

¿Cómo funcionan las milicias virtuales de Jair Bolsonaro?

Por: Gustavo Veiga. 22/09/2022

¿Cómo funcionan las milicias virtuales de Jair Bolsonaro?

Gustavo Veiga*

El poder 2.0 del presidente ultraderechista lo ayudó a llegar al gobierno en 2018 y ahora insiste con la misma receta de cara a las elecciones. La diferencia es que lleva casi cuatro años de mandato y aumentó su tropa mediática.

Brasil respira un clima asfixiante de fake news, censuras explícitas y operaciones 2.0. Son las armas con que el presidente Jair Bolsonaro pretende imponerse en el combate final por el dominio del espacio virtual.

Se habla demasiado de un posible autogolpe, del papel clave de las fuerzas armadas, del núcleo duro que mantiene la ultraderecha, pero no tanto de la pelea por la producción de sentido que ya padecieron el PT y sus aliados en las elecciones de 2018. La historia se repite ahora, pero con el gobierno más fortalecido en un campo donde sus milicias informáticas suelen tomar la iniciativa.

Cuatro años en el poder les permitieron incorporar más recursos, poderosos financistas de noticias favorables a su proyecto de continuidad y más medios amigos. Uno es el caso de Jovem Pan, un canal de YouTube que machaca las 24 horas sobre los presuntos méritos del militar que va por su segundo mandato.

Google fue decisivo para que se consolidara – según la revista *Piauí* – y lo que era un conglomerado de radios en San Pablo se transformó en un multimedio que presume de ser la segunda señal de TV del país en Internet.

Su programa estrella Os pingos nos IS (algo así como Los puntos sobre las íes) ya habría superado los cien millones de reproducciones por mes. Jovem Pan (Pan joven) no es lo que sugiere su nombre. Cumplió 80 años en junio pasado y Bolsonaro le dedicó un video especial porque es “una empresa que cada vez se destaca más en la lucha por la libertad de expresión”.

La misma que al 9 septiembre de 2021 seguía repitiendo las declaraciones falsas o tergiversadas del presidente que según la ONG Artículo 19 eran 3.851 al 9 de septiembre de 2021. La palabra libertad es cada vez más repetida por el presidente y candidato, como si fuera un predicador del liberalismo.

No hace falta remontarse a tiempos muy pretéritos para saber cómo interactúa el bolsonarismo con la prensa. El 12 de julio último, Flavio, el senador e hijo del presidente, se quejó de que la compañía aérea Gol distribuía de modo gratuito en el aeropuerto paulista de Congonhas, la revista *Veja*, hoy crítica del jefe de Estado. Cuestionó en un video que subió a sus redes la portada que ilustraba los ataques militares al Tribunal Superior Electoral (TSE).

En un comunicado la empresa difundió horas después que el convenio con la publicación había terminado: “GOL informa que en mayo de este año se asoció con Editora Abril para la distribución gratuita de la Revista *Veja*, por tiempo limitado y con carácter de prueba, como una forma de ofrecer más opciones de entretenimiento a sus clientes durante el check-in en algunos aeropuertos.

La asociación terminó esta semana. En ningún momento la Compañía participó en la definición del contenido editorial de la revista, así como en la elección de las noticias”. Flavio Bolsonaro agradeció el acto de censura a la carta: “Fue un caso aislado y GOL tomó las medidas internas que consideró adecuadas. ¡Buenos vuelos y vamos!”, escribió.

Camino a octubre

La ofensiva oficialista para que nada se le escape a sus milicianos virtuales recrudece en un momento decisivo camino a la primera vuelta del 2 de octubre. Este martes Bolsonaro empezará su campaña electoral en Juiz de Fora, Minas Gerais, donde fue acuchillado en 2018.

Mezcla de desafío a las encuestas que lo dan perdedor en la primera vuelta y probable acto de victimización en la misma localidad donde intentaron asesinarlo, el presidente saldrá a dar un paseo en moto con la troupe motoquera que suele acompañarlo por las rutas de Brasil. Aquel ataque de hace cuatro años fue provocado por Adélio Bispo, un desconocido que fue declarado inimputable por la Justicia debido a sus trastornos mentales.

Pese a ello, el militar siempre alentó una teoría conspirativa: “No salió de su cabeza (por Bispo). Para mí no es difícil resolver el caso. Ahora bien, va a salpicar a gente importante”, dijo en enero pasado cuando salió dado de alta del hospital Vila Nova Star de San Pablo por una obstrucción intestinal.

En su afán de dar batalla en todas las plataformas posibles, Bolsonaro también criticó en abril pasado a WhatsApp porque hizo un acuerdo con la Corte brasileña para postergar hasta después de los comicios un recurso de la App que permitiría crear grupos con miles de participantes. Una herramienta que le facilitaría al presidente y su aparato de comunicación diseminar fake news por todo Brasil como sucedió antes de las elecciones de 2018.

Llamado “Comunidad”, es un instrumento que no podrá utilizarse, algo que el ultraderechista definió como “inaceptable, inadmisibile y que no va a ser respetado”. Envalentonado y molesto, agregó dirigiéndose a su electorado: “Nadie les va a quitar sus derechos, ese acuerdo no tiene validez, nosotros sabremos cómo proceder”. El militar mantiene un conflicto declarado con dos integrantes del TSE, Edson Fachin y Alexandre de Moraes.

El hacker alias el Vermelho

Bolsonaro no desdeña recursos para cumplir su propósito de reelección. Ahora intenta contratar al abogado y hacker Walter Delgatti, alias el Vermelho. Es el personaje que se hizo famoso por exponer chats privados de la causa Lava Jato que dejaron en evidencia el expediente que le armaron al expresidente Lula para condenarlo a prisión, hoy el candidato que va ganando con holgura las pesquisas electorales del 2 de octubre e incluso para una eventual segunda vuelta.

El ego del presidente llegó a su clímax cuando el 7 de diciembre de 2021 fue elegido por el voto de los lectores como personaje del año por la revista *Time*. La

publicación dio una semana después su propia evaluación y lo desplazó del puesto. Sus editores se inclinaron por el empresario sudafricano Elon Musk, el creador de Tesla, quien se reunió con el militar el 22 de mayo en San Pablo para promover un programa de conexión satelital en escuelas de la selva amazónica y monitorear la deforestación.

El multimillonario afín a las ideas del mandatario, impulsor de prácticas antisindicales y crítico de los impuestos a las grandes fortunas, es “un mito de la libertad”, según Bolsonaro.

Pese a la buena relación entre los dos, las falanges virtuales del presidente no toleraron el desplante de *Time* y produjeron una fake news que debería haber ingresado en el libro Guinness de los récords. Publicaron una réplica de la tapa de la revista con la imagen del militar, un epígrafe en portugués que lo definía como personaje del año y “líder del mundo libre” y en solo tres días esa portada falsa se replicó 27 mil veces en las redes sociales. Lo que habla del nivel de impunidad en las redes sociales del Brasil 2.0.

A los fanatizados seguidores del presidente ni siquiera les alcanzó que su líder le ganara a Donald Trump por el voto popular en *Time*. En la misma elección, los profesionales médicos y paramédicos que trabajaron en la pandemia exponiéndose al virus como pocos, quedaron terceros. La desinformación no es solo un problema brasileño.

** Periodista y docente argentino. Autor de Deporte, desaparecidos y dictadura, Fútbol [sic] limpio, negocios turbios y Donde manda la patota: barrabravas, poder y política. Nota difundida por el Centro Latinoamericano de Análisis Estratégico (CLAE)*

[**LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ**](#)

Fotografía: Pagina 12

Fecha de creación

2022/09/22