Cómo ganar una elección sin salir de casa: el populismo digital en el Brasil

LETÍCIA CESARINO

Departamento de Antropología, Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC)

Correo electrónico: leticia.cesarino@gmail.com

RESUMEN

Desde al menos la elección de Trump y el referéndum del Brexit, el tema del populismo ha vuelto con gran fuerza al debate público y académico. Este artículo pretende avanzar en la discusión a partir de la experiencia electoral brasileña de 2018, donde la aplicación WhatsApp intervino de forma significativa. Basado en diez meses de investigación *on-line* en redes sociales bolsonaristas, este estudio avanza en el concepto de populismo digital para pensar en las particularidades y efectos de la digitalización contemporánea del mecanismo populista clásico descrito por Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, articulándolo con nociones de cibernética, teorías de sistemas y teoría antropológica.

Palabras Clave: antropología digital; populismo; Ernesto Laclau; bolsonarismo; posverdad

HOW TO WIN AN ELECTION FROM HOME: ON THE RISE OF DIGITAL POPULISM IN BRAZIL

ABSTRACT

At least since Trump's election and the Brexit referendum, populism has become a hot topic in public and academic debates. This article seeks to contribute to these debates based on Brazilian 2018 presidential elections, where WhatsApp played an unprecedented role. Based on ten months of online research on pro-Bolsonaro social media, this study advances in the notion of digital populism in order to tease out the particularities and effects of the digitalization of this classic mode of constructing po-

litical hegemony. To this end, it incorporates insights from cybernetics, systems theory and anthropological theory to Ernesto Laclau and Chantal Mouffe's theory of populism.

Keywords: digital anthropology; populism; Ernesto Laclau; Bolsonarism; post-truth



INTRODUCCIÓN¹

En los últimos años, la cuestión del populismo ha vuelto con gran fuerza al debate público y académico, en reacción a la perplejidad causada por el resultado del referéndum sobre el Brexit y la elección de Donald Trump, ambos en 2016 (Mazzarella, 2018; Gerbaudo, 2018). Aunque la elección de Jair Bolsonaro en 2018 tiene muchas resonancias con estos casos, es posible vislumbrar en la experiencia brasileña nuevos elementos, en particular en lo que respecta a la relevancia electoral de la aplicación WhatsApp (Tardáguila, Benevenuto y Ortellado, 2018; Santos et al., 2019). Varios investigadores han abordado la dinámica política reciente del Brasil mediante instrumentos cuantitativos y estructurales de análisis de redes (Malini, Ciarelli y Medeiros, 2017; Recuero, Zago y Soares, 2017; Ortellado y Ribeiro, 2018; Santos et al., 2019), o enfoques cualitativos como entrevistas y observación participante en manifestaciones callejeras (Kalil y otros, 2018; Solano, 2018). Los estudios cualitativos de fondo sobre lo que ocurrió en el paisaje digital de la campaña electoral brasileña son todavía incipientes (Nemer, 2019). Este artículo pretende contribuir a llenar este vacío describiendo y proponiendo una explicación de tipo cibernética

Este artículo es una traducción, con modificaciones, del texto originalmente publicado en portugués, en 2020, en el número inaugural de la revista *Internet & Sociedade*, «Como vencer uma eleição sem sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil» (n° 1, vol. 1, febrero de 2020, pp. 91-120). Sitio web: https://re-vista.internetlab.org.br/serifcomo-vencer-uma-eleicao-sem-sair-de-casa-serif-a-as-censao-do-populismo-digital-no-brasil/. Se reedita la traducción con permiso de La autora.

En este trabajo se usa el sistema de citación de las Normas APA, utilizado en la revista de la publicación original.

(Bateson, 1972; Cesarino, 2019, en prensa, a), para la eficacia de la versión bolsonarista de lo que he llamado populismo digital (Cesarino, 2019).

Por explicación cibernética me refiero a un nivel analítico que es cualitativo, pero que difiere fundamentalmente de la «explicación positiva» (Bateson, 1972) –ya sea hermenéutica o causal– predominante en gran parte de las ciencias sociales. Esta perspectiva puede pensarse como un tipo de funcionalismo (Luhmann, 1995), pero centrada menos en contenidos y agentes particulares que en formas y patrones metacomunicativos, recurrentes en el mismo campo de complejidad, que coproducen estos contenidos y agentes (Cesarino, en prensa, a). Así pues, el presente estudio está vinculado a lo sistémico de las mediaciones (en este caso, digitales) que contribuyeron a la producción de subjetividades y elecciones políticas durante el período electoral. Basándose en una investigación en línea iniciada en septiembre de 2018, que abarca grandes grupos públicos de WhatsApp y los círculos de redes bolsonaristas a las que se referían en los medios sociales y otros canales digitales de la «nueva derecha» brasileña.

La primera sección introduce este universo de investigación, así como la posición de la investigadora y la metodología utilizada. La segunda sección presenta los puntos centrales de la teoría del populismo de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe, que constituye la base del análisis discursivo del contenido digital recogido. En la tercera se introducen elementos de la teoría antropológica y de las teorías de sistemas para construir un argumento acerca de la especificidad del populismo en su versión digital. En este contexto teórico, presento, a través de un análisis de la memética circulada durante la campaña, cinco funciones metalingüísticas básicas que cubren prácticamente todo el contenido recogido: 1. frontera antagónica amigo-enemigo; 2. equivalencia líder-pueblo; 3. temporalidad de crisis permanente; 4. mimesis inversa y reversión de acusaciones; y 5. canal directo y exclusivo. La siguiente sección se centra en el eje analítico del des/orden, pensado aquí en un sentido sistémico-termodinámico, es decir, como entropía informacional (Cesarino, en prensa, a). La última sección concluye señalando

cómo el funcionamiento del mecanismo populista en la campaña de 2018 reverberó formas culturales hasta entonces separadas de la política, como el fútbol y la industria del entretenimiento, y hasta qué punto esto podría indicar una profunda redefinición de lo que es la política en la era digital.

INICIANDO UNA INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA

La investigación que subyace a esta discusión comenzó, de manera sistemática, en septiembre de 2018, después de un «choque cultural» sufrido por la autora en un grupo familiar de WhatsApp, cuando un pariente reveló su intención de votar por el candidato del Partido Social Liberal (PSL). Esta conmoción se asemejó a lo que Susan Harding (1991) llamó, en su estudio sobre los fundamentalistas evangélicos americanos, «otro repugnante»: una especie de relación de alteridad en la que la diferencia se da políticamente, y donde la empatía etnográfica se convierte en un desafío. Sin embargo, había una diferencia: esa persona no era otro repugnante, y el choque vino precisamente de su asociación con un candidato que, desde mi punto de vista, era completamente diferente del perfil de esa votante: ella, pacifista, tolerante, espiritualizada, buena; él, homofóbico, racista, autoritario, misógino, «repugnante». Fue en la búsqueda de las fuentes de esa inconmensurabilidad de perspectivas –porque no parecía que estuviéramos hablando de la misma persona- que encontré un flujo masivo y constante de contenido digital compartido a través de WhatsApp (la interlocutora en cuestión no tenía una cuenta activa en ninguna red social). Estos contenidos –textos, videos, memes, audios, enlaces- produjeron, para esta votante, una realidad política que yo, habitante de una burbuja digital muy diferente, en ese momento, desconocía.

En general, la antropología entiende que todo proceso cultural y social se produce en la contingencia de la práctica histórica, aunque solo unos pocos consiguen estabilizarse eficazmente y generar efectos de verdad, asumiendo entonces aires de «datos» de la realidad. Sin duda me enfrentaba a un proceso de construcción de este tipo. Sin embargo, había una ambigüedad en cuanto a su espontaneidad.

Aunque los agentes de estas redes digitales eran libres de compartir e incluso producir lo que querían, los contenidos parecían estar guiados por algún tipo de dirección, dada la insistente recurrencia de ciertos patrones discursivos y estéticos. Tratando de entender estos patrones llegué a lo que describo aquí como el populismo digital empleado por el candidato del PSL en su campaña de redes sociales.

El populismo digital, en este sentido, se refiere tanto a un aparato mediático (digital) como a un mecanismo discursivo (movilizador) y a una táctica (política) de construcción de hegemonía (Cesarino, 2019). Es un mecanismo que puede haber marcado la diferencia en el resultado de las elecciones de 2018 al lograr movilizar a los votantes que fueron informados sobre los candidatos, principalmente a través de las redes sociales digitales, particularmente por WhatsApp. A diferencia de los casos paradigmáticos de Trump y Brexit, el estudio de la relevancia de esta aplicación en las últimas elecciones brasileñas puede contribuir a la comprensión de la eficacia del populismo digital incluso sin apelar para un microdireccionamiento y análisis de perfiles que caracterizó el escándalo de Facebook-Cambridge Analytica (Cadwallard, 2017; Kalil y otros, 2018; Santos y otros, 2019; Nemer, 2019).

Este estudio es también un experimento de antropología digital, inspirado en el enfoque de Daniel Miller y colaboradores (Horst y Miller, 2012). La antropología digital no es un subcampo disciplinario, sino una atención transversal a la creciente intervención de lo digital como una mediación cada vez más presente en las relaciones que también se desarrollan fuera de internet. Nos invita a reflexionar sobre los procesos de digitalización que intervienen de manera crucial, aunque no siempre visibles, en fenómenos que se consideran definitorios de la contemporaneidad, como el neoliberalismo, la posverdad y los llamados neopopulismos (Mirowski, 2019; Cesarino, en prensa, a). Desde al menos 2016, el populismo se ha convertido en una temática común en el mundo académico y en la prensa internacional (Mazzarella, 2018). Sin embargo, aunque su resonancia con la dinámica de los medios sociales ya se ha observado en términos generales (Gerbaudo, 2018; Maly, 2018), creo que su mecánica digital real todavía necesita ser profundizada.

Esta investigación, dirigida en su mayoría en el ámbito de internet dentro del paisaje digital bolsonarista que se fue ampliando durante la campaña electoral. Mi primer nivel de acceso -equivalente a la última de las tres etapas de la viralización en WhatsApp identificadas por Santos v otros (2019: 327) – fue al contenido que la interlocutora mencionada recibía diariamente en su teléfono inteligente. La intensidad y volumen de contenido compartido identificado por análisis cuantitativo, también aparecerán aquí: cada día, docenas de nuevos videos, audios, memes, textos largos y cortos, y grabados diversos (Tardáguila, Benevenuto y Ortellado, 2018; Santos y otros, 2019; Nemer, 2019). Gran parte de este contenido eran fake news en el sentido amplio del término (Tandoc y otros, 2018): noticias falsas, teorías de conspiración, material ofensivo y calumnioso contra determinadas personas o grupos, avisos urgentes y alarmistas, declaraciones distorsionadas o sacadas de contexto. Son mensajes que difícilmente circularían con tanta amplitud, rapidez y capilaridad en los foros tradicionales de la esfera pública como la prensa profesional, donde hay mayor publicidad, control social y jurídico. En el momento inicial, llamó la atención cómo era de vulnerable esta informante, así como los contactos de su red personal que le transmitieron estos contenidos. Las razones de esa vulnerabilidad son complejas y multiescalares (Marres, 2018), y es preciso seguir estudiándolas mediante investigaciones cualitativas fuera de línea. A continuación, destacaré únicamente las pautas discursivas que estructuran el contenido propiamente dicho y que pueden haber contribuido a su aceptación y reproducción por los usuarios, en particular los que Nemer (2019) denominó «brasileños comunes».

Desde esta primera capa, más cercana a la interfaz entre «en línea» y «fuera de línea», he indagado en otras mallas de las redes digitales bolsonaristas: en WhatsApp y también en otras plataformas a las que se refería el contenido que circulaba en la aplicación, como sitios de noticias alternativos, videos en YouTube, Facebook o publicaciones en Twitter. En la época de la campaña, hice observaciones en varios grupos públicos —a lo sumo cuatro o cinco a la vez—, debido a las limitaciones de memoria de mi teléfono celular, no fue

posible archivar todo el contenido recibido; cada día seleccionaba y descargaba los elementos que me parecían más representativos de ciertas pautas discursivas recurrentes. Dentro de este universo, seleccioné las imágenes que se presentan a continuación.

De acuerdo con la estructura policéntrica de la red «hydra» descrita por Santos y otros (2019), los grupos públicos de WhatsApp en los que participé eran de dos tipos. Había los organizados verticalmente, donde solo los administradores (cuyos chips eran a menudo extranjeros, de países como los Estados Unidos o Portugal) podían publicar contenido. Las invitaciones públicas a estos grupos se podían encontrar en hojas de cálculo en sitios como zapbolsonaro.com. Este tipo de grupos estaban situados en una zona gris entre la campaña oficial y la militancia espontánea, y fue objeto de algunos informes periodísticos y de reportajes de difusión de mensajes ilegales (Benites, 2018). En este estrato, los grupos fueron preseleccionados según criterios como el grupo social o la zona geográfica: durante la campaña, participé en grupos de mujeres y, de manera itinerante, en grupos segmentados por estado o ciudad.

El segundo tipo eran grupos grandes (hasta 256 personas, número máximo permitido por la aplicación), también disponibles públicamente a través de enlaces, generalmente en Facebook o Twitter. Cualquier usuario podía publicar, y aunque la mayoría de las interacciones consistían en compartir, había un diálogo ocasional entre los miembros. Estos grupos, junto con el de WhatsApp personal de mi interlocutora, formaron mi paisaje etnográfico en esta aplicación. Tras el resultado de las elecciones, estas redes se reorganizaron de forma significativa. Todos los grupos en los que participé al final de la campaña finalmente se desmoronaron. Sin embargo, se crearon nuevos, que hoy albergan seguidores más «radicales» del presidente (Nemer, 2019). Esto no significa que otros usuarios no vayan a seguir recibiendo parte del contenido que circula en los grandes grupos a través de los contactos personales en su WhatsApp; de hecho, esa ha sido la experiencia de mi informante desde entonces.

Por lo tanto, el universo de esta investigación se ancló en WhatsApp como la punta capilar de una ecología mediática más

amplia que ha sido mapeada y analizada por varios investigadores de diferentes campos, y desde antes de las elecciones de 2018 (Malini, Ciarelli y Medeiros, 2017; Ortellado y Ribeiro, 2018; Santos y otros, 2019; Nemer, 2019). Como otros (Recuero, Zago v Soares, 2017; Gerbaudo, 2018), creo que es fundamental señalar los cambios que este ecosistema ha introducido en la esfera pública, ya que su estructura se junta con el sentido liberal y habermasiano del término. Es un ambiente poco público, poco dialogante, y aísla a una parte del público del contacto con lo contradictorio y la diferencia. Tanto en el contenido digital de la campaña como en las declaraciones del entonces candidato (por ejemplo, llamando a sus seguidores a apagar la televisión e informarse solo a través de sus transmisiones en vivo o lives en Facebook), la intención de construir un canal exclusivo era explícita. Esta estrategia tuvo el efecto de producir una realidad separada cuya relación con su entorno (es decir, el resto de la red) fue mediada por una serie de guardianes digitales: principalmente influyentes y grupos, pero también mediadores no humanos como algoritmos, bots o criptografía (Recuero, Zago y Soares, 2017; Maly, 2018).

Se podría objetar que cada burbuja digital es un mecanismo de este tipo, y esto es cierto. Sin embargo, mi experiencia de investigación coincide con la tesis de Santos y otros (2019), apoyada también por observaciones cualitativas como las de Nemer (2018), en que, a diferencia de las burbujas que se generan a través de algoritmos y patrones de uso cotidiano de los medios sociales, existe, en este caso, una asimetría y direccionalidad que se combinan y retroalimentan con los usos y acciones espontáneas de los usuarios comunes. Esta direccionalidad puede observarse más claramente en el ámbito metacomunicativo o sistémico: por un lado, en el montaje de un aparato de medios digitales que corría paralelo a formas tradicionales de producción y difusión de información y conocimientos autorizados (como el periodismo profesional, los expertos académicos y parte de la clase artística); y por otro, en las pautas discursivas recurrentes en el contenido digital que circulaba en este aparato. En lo que sigue, trataré de destacar este último punto, sugiriendo que la estructuración del contenido de la campaña oficial y no oficial del candidato victorioso en 2018 derivó, en cierta medida, de algún tipo de «ciencia del populismo» (Cesarino, 2019).

TEORÍA Y PRÁCTICA DEL POPULISMO

Inicialmente, la recopilación de contenido se realizó de manera aleatoria, y pronto se impuso el reto de organizar toda esa masa de información digital en algún tipo de esquema de clasificación. Esta tarea, aparentemente difícil debido al gran volumen de material, resultó ser relativamente sencilla: surgieron rápidamente y de manera muy intuitiva unos pocos patrones metacomunicativos con el trasfondo de la teoría del populismo de Laclau (2005) y Mouffe (2000). Prácticamente todo el contenido que circuló en WhatsApp aportó patrones de estructuración que podían asociarse con los puntos centrales de la teoría; una extraordinaria coincidencia que exigía, en sí misma, una explicación.

Laclau desarrolló su teoría basada en el estudio histórico de los populismos clásicos como el peronismo en Argentina, antes del surgimiento de la internet y los medios digitales. Sin embargo, hoy en día el populismo ha pasado de ser una aberración tercermundista a convertirse en un fenómeno prominente en la política democrática, tanto de izquierda como de derecha, en los Estados Unidos y en Europa (Gerbaudo, 2018; Maly, 2018; Brown, 2019; Varis, 2020). De hecho, para Laclau (2005), el populismo no se puede definir por un tipo específico de contenido ideológico (izquierda o derecha) o de posición (avanzada o retrasada) en una escala de desarrollo democrático. Lejos de ser una anomalía o degeneración destinada a desaparecer con el progreso de la civilización, el populismo es constitutivo de toda dinámica política y puede operar en los más diversos contextos empíricos, ideológicos e históricos.

Laclau y Mouffe ofrecen una síntesis original entre las preocupaciones de los gramscianos por la producción de hegemonía en la historia, y el estructuralismo de Ferdinand de Saussure y algunos de sus despliegues post-estructuralistas. Es este último eje el que nos permite acercar su teoría del populismo al plano analítico de la cibernética (Cesarino, en prensa, a). Los autores también siguen al teórico político antiliberal Carl Schmitt, al considerar la dimensión de lo político como ontológicamente antagónico, es decir, que consiste en una demarcación entre dos campos: amigo y enemigo. Nociones como la esfera pública habermasiana, basada en suposiciones de democracia como diálogo, racionalidad y búsqueda de convergencia, no reflejaría para ellos la realidad más fundamental de «lo político».

Para Mouffe (2000), la incapacidad de la teoría política liberal para comprender el populismo, y por lo tanto la política, emana de lo que ella llamó la paradoja democrática. Señala cómo el Estado democrático de derecho surgió de la convergencia tardía, en el siglo XIX, entre dos corrientes político-filosóficas separadas y contradictorias: el liberalismo, que hace hincapié en el individualismo, la propiedad privada, el valor de la libertad y el Estado de derecho (instituciones); y la democracia, basada en la soberanía popular, voluntad general y el valor de la igualdad. Laclau y Mouffe hablan así de un *continuum* a través del cual se desarrolla la política moderna, que va desde un tipo ideal de populismo hasta un tipo ideal de institucionalismo –ninguno de los cuales existe en forma pura en la realidad histórica-. Así pues, momentos de ascensión populista suelen ir acompañados de un debilitamiento institucional y, a la inversa, momentos de preponderancia tecnocrática o postpolítica (Mouffe, 2000) cubren el carácter antagonista-populista de la política.

Típicamente, el mecanismo populista es puesto en funcionamiento por un liderazgo carismático que surge en contextos de insatisfacción generalizada, afirmando que viene de fuera del sistema y colocándose como paladín de la ruptura y el cambio. La irrupción populista es como un «terremoto» que reacomoda la estructura política como efecto de la acumulación de demandas no contempladas por grupos sociales inicialmente desconectados entre sí. Como describe Laclau (2005), lo que hace el liderazgo carismático-populista exitoso es precisamente articular estas demandas en una «cadena de equivalencia» lo suficientemente larga e inclusiva como para subsumir la heterogeneidad inicial en una identidad política común, a la que llama «pueblo» (que en este caso consistía en una mayoría electoral). En el proceso de extensión de la cadena a los múltiples grupos e individuos que componen la sociedad, las particularidades y diferencias entre ellos se excluyen selectivamente en favor de la movilización de símbolos y consignas capaces de vincular a todos con el líder.

Esta equivalencia se construye mediante la movilización de significantes vacíos o flotantes, que a menudo implican nociones vagas de nación, orden y seguridad. De ahí el carácter impreciso, redundante, simplista, emocional, «vacío» –en una palabra, performativo (Cesarino, 2006) – del discurso populista: solo así se puede producir la equivalencia entre una amplia gama de particularidades. Ya se han señalado las resonancias de este tipo de discurso político con el lenguaje de la memética y otras dinámicas propias de las redes sociales -por ejemplo, el hashtag o etiqueta como un vacío significativo que articula «multitudes» insatisfechas en línea y el «espíritu transgresor» que haría de los medios digitales vías privilegiadas para «representar a los no representados» excluidos de los medios de comunicación masivos y del sistema político (Gerbaudo, 2018: 748)—. Otros han señalado cómo fuerzas políticas en Europa utilizan conscientemente affordances (boyd, 2011) de la plataforma de internet en sus estrategias de movilización, lo que nombraron como populismo algorítmico (Maly, 2018) o populismo métrico (Varis, 2020). Sin embargo, hay varios otros puntos -más que afinidades, de co-constitución estructural (Cesarino, en prensa, a)entre la dinámica de los medios digitales y la mecánica populista.

Una de ellas se refiere a la forma en que, para Laclau y Mouffe, las identidades políticas, individuales o colectivas, no preexisten a las relaciones que las constituyen, o a su nominación como tales. Esto converge fuertemente con el modo en que las subjetividades se forman a través de perfiles en los medios digitales, en una forma paradójica de individualismo en red (boyd, 2011; Chun, 2016; Lury y Day, 2019). En el caso del populismo, esta performatividad se hace explícita hasta el punto de que es posible rastrear, con relativa precisión, las tácticas discursivas a través de las cuales el líder y su aparato mediático producen la identidad común con el «pueblo»

(Cesarino, 2006). Lo mismo ocurre con las identidades que pueden definirse desde el espectro político de izquierda-derecha, que, en el caso brasileño, se ha reajustado significativamente en el contexto antagónico que condujo a la reciente ruptura populista (Malini, Ciarelli y Medeiros, 2017; Solano, 2018).

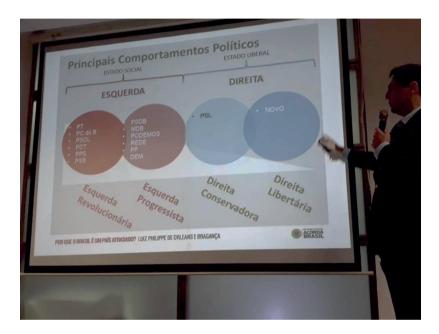
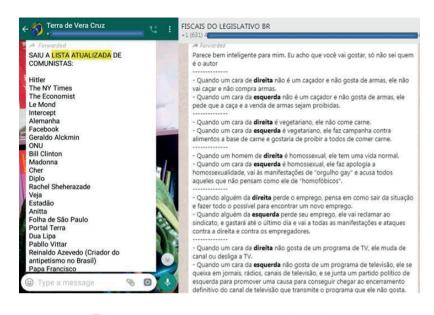


Figura 1. Reorganización del espectro político, a partir de la cual un candidato que ha pasado casi treinta años en el foro del Congreso Nacional consigue situarse como alguien que viene de fuera del sistema (por Luiz Philipe Orleans y Braganza, elegido diputado federal por el PSL en 2018).

Además del eje paradigmático que vincula al líder con el pueblo, la extensión discursiva de las cadenas de equivalencia opera a través de un eje sintagmático que produce una frontera entre lo que denominé el sistema líder-pueblo y una exterioridad constitutiva (Laclau, 2005) que opera como una alteridad amenazante: en términos de Schmitt, un enemigo. Para Laclau, en el populismo, el antagonismo amigo-enemigo se superpone con otra división, entre élite y pueblo, en que el líder afirma representar al «de abajo» contra algún tipo de élite privilegiada, parasítica, hipócrita y/o corrupta.



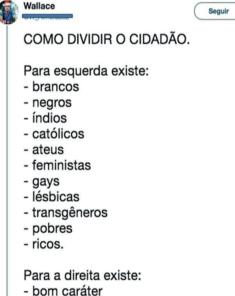


Figura 2. Coproducción emergente de la identidad de la derecha de la oposición a la identidad de la izquierda en grandes grupos de WhatsApp (postelección).

- mau caráter

Aunque el propio Laclau no destaca este punto, es importante que la figura del enemigo también funcione como un peligro permanente para la integridad del grupo y/o su liderazgo. Esta virtualidad ubicua funciona como una presión externa que permite mantener la cohesión del sistema líder-pueblo, aunque su base interna carezca de organicidad. Esta función se realiza a menudo mediante rumores o acusaciones de riesgo para la vida del líder y/o sus aliados, por algún enemigo externo o a veces interno (infiltrados, traidores); o por denuncias de persecución, acompañadas de relatos de conspiración. En mi experiencia de investigación, este tipo de contenido, que desempeñó un papel principalmente movilizador, fue uno de los más difundidos en WhatsApp durante la campaña electoral.

Otro aspecto esencial del populismo, y minimizado por la teoría política liberal, tiene que ver con el papel central de los afectos y las pasiones en el comportamiento y la formación de las identidades políticas. Hay todo un complejo argumento psicoanalítico que sustenta este eje de la teoría de Laclau (2005), basado en Freud y Lacan, que no hay necesidad de recuperar aquí. Para nuestros propósitos, basta con señalar que el líder populista construye al pueblo principalmente a través de apelaciones emocionales, estéticas, morales, que pueden ser tanto positivas (esperanza, deseo de orden, justicia o cambio) como negativas (odio al enemigo, resentimiento, revanchismo, decepción). Este es precisamente el estrato cognitivo a través del cual las plataformas interpelan a los usuarios, el llamado cerebro reptiliano (Chun, 2016; Marres, 2018). Es aquí, además, donde el carisma personal del líder asume importancia, usualmente acompañado de algún tipo de culto a la personalidad, que, en el populismo digital, se avanza a través del branding o de la promoción de una marca, del *marketing* microsegmentado y de otros elementos de eficacia en la industria de la influencia digital (Maly, 2018; Varis, 2020).





Figura 3. Fuentes originales del carisma: antipolíticamente correcto y espontaneidad.

Por eso los juicios políticos dentro del mecanismo populista parecen simples y reduccionistas, ya que se basan en los afectos, criterios morales y estéticos, y una oposición binaria entre amigo y enemigo. Pero es precisamente esta simplicidad la que permite el alcance excepcional de la movilización de tipo populista, porque no tiene como condición de posibilidad ningún tipo de educación política en el sentido específico: la gente hace sus juicios a través de los mismos parámetros utilizados en las situaciones de la vida cotidiana. De ahí también la creciente confusión de los límites, que se pondrá de relieve en la sección final, entre la política y otras esferas sociales. Las redes sociales, que generan valor en la circulación de contenidos generados por los propios usuarios (Marres, 2018), permiten la construcción de la equivalencia en torno al líder como una experiencia espontánea desde el punto de vista de los usuarios (Cesarino, en prensa, a).

Por último, cabe señalar que tanto la ruptura populista como su posterior normalización como gobierno requieren el control exitoso de ciertos medios por parte del líder, a través de los cuales él busca asegurar el acceso directo, exclusivo y continuo a sus seguidores. El líder populista construye al pueblo a través de diversas mediaciones, que en el pasado envolvían principalmente medios analógicos como los periódicos, la radio y la televisión, así como el contagio a través de medios informales como los rumores o en situaciones de efervescencia colectiva (multitudes). En este sentido, la naturaleza cibernética de los medios de comunicación movilizados por los dirigentes populistas contemporáneos introduce diferencias importantes con la tradición populista anterior. En este sentido, la teoría estructural del populismo propuesta por Laclau (2005) es interesante por permitir articulaciones con ideas de otros campos en el plano del análisis sistémico.

EL POPULISMO DIGITAL Y LA PERSPECTIVA CIBERNÉTICA

Además de poner en evidencia cómo el contenido de la campaña de Bolsonaro en las redes se estructuró con base en los patrones discursivos descritos por la teoría del populismo, este estudio trata de aproximarse a la siguiente pregunta: ;qué sucede con la mecánica y los efectos del populismo cuando operan cada vez más a través de medios digitales? Propongo que pensar en la digitalización del populismo implica combinar la teoría de Laclau con elementos de cibernética y teorías de sistemas. Laclau fue muy influenciado por de Saussure y el postestructuralismo de Derrida y Lacan, y su glosa de hegemonía gramsciana pasa por este prisma. Además, las ciencias y la ingeniería digital tienen un punto de origen histórico en común con las diversas teorías estructuralistas y de sistemas: la cibernética de los años cuarenta (Cesarino, en prensa, a). No por casualidad, en el análisis del modus operandi del populismo digital es posible identificar mecanismos clásicos descritos por autores vinculados explícita o implícitamente con perspectivas de sistemas, como Gregory Bateson (1972), Niklas Luhmann (1995) v Marv Douglas (2002).

Entre las características del populismo que encuentran resonancia en los mecanismos descritos en los enfoques sistémicos están su carácter relacional, binario, reduccionista, performativo, neguentrópico, efectivo y, según la situación, autopoiético. A partir de la teoría de sistemas de Luhmann (1995), por ejemplo, es posible entenderla como un mecanismo de reducción de la complejidad basado en un código binario amigo-enemigo, cuyo objetivo es agregar y estabilizar un sistema líder-pueblo aislado de un entorno potencialmente amenazador. La cadena de equivalencia de Laclau es esencialmente un proceso de este tipo, en el que las demandas e intereses heterogéneos se reducen a un denominador común: un significante negativo (que produce la frontera del grupo a través de la oposición a un enemigo externo) o positivo (que produce la integración del grupo a través de la equivalencia entre el líder y pueblo).

En el contexto contemporáneo, la eficacia de los significantes vacíos (Laclau, 2005) se ve reforzada por la extrema maleabilidad de lo digital, así como por la productividad recursiva de los contenidos producidos por los propios usuarios, que constituyen la base del actual modelo de negocio de los medios sociales (Marres, 2018; Mirowski, 2019). Durante la campaña, la eficacia flotante del «kit



Figura 4. Doble mecanismo de reducción de complejidad: eje de la equivalencia («todo el Brasil», verde y amarillo) y de la diferencia («contra el PT», afectos de ira).

gay»² fue especialmente reveladora de este aspecto: cualquiera podía cortar, pegar, ensamblar (grabar un video, un audio) y compartir su propia versión casera de este signo del enemigo. En las redes bolsonaristas, el «kit gay» circulaba como puro significado (en el sentido de Saussure), hasta el punto de perder cualquier conexión con un referente concreto. Nadie ha visto el «kit gay» original, y sin embargo, como significante flotante produjo efectos reales en el electorado (Kalil y otros, 2018).

² El «kit gay» fue una estrategia usada por Bolsonaro durante su campaña en 2018 para arremeter en contra del programa de educación titulado Escuela sin Homofobia, al cual Dilma Rousseff le había dedicado una partida presupuestaria mientras fue presidenta. En esta campaña, Bolsonaro y sus seguidores usaban *fake news* o noticias falsas con videos difundidos por redes sociales, que incluían «denunciar» el supuesto «kit gay» del gobierno, por ejemplo, el falso uso de biberones en forma de penes repartidos en las guarderías por Rousseff y Lula, o la mentira sobre la distribución de un libro de sexualidad entregado por el gobierno en las escuelas, texto que mostraba Bolsonaro cuando lo entrevistaban o hacía sus videos. **Nota de la edición.**



Figura 5. Diferentes versiones «corte y pegue» del significante flotante «kit gay» que circuló en las redes bolsonaristas durante la campaña electoral.

Como los sistemas de cierre operacional de Luhmann (1995), el proceso de reducción de la complejidad es necesariamente selectivo. En el eje de la equivalencia, se excluyen elementos particulares de las múltiples demandas en favor de características más amplias y vagas que puedan articularlas entre sí (Laclau, 2005) —un proceso análogo a la formación de multitudes en línea a través de *hashtags* y otras dinámicas que amplían las conexiones a expensas de la simplificación de los contenidos (Gerbaudo, 2018)—.

Un punto poco desarrollado por Laclau, que es central para el populismo en su versión digital, se refiere a la estructura multiescalar y anidada de este tipo de sistema (Luhmann, 1995). Como sugieren mis observaciones y la de otros (Kalil y otros, 2018; Nemer, 2018; dos Santos y otros, 2019), la campaña digital de Bolsonaro funcionó a través de una estructura segmentaria análoga a la descrita por el antropólogo británico Edward Evans-Pritchard (2013): al tiempo que se centraba en los efectos de microdireccionamento en perfiles específicos de votantes, era capaz de mantener una unidad virtual en la «cima» (Cesarino, 2019). La imagen del candidato, a la vez unitaria y fragmentada —en los términos lévi-straussianos de Kalil

y otros (2018), calidoscópica—, circulaba en WhatsApp a través de una topología estratégicamente construida de «redes policéntricas segmentadas e integradas» de tipo «hidra» (Santos y otros, 2019). Este patrón fractal y segmentado, propiciado por la arquitectura algorítmica de la internet contemporánea (Lury y Day, 2019), introduce una importante innovación respecto al populismo analógico.

Por otra parte, en el eje de la diferencia, los elementos externos al sistema líder-pueblo (tales como los hechos divulgados por la prensa, los análisis de los expertos o las impugnaciones planteadas por la oposición) solo se interiorizaron como información significativa al reducirse al código binario amigo-enemigo que delimita el límite entre el sistema y su entorno. El que fue seleccionado por el líder como su antagonista participó en el sistema, por lo tanto, como una exterioridad constitutiva (en términos de Laclau) o como un ambiente o entorno (en términos de Luhmann). En las elecciones de 2018, esta posición estructural se ancló en la figura inmediata de uno de los candidatos —Fernando Haddad— pero también fluctuó ampliamente como Lula, Partido de los Trabajadores (PT), Jean Willys, el comunismo, la militancia, la resistencia, el globalismo, la vieja política... en una serie paradigmática (en el sentido de Saussure) prácticamente inagotable.



Figura 6. Flotadores vacíos enemigos significativos de una división binaria inicial: bandido, vagabundo contra buen ciudadano. La memética exhorta al usuario a elegir un bando, y a definir el voto basado en imágenes.

Pero, aunque el adversario solo penetra en el sistema líder-pueblo reduciéndolo al código binario amigo-enemigo, en el período electoral este operaba como una exterioridad activa, ya que sus reacciones al mecanismo populista tendían a retroalimentarlo, estabilizando un patrón relacional similar a lo que Bateson nombró cismogénesis simétrica (Bateson, 1958; Karczeski, 2018). En otras palabras, las reacciones del enemigo a las acciones del líder populista, y viceversa, generaron una escalada progresiva de la división entre los dos polos que fue fundamental para promover al candidato del PSL de diputado alegórico e inexpresivo a nuevo salvador de la patria (Malini, Ciarelli y Medeiros, 2017). El aspecto simétrico (Bateson, 1958) del antagonismo amigo-enemigo fue central en este proceso, ya que parte de la eficacia del mecanismo populista provenía de la canibalización e inversión (Laclau, 2005) de las declaraciones y acciones del oponente. Este aspecto, que he llamado de mimesis inversa (Cesarino, 2020a), estructuraba gran parte de la memética de la campaña de Bolsonaro, y ocasionalmente se hacía explícito como «jugar el hechizo contra el hechicero» o «bailar con su música».



Figura 7. Mimesis inversa izquierda-derecha. Canibalización de la estética de izquierda, y del lema feminista «lucha como una chica».

La perspectiva de sistemas también nos permite arrojar luz sobre otro punto que fue central en este caso: la temporalidad de la movilización populista. Había un aspecto rítmico evidente en el aparato movilizador del populismo digital, en particular el firehosing³ diario de contenidos compartidos a través de WhatsApp. Además, el ritmo de la movilización fue impreso por el propio contenido. Era bastante común, por ejemplo, audios grabados por personas desconocidas, pero que se hacían pasar por alguien relevante (un fiscal, un empleado de embajada, un empleado de alguna gran empresa de medios de comunicación) trayendo «hechos» exclusivos o noticias alarmistas. Textos y videos alertaban a la gente sobre algún tipo de amenaza o complot en curso, ya sea del PT, el Tribunal Electoral, de Venezuela, o asimismo de entidades «terroristas» internacionales como Hezbollah y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Esta estrategia se basa en affordances que ya están disponibles en los ambientes digitales contemporáneos, y que son fundamentales para la economía de atención contemporánea y su temporalidad de crisis permanente (Chun, 2016).



³ Es una técnica de propaganda en la que una gran cantidad de mensajes se transmiten de forma rápida, repetitiva y continua a través de múltiples canales sin tener en cuenta la verdad o la coherencia. Se usó durante la Guerra Fría. Nota de la edición.





Figura 8. Movilización permanente a través de amenazas potenciales.

Otro punto de convergencia con las teorías de sistemas se refiere a la cuestión de la eficacia, o de la verdad como efecto performativo *a posteriori* de las relaciones. Muchas son las posibles ramificaciones de este punto, especialmente con respecto a la coproducción contemporánea entre los medios digitales, neoliberalismo, posverdad y neopopulismos (Mirowski, 2019; Cesarino, en prensa, a); sin embargo, están fuera del alcance del presente análisis. Aquí basta con señalar que, como en los sistemas, la eficacia es intrínseca a la definición misma de populismo: o bien el líder es eficaz en la

construcción del «pueblo», o no es un liderazgo populista en el sentido propio del término. Así, aunque algunas de las normas y tácticas analizadas aquí pueden encontrarse en las campañas digitales de otros candidatos en 2018 e incluso antes, la eficacia —que en este contexto era electoral— estaba inequívocamente del lado del candidato del PSL.

Finalmente, llegamos a lo que veo como el principal elemento diferencial de la eficacia del populismo en su modalidad digital: su topología fractal. Si en su versión analógica la eficacia del populismo dependía en gran medida del carisma personal del líder, especialmente de su capacidad de oratoria (Cesarino, 2006), en la versión digital el líder distribuye el propio mecanismo populista a sus seguidores, que comienzan a reproducirlo espontáneamente. Esta fractalización, que potencializa la capilaridad del mecanismo populista de una manera sin precedentes, se ve propiciada -en el sentido de la affordance de Gibson (1979)- por el propio carácter digital de los medios sociales: en particular, su capacidad para producir equivalencia entre individuos originalmente desconectados entre sí al mismo tiempo en que produce diferencia (y polarización) a través burbujas digitales (boyd, 2011). El avance de la fractalización por medios digitales tiene lugar, sugiero, en la misma escala en la que el mecanismo populista opera, según Laclau: en el plano metacomunicativo y en gran medida subconsciente de la cognición incorporada (Bateson, 1972; Chun, 2016). Es, por lo tanto, una nueva realidad, que complica muchas dicotomías liberales como individuo-colectivo, libertad-control, público-privado, espontaneidad-manipulación, y mismo otras más fundamentales como naturaleza-cultura y animalidad-humanidad (Horst y Miller, 2012; Cesarino, 2019, en prensa, a). A diferencia de las elecciones presidenciales anteriores, una hipótesis es que en 2018 este poder de fractura se intensificó por la masificación de los teléfonos inteligentes y sus aplicaciones sociales como WhatsApp.

Pero en el caso que nos ocupa, el impulso decisivo para la explosión del proceso de fractalización fue contingente: el ataque con cuchillo sufrido por el candidato durante la campaña. A partir de este momento, se formó lo que llamé de «cuerpo digital del

rey» (Cesarino, 2019) en una analogía con la tesis clásica de Ernst Kantorowicz (1998) sobre la teología política medieval. En el contexto republicano, donde la fuente de la soberanía se seculariza de Dios para el pueblo, el cuerpo físico debilitado del candidato fue reemplazado por un corpus politicum formado por sus votantes, que se pusieron a hacer campaña en su lugar. Los «marketeros de Jair» flotaron entonces como «inspectores de Jair», «escudo de Jair», «ejército de Jair» y, tras su inauguración, la «base parlamentaria de Jair» (figura 20) –los propios usuarios incorporaron el mecanismo populista y comenzaron a (re)producir sus patrones de lenguaje digital-. En otras palabras, los medios digitales bolsonaristas no son solo un vehículo de comunicación entre el líder y el pueblo como emisario y receptor dados de antemano: ellos son el sistema líder-pueblo. Tanto el líder como el pueblo se co-constituyen recursivamente en y a través de este aparato digital: un tipo de mediación que produce el efecto paradójico de una ausencia de mediación (Mazzarella, 2018); una topología asimétrica que aparece como horizontal (Marres, 2018); un direccionamiento discursivo que prolifera como espontaneidad (Santos y otros, 2019).





Figura 9. La fractalización del mecanismo populista forma el «cuerpo digital del rey».

Como se puede ver en el *print* de uno de los grupos de WhatsApp mencionados anteriormente, la fractalización se basa en la (falsa) experiencia, proporcionada por los medios sociales, de que el votante tendría una relación no-mediada con el líder. Esto se ve en la expectativa, demostrada por muchos usuarios activos en estas redes, de que están a solo un tuit, un *post* o entrada, una actualización de la información desde el teléfono inteligente el líder o de alguien a su alrededor (como sus hijos o algún ministro). El propio presidente alimenta regularmente esta expectativa publicando en Twitter o Facebook que tomó una decisión oficial después de escuchar la petición de alguno de sus seguidores.

De este modo, se está extendiendo la ilusión de que los intermediarios como las instituciones y los expertos son innecesarios o también perjudiciales para el proceso democrático (Cesarino, 2020a) —lo que vendría a resumirse, como dijo el presidente electo en su ceremonia diplomática, como una relación «directa» entre líder y pueblo—. Esta tendencia se ve reforzada por la experiencia de soberanía y libertad de los usuarios en sus propios perfiles de redes sociales (Chun, 2016), en un ambiente segmentado de públicos en red (boyd, 2011; Lury y Day, 2019) que tiende a reforzar y confirmar, de forma performativa, las visiones del mundo de cada individuo (Zoonen, 2012). El polo institucionalista del espectro democrático descrito por Mouffe (2000) es retirado a favor del polo populista, hasta el punto de que la democracia se equipara

simplemente con la voluntad del pueblo, incorporada al líder, y que debe aplicarse contra todo y todos, incluido el sistema institucional de *checks and balances*.



Figura 10. Antagonismo binario en la relación entre el polo institucionalista («tres poderes») y el polo de la soberanía popular («pueblo unido») en manifestaciones progobierno del 26 de mayo de 2019.

Por último, cabe señalar la estrecha conexión entre lo que convencionalmente se denomina posverdad y el populismo digital, algo que analizo con más detalle en otra parte (Cesarino, en prensa, a; Waisbord, 2018). Desde el comienzo de la campaña electoral, el mecanismo populista ha tratado de limitar el acceso del «pueblo» a una esfera pública más abierta y pluralista, así como a las estructuras tradicionales de producción de conocimientos autorizados. Muchos contenidos tenían como objetivo deslegitimar a la prensa profesional y los especialistas. En una notable inversión (Laclau, 2005), los medios sociales, especialmente WhatsApp, se convirtieron en el dominio de la verdad y la libertad de expresión, mientras que la esfera pública fue condenada como el lugar de las falsificaciones y manipulaciones. En este contexto, es cada vez más difícil diferenciar entre los medios centralizados y oficiales y los medios

informales y descentralizados; discernir verdad de rumor; hechos de conspiraciones. Creo que esta es una de las bases de la eficacia de la campaña de Bolsonaro, que operó lo que Jean y John Comaroff (2004) llamaron «dialéctica de producción y reducción» del desorden: burbujas digitales que, por un lado, producían entropía (desorden informacional) para, por otro lado, ofrecer un discurso agregador de tipo populista que prometía dar orden al desorden.

DESORDEN Y POPULISMO

El caso brasileño es, en muchos sentidos, casi un ejemplo de libro de texto de la teoría de Laclau. En los últimos años, el proceso de transformación de una multitud heterogénea insatisfecha, que se formó como reacción a una difusa sensación de crisis y desorden, en el «pueblo» que formaría la base electoral del líder que decía venir de fuera del sistema para restablecer el orden sobre nuevas bases, ha seguido una clara progresión. Esto es evidente incluso en la estética de los movimientos callejeros: comenzando con las protestas difusas que reclaman «demandas sociales» de 2013 (Malini, 2016: 28), que gradualmente adquirieron una estructura antagónica más clara a través de los movimientos anticorrupción y pro*impeachment* en 2015 y 2016 (Recuero, Zago y Soares, 2017; Malini, Ciarelli y Medeiros, 2017; Solano, 2018), llegando a su forma «final» con la unificación por parte del liderazgo populista en 2018 (Ortellado y Ribeiro, 2018; Kalil y otros, 2018).







Figura 11. La progresiva construcción de la multitud como «pueblo»: 2013, 2015-6 y 2018.

La «realidad» de la crisis que proporciona la irrupción exitosa del líder carismático está sujeta a las mismas mediaciones en juego en la mecánica populista. Como ha argumentado Wendy Chun (2016), la propia estructura de la plataforma web se funda en una temporalidad de crisis permanente, o de un flujo constante de eventos que demandan nuestra atención y acción. Pero la atmósfera de crisis permanente también era transmitida por ciertos tipos de contenidos que solían «filtrarse» en los grupos de WhatsApp proBolsonaro, tanto antes como después de las elecciones. Aquí se destacan contenidos registrados por usuarios de teléfonos inteligentes, cámaras de seguridad, programas de TV que tratan del caos en la seguridad pública y de una ruptura radical del orden moral: fotos de policías, bandidos o inocentes muertos, videos explícitos de violencia y delitos cometidos (palizas, agresiones, vandalismo, torturas, violaciones), y relatos apócrifos sobre crímenes denunciados en la prensa o en los propios medios sociales. Otra línea que llama la atención se refiere a contenidos pornográficos: fotos y videos de desnudos o de sexo explícito, enlaces a sitios de pornografía o prostitución en línea, muchos de fuera del Brasil. Un tercer tipo relativamente frecuente se refiere al fraude: usuarios que ofrecen la venta de dinero y tarjetas de crédito falsas, hasta licencias de conducir, diplomas escolares y otros documentos fraudulentos. Es común que las propias reglas de los grupos traigan prohibiciones a estos tipos de contenido -otro fuerte indicio de que su presencia en los teléfonos inteligentes de muchos brasileños es común (Spyer, 2017)-.



Figura 12. Violencia, pornografía, criptomonedas y fraude en grupos de WhatsApp.

Por consiguiente, es posible que WhatsApp y otros tipos de medios digitales no solo estén contribuyendo a una percepción de crisis (de la seguridad pública, la corrupción, la sexualidad y costumbres), sino que también ofrezcan una gramática para su comprensión. Esta gramática parece seguir una tendencia más general, señalada por numerosos autores (Mouffe, 2000; Fraser, 2001; Comaroff y Comaroff, 2004; Wacquant, 2009), de moralización de los juicios políticos. Esto está en consonancia con el funcionamiento de la mecánica populista, que ofrece a cualquiera una gramática sencilla –especialmente un binarismo moral entre gente buena y mala— a través de la cual se atribuye la responsabilidad del caos social y, en consecuencia, se evalúan las posibles soluciones (en este caso, el líder moralmente puro, representante directo del «buen ciudadano»).

En este contexto de crisis y desorden, lo que hace el mecanismo populista es, en analogía con los cambios de paradigma descritos por Thomas Kuhn, reorganizar la experiencia cognoscitiva en nuevas bases –bases que, al pretender venir de fuera del sistema, reclaman la capacidad de purificarlo (Douglas, 2002)—. Esta reorganización pasa por una serie de inversiones (Laclau, 2005), cuya centralidad para el populismo está en que estas rupturas delimitan ciclos de hegemonía histórica. En este sentido, puede decirse que la campaña y el gobierno de Bolsonaro buscan una inversión del ciclo hegemónico abierto con la redemocratización y la Constitución de 1988: de ahí la radical inversión de la narrativa sobre la dictadura militar de 1964, la idolatría de torturadores reconocidos, el desmantelamiento de protecciones ambientales, indígenas, de derechos humanos y de seguridad social instituidas por el constituyente. En este sentido, la nueva derecha representa una irrupción de las fuerzas anti 88, empezando por los propios militares (Leirner, 2020), además de una alianza entre sectores cristianos conservadores y los paladines del libre mercado, como se ha observado en los gobiernos neoliberales pioneros de Pinochet, Thatcher y Reagan (Cooper, 2017; Brown, 2019).

En el caso que nos ocupa, se operaron varias inversiones a través de nociones también movilizadas por otros populistas de derecha en todo el mundo, como «izquierda caviar» o «socialista de iPhone». De esta manera, la izquierda -ahora extendida para abarcar fuerzas que antes eran de centro-derecha o de derecha- se asoció con una élite corrupta, hipócrita y con intereses propios, mientras que el líder emergente de la versión brasileña de la alt-right americana pasó a ser visto como representante del pueblo, de los de abajo (a través de símbolos recurrentes en la memética como el reloj Casio y la pluma Bic). Esta misma cadena de equivalencia se extendió progresivamente, por ejemplo, al globalismo como plan de dominación mundial y destrucción de la soberanía de los estados-nación por una supuesta «élite global» dirigida por George Soros o Bill Gates







Figura 13. El líder es como el «pueblo»: humilde y sin prejuicios. El enemigo (la izquierda) es una élite hipócrita que sobrevive políticamente de explotar la pobreza.

La mimesis inversa también se expresa en lo antipolíticamente correcto, que ya había ganado tracción en el mundo en línea oponiéndose (y al mismo tiempo reflejando) a la militancia feminista, LGBT+ y otras agendas de identidad (Nagle, 2017). La campaña Bolsonaro construyó parte de su base electoral movilizando a individuos y grupos subordinados que no se reconocían a través de la gramática de las políticas de reconocimiento (Kalil y otros, 2018). Estos últimos fueron, por el contrario, movilizados en gran medida por el mecanismo populista para operar como el enemigo, la amenaza autoritaria o la élite corrupta: la «dictadura gayzista»,

las «feminazis», el «terrorista» MST (Trabalhadores Rurais Sem Terra), el movimiento negro que se victimiza y divide a la sociedad. De esta manera, la militancia por los derechos de las minorías se tergiversó y pasó a ser vista como fuente de opresión y recorte de libertades individuales, o como segmentos indebidamente privilegiados por políticas estatales de acción afirmativa y beneficios sociales. Significantes vacíos frecuentes en la memética eran la bolsa (travesti, prostituta, drogadicto) o, en el caso de artistas, la «Ley Rouanet» (que canaliza recursos del sector privado hacia la financiación pública de la cultura). En oposición a esta concepción del enemigo, se construyó una cadena de equivalencia articulada a través de identidades vagas y comprensivas como individuos, cristianos, trabajadores o patriotas, colocados como excluidos u oprimidos por la izquierda en su «guerra cultural».







Figura 14. Memes contra la militancia de la izquierda «lacradora» (izquierda totalitaria) y lo «políticamente correcto».

La forma en que el electorado femenino fue movilizado por la campaña de Bolsonaro se volvió particularmente instructiva acerca de cómo el mecanismo populista operó la superposición, descrita por Douglas (2002), entre las clasificaciones simbólicas basadas en nociones de pureza e impureza, y las demarcaciones de fronteras entre grupos. La construcción de una frontera entre interior y exterior del sistema líder-pueblo, ha hecho un gran uso de una gramática de limpieza y suciedad, orden y desorden, belleza y fealdad: desde nociones más sutiles como la del bandido que debe ser «barrido» de la convivencia con los hombres buenos mediante el encarcelamiento o la muerte física, de la corrupción que «contamina» la sociedad, hasta figuras bastante explícitas como la de la feminista que es fea, orina en la calle y no tiene nociones básicas de higiene. La inversión discursiva en este eje fue grande, como se evidenció en la declaración de Eduardo Bolsonaro al día siguiente de las protestas contra Bolsonaro llamadas con el hashtag #EleNo («Las mujeres de la derecha son mucho más bellas que las de la izquierda. No muestran sus pechos en la calle y no defecan para protestar. Es decir, las mujeres de la derecha son mucho más higiénicas que las de la izquierda») y en las cuñas de campaña como el «Proibidão do Bolsonaro» de MC Reaça («Doy a CUT pan con mortadela / Y a las feministas, alimento en el tazón / Las chicas de derecha, son las top más hermosas / Mientras que las de la izquierda tienen más pelo que las perras»).





Figura 15. Binarismo antagónico (bandido/ciudadano de bien; negro y rojo/verde y amarillo; amenaza/seguridad) y mimesis inversa producen, en los usuarios, efectos de repulsión visceral al feminismo y a las mujeres de la izquierda.



O @jairbolsonaro cresceu 6 pontos após manifestações das mulheres pelo Elenão... Basta ver essa foto abaixo onde a atriz Bruna Linzmeyer e outras participantes urinam na rua como animais e entender um dos motivos.



10 days ago - Twitter Web Client - pt

13 3,129 ♥ 9,306

PSL O

Pense ... Joice e Janaína as mulheres mais votadas da história do Brasil 💿

Isso é força feminina ... sem nudez ... sem defecar ou urinar em público.

As mulheres podem dominar o mundo mostrando apenas uma parte do seu corpo o cérebro 💽



Figura 16. Otros desarrollos del mecanismo de Douglas: suciedad/limpieza; belleza/fealdad; animalidad/humanidad; partes bajas/altas.

Además de representar el establecimiento sucio que el líder populista promete purificar, el enemigo externo opera como un peligro (Douglas, 2002) que amenaza la integridad del grupo y por lo tanto ayuda a mantener su cohesión interna. Las nociones douglasianas de impureza y peligro también ayudan a comprender por qué, en el populismo, la relación con la alteridad no adopta por una forma de un diálogo racional con un adversario legítimo, sino, en la línea de Mouffe (2000), de una relación afectiva y corporal de repulsión, repugnancia y animosidad contra un enemigo que debe ser eliminado. La misma gramática se utilizó ampliamente para abordar otros dominios, como en la serie de memes compartidos abajo:







Figura 17. Orden / desorden; limpieza / desorden; linealidad / confusión; seguridad / peligro; verde y amarillo / rojo y negro; 17 / 13.

Otro punto se refiere a la inversión que se incorpora en la propia figura del líder carismático-populista asociado por Tania Luhrmann (2016), en un análisis de la elección de Trump, a la cuestión también douglasiana del tabú. Aunque el carisma personal de Jair Bolsonaro está en desacuerdo con los líderes populistas históricos que dependían en gran medida de sus dones y personalidades individuales, como Perón o el mismo Lula (Cesarino, 2006), él logró proyectar a su base la imagen de un hombre sencillo y honesto. Lo que la oposición veía como falta de preparación y truculencia, lejos de ser entendido como defectos por sus votantes, era leído como evidencia de alguien del pueblo que es igual a ellos. En otras palabras, los que eran vicios en el contexto prepopulista (falta de formación

académica, experiencia en gestión, conocimiento experto, lenguaje v maneio formal, debates cualificados) se convirtieron en virtudes, y viceversa. O, en la versión teológica de esta inversión presentada por su partidario, el pastor evangélico Silas Malafaia, en el primer acto público del Bolsonaro después del resultado de la elección (un culto en la Asamblea de Dios Victoria en Cristo): «Dios no elige a los capaces, sino que capacita a los elegidos».

Finalmente, el carisma personal de Jair Bolsonaro también se propagó a través de una versión neoliberal del culto a la personalidad, encapsulada en el apodo de «mito». En el mundo digital, la imagen del candidato aparecía en videos y memes, o en versiones caricaturescas, mezclada con la de figuras heroicas como superhéroes, soldados, cruzados medievales, o el trol indexado por las gafas de sol thug life. Durante la campaña, Jair Bolsonaro se convirtió, en un sentido muy concreto, en una marca, transformándose especialmente en camisetas vendidas en vendedores ambulantes, tiendas y sitios web.





Figura 18. Emprendimiento digital y la «marca» Bolsonaro.

Después de la elección, esta tendencia se desarrollaría en una verdadera industria de emprendedores digitales de todo tipo. Para muchos activistas proBolsonaro que intentaban ganarse la vida con canales de YouTube y otras formas de monetización de clics, activismo político y espíritu emprendedor se juntaban. Lejos de ser incidental, este aspecto parece ser central para comprender el atractivo y el éxito de la nueva derecha en el Brasil. Esto apunta a una tendencia emergente fundamental, y probablemente duradera: la redefinición de lo que se entiende por política en el neoliberalismo digitalizado.

OBSERVACIONES FINALES: REDEFINIENDO LA POLÍTICA EN LA ERA DIGITAL

En el campo de la antropología digital, un problema frecuente es la confusión de fronteras que ha acompañado a la creciente digitalización de la vida en todas sus facetas, desde la más pública hasta la más íntima (Horst y Miller, 2012) –lo que danah boyd (2011) llamó colapso de contextos-. De hecho, concluyo sugiriendo que en la campaña de 2018 se han difuminado aún más las fronteras entre público y privado, y entre la esfera política y otros ámbitos de la vida –una tendencia del neoliberalismo ya observada desde los años 70 por Foucault (2008), pero intensificada por la creciente digitalización de la vida-. La eficacia de la campaña electoral de Bolsonaro en 2018 pasó por otras esferas, como el culto a celebridades, parentesco, religión, industria del entretenimiento (música, películas, series), los deportes (fútbol, peleas, clubes de tiro) y, en particular, el lenguaje y dinámica de identidad y sociabilidad característica de las redes sociales y de la industria de la influencia digital. Es común escuchar de los votantes de Jair Bolsonaro que no estaban interesados en la política hasta que se postuló para presidente -pero eso es porque su estrategia de campaña digital transformó radicalmente lo que se entendía por política hasta entonces-. El carisma digital y la simplicidad discursiva tanto de la memética como del discurso populista que fueron el sello de su campaña, hicieron que cualquiera se sintiera cómodo y animado a participar en la política en estos nuevos términos. Lo que hasta entonces se consideraba normatividad político-electoral fue relegado al dominio del enemigo (la «vieja política») o descartado como irrelevante u obsoleto (aburridos debates con otros candidatos, largos planes de gobierno en jerga burocrática, incomprensibles opiniones de expertos).

Las analogías con el fútbol son especialmente reveladoras de estas confusiones fronterizas –en este caso, entre el votante v el aficionado-. A juzgar por la intensidad de la movilización y la euforia que se vio en los grupos de WhatsApp, jugar en la campaña de Jair Bolsonaro fue para muchos, como participar como fan de un campeonato muy importante y competitivo –y curiosamente, el Campeonato Mundial de la FIFA había terminado dos meses antes de que comenzara la campaña-. Posiblemente, no hay ninguna situación en la que la comunidad imaginada (Anderson, 1983) de la nación brasileña emerja más explícita e intensamente que durante el mundial: como en la campaña, durante unas semanas todo el país es tomado por una efervescencia extraordinaria. Esta intensidad de movilización se mantiene gracias a la expectativa de victoria, así como el antagonismo hacia los adversarios -que, en el partido final, adquiere el carácter binario también característico de una segunda vuelta electoral-.

Ernesto Araŭjo 🛥 • Sep 28, 2018 • 3 min read

Acorda e luta!

Acorda, liberal!

Sai da cama, conservador!

Você pretende ficar neutro, assistindo à batalha pelo futuro do Brasil e comendo pipoca, como se estivesse vendo Croácia x Dinamarca?

Você tem algo mais importante a fazer do que salvar o seu país?

Ouem se diz liberal e não está com Bolsonaro é porque não se importa com a liberdade, mas apenas com a sua própria imagem.

Quem se diz conservador e não está com Bolsonaro é porque só quer conservar sua própria convicção de superioridade moral.

O PT (Partido Terrorista) está se preparando para tomar o poder no Brasil.

Na véspera da I Guerra Mundial, o Secretário do Exterior britânico, Edward Grey, prevendo a catástrofe, disse a um amigo: "As luzes estão-se apagando em toda a Europa. Não as veremos novamente em nossas vidas."

No Brasil, se o PT ganhar, vai extinguir todas as luzes da decência e da liberdade, e não as veremos acesas novamente em nossas vidas.

Afaste por um momento o seu Ciro Gomes ou a sua Camila Pitanga interior, só por um momento, e tente entender as coisas com a sua própria cabeça liberal ou conservadora.

ascista é o nome dado pelos comunistas a qualquer inimigo do regime de terror que o PT pretende instaurar ou reinstaurar no Brasil.

A sobrevivência do Brasil depende de você perder o medo de ser chamado de fascista.

Acorda, sai da cama e vem para a luta! É o Brasil que está jogando o jogo mais



Figura 19. Analogías del fútbol durante la campaña (a la izquierