanza».

La autodefinition del portal Relevante News presenta su tesis en la segunda emisión del texto (e2), defendiendo el tipo de contenido producido, aquel que ofrece un ángulo verdadero a las noticias.

No hay actores en el texto 6, sin embargo, hay una voz contraria a la defendida en la tesis enunciada por H-P. Para presentar el compromiso del periódico, el H-P lanza la voz de una posición opuesta, que niega. Esta negación se representa en la categoría semántico-discursiva *contenido que niega*. El énfasis en la posición opuesta explicita el paradigma argumentativo antagónico que funciona para convocar una voz que contraargumenta, pero que en definitiva «se expresa en el decir del hablante para poder refutarla a favor de su propia tesis» (Pardo, 2011, p. 59). La presentación de esta voz opuesta se realiza de manera genérica, informando que existe una «manipulação ideológica - manipulación ideológica» (e2 y e5) con «narrativas mentirosas - narrativas mentirosas» (e2) realizadas por la «extrema imprensa - prensa extrema» (e3). La voz opuesta construye una representación de un escenario de caos que no hace que los sujetos piensen, sino que los manipula y que supuestamente presenta «narrativas mentirosas» y «alarmismos». Al utilizar estos atributos negativos en la caracterización de este escenario, de manera genérica y sin datos externos que lo respalden, se construye una representación del enemigo. Existe, por lo tanto, solo una forma de hacer periodismo, aquella reforzada por el portal, expresada en palabras genéricas con juicios morales como «bom - bueno» y «verdadeiro - verdadero». La forma opuesta a la que realiza el portal se caracteriza como manipulación.

[237]

Consideraciones finales: las estrategias discursivas para generar confianza en el lector

En las cinco presentaciones disponibles en la ventana *Quiénes Somos* de los diarios digitales bajo análisis, el H-P se instancia con el nombre del diario. Esta recurrencia en el H-P es algo esperado del género autodescripción. Los actores se repiten en dos textos (T3 y T4) al nombrar a los lectores. La construcción de la categoría *actor-lectores* es pasiva, por lo tanto, son receptores de las producciones del trabajo del diario.

Las categorías semántico-discursivas son *mundo político* (T1), *contenido periodístico* (T2; T4 y T5), *historia del periódico* (T3) y *compromiso* (T2). Estas categorías dan cuenta de la construcción que cada diario hace del mundo en que se desarrolla. Se asemejan entre sí, puesto que muestran el trabajo que hacen y se oponen a un mundo imaginario que refiere a la existencia de una conspiración izquierdista en los demás periódicos que no apoyan a Jair Bolsonaro.

[238] En estas cuatro categorías se explicita al enemigo, aquello que debe ser combatido, aquel que trabaja con información que carece de verdad —expresada mediante términos como «mentirosas», «caos», por ejemplo, en el T5—. En otros textos (T1; T2; T3 y T4), el paradigma argumentativo de oposición está marcado al señalar los motivos que llevaron a crear el periódico (T1; T3 y T4), pues se muestra un descontento con otra forma de hacer periodismo no independiente —«noticias distorcidas - noticias distorsionadas» en T4— en el escenario político que se describe como «corrupto» (T1), «caótico», con «manipulação ideológica - manipulación ideológica» (T5), lleno de «indignações e reclamações - indignación y quejas» (T1).

Además, las autodefiniciones de los portales que componen el corpus de análisis de este trabajo reafirman una representación de un héroe individual que lucha contra un contexto que, según el discurso de la ultraderecha, es de caos y desinformación producido por la izquierda. A partir de una construcción de un estado de potencial de desorden, con el propósito de generar temor y angustia en los interlocutores, presentan sus valores. Para contrarrestar el supuesto caos instaurado por los dos enemigos mencionados a lo largo de las autodefiniciones —el comunismo, el Partido de los Trabajadores, la prensa— expone su opinión sobre sus valores e

introduce la temática del nacionalismo, de una verdadera patria y un Brasil en orden.

Asimismo, los periódicos buscan crear una relación de confianza entre el H-P y los lectores. Esta búsqueda de confianza y credibilidad se construye a través de estrategias similares en los portales:

— Refuerzo de emociones, como en «feitas com *carinho* e *cuidado* - hechas con *amor* y *cuidado*» (T4).

— Descripción de los creadores del diario como personas simples y cuyo valor principal es el trabajo «arduo» y «abnegado» (T1 y T5).

— Relación de los creadores o del propio periódico con una figura religiosa (T5).

— Mención del término *verdade* u *honestidade* como un valor central (T2; T3; T4 y T5).

— Independencia financiera (T1 y T2).

Por otra parte, es posible percibir que en cuatro de los cinco textos (T2; T3; T4 y T5) la tesis defiende el trabajo realizado por el portal como verdadero, con noticias que son supuestamente verificadas para no ser acusados de proveer noticias falsas. Esta práctica se ha vuelto común en los medios de comunicación de extrema derecha.

[239]

Un ejemplo de ello ocurrió en agosto de 2021, cuando más de 1500 videos distribuidos en 267 canales de ultra derecha fueron eliminados por YouTube. Esto sucedió poco después de que el Tribunal Superior Electoral (TSE) prohibiera, a solicitud de la Policía Federal, que las redes sociales transfirieran dinero a los canales de YouTube bolsonaristas investigados por difundir noticias falsas sobre fraudes en las urnas electrónicas (Rossi, 2021, agosto 22).

Hay, en este sentido, una mezcla en dos textos (T1; T5) del valor del trabajo con la religión, ya que introduce otra voz, la de una deidad, para apoyar su posicionamiento y, por lo tanto, relacionarse con el grupo con el que Bolsonaro a lo largo de su candidatura y presidencia asumió una alianza, los neopentecostales.

Los resultados que surgieron del análisis a partir de la aplicación del MSDALT demuestran una movilización de afectos, ideales religiosos y construcciones presentadas en paradigmas argumentativos de oposición a una izquierda representada por el caos, la manipulación y la mentira. Estas fórmulas reciben reconocimiento popular en las redes sociales, las cuales, alimentadas por discursos impulsados de afectos como el odio, moviliza a millones. Esta práctica social refuerza un sistema de creencias de la extrema derecha que se basa en una retórica de odio hacia los diferentes, cuyos efectos van desde la aniquilación de las subjetividades hasta la destrucción de la democracia.

Referencias bibliográficas

1. Bonini, Adair. (2013). Análise crítica de gêneros discursivos no contexto das práticas jornalísticas. En: Seixas, Lia y Najara Ferrari Pinheiro (eds.). *Gêneros: um diálogo entre Comunicação e Linguística Aplicada* (pp. 103-120). Insular.

2. Cesarino, Letícia. (2022). *O mundo do avesso: verdade e política na era digital*. UBU.

3. Chouliaraki, Lilie & Fairclough, Norman. (1999). *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh University.

4. Firbas, Jan. (1992). *Functional Sentence Perspective in Written and Spoken Communication*. Cambridge University. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511597817>

5. García Linera, Álvaro. (2022). *La política como disputa de las esperanzas*. Clacso. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2v88ct1>

6. Giddens, Anthony. (1990). *The Consequences of Modernity*. Polity.

7. Guba, Egon & Lincoln, Yvonna. (1998). Competing Paradigms in Qualitative Research. In: Denzin, Norman & Lincoln, Ivonna (Eds.). *The Landscape of Qualitative Research. Theories and Issues* (pp. 195-220). Sage.

8. Harvey, David. (1992). *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Wiley Blackwell.

9. Harvey, David. (1996). *Justice, Nature and the Geography of Difference*. Blackwell.

10. Iasi, Mauro Luis. (2013). O Marxismo diante de um novo século. *Revista Praia Vermelha*, 23 (2), pp. 331-356.

11. Labov, William & Waletzky, Joshua. (1967). Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience. In: Helm, June (Ed.). *Essays in the Verbal and Visual Arts: Proceedings of the 1966 Annual Spring Meeting of the American Ethnological Society* (pp. 12-44). Washington University.

12. Lavandera, Beatriz. (1992). *Variación y significado y discurso*. Paidós.

13. Lavandera, Beatriz y Pardo, María Laura. (1987). La negación en el discurso patrones y rupturas. *Cuadernos del Instituto de Lingüística*, pp. 5-30.

14. Magalhães, Izabel; Martins, André Ricardo y Resende, Viviane. (2017). *Análise de discurso crítica: um método de pesquisa qualitativa*. Universidade de Brasília. <https://doi.org/10.7476/9788523013370>

15. Martins, Rafael Moro. (2020, agosto 13). Bolsonaro entrega R\$ 7,5 milhões para Google distribuir - inclusive a sites de fake news. *The Intercept*. <https://theintercept.com/2020/08/13/bolsonaro-usa-google-distribui-milhoes-reais-sites-fake-news-adsense/>

16. Moura, Rafael Moraes e Netto, Paulo Roberto. (2020, agosto 7). Moraes mantém quebra de sigilo de investigados por atos antidemocráticos. *Estadão*. <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/08/07/alexandre-mantem-quebra-de-sigilo-de-investigados-por-atos-antidemocraticos.html>

17. Pardo, María Laura. (2011). *Teoría y metodología de la investigación lingüística. Método sincrónico-diacrónico de análisis lingüístico de textos*. Tersites.

18. Pardo, María Laura. (2022). El discurso de odio en los comentarios digitales de un grupo de ultraderecha argentino. En: Cirne, Alexcine Oliveira; de Barros, Solange Maria e Heinz Efken, Karl (eds.). *Diálogos e perspectivas da análise crítica do discurso* (pp. 129-156). Pontes.

19. Pinto, Ana Flávia Farias. (2022). Liberdade de imprensa e o Cercadinho do Alvorada: a propaganda política no lugar dos fatos e seus malefícios para a democracia. *Revista Miguel*, 6, pp. 3-22. <https://doi.org/10.17771/PUCRio.MIGUEL.59441>

20. Piovezani, Carlos y Gentile, Emilio. (2020). *A linguagem fascista*. Hedra.

21. Rocha, João Cezar de Castro. (2021). *Guerra cultural e retórica do ódio: crônicas de um Brasil pós-político*. Caminhos.

22. Rocha, João Cezar de Castro. (2023). *Bolsonarismo: Da guerra cultural ao terrorismo doméstico. Retórica do ódio e dissonância cognitiva coletiva*. Autêntica.

23. Rossi, Marina. (2021, agosto 22). Um 'apagão' de vídeos nas redes bolsonaristas no cerco aos ataques à democracia que emulam o trumpismo. *El País*. <https://brasil.elpais.com/brasil/2021-08-22/um-apagao-de-vidEOS-nas-redes-bolsonaristas-no-cerco-aos-ataques-a-democracia-que-emulam-o-trumpismo.html>

24. Repórteres Sem Fronteiras (RSF). (2021). Ranking Mundial de Liberdade de Imprensa: os perigos da indústria de conteúdos falsos. <https://rsf.org/pt-br/ranking?year=2021>

25. Toulmin, Stephen. (2007). *Los usos de la argumentación*. Península.

26. Van Dijk, Teun (1989). Social Cognition and Discourse. In: Schiffrin, Deborah; Tannen, Deborah y Hamilton, Heidi (eds.). *Handbook of Social Psychology and Language* (pp. 163-183). Wiley.

27. Vasconcelos, Rodrigo. (2022, febrero 11). Relatório da PF entregue ao Supremo aponta a existência de um "gabinete do ódio". *CNN Brasil*. <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/relatorio-da-pf-entregue-ao-supremo-aponta-a-existencia-de-um-gabinete-do-odio/>

28. Wodak, Ruth. (2004). Do que trata a ACD - um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. *Linguagem em (Dis)curso*, 4, pp. 223-243.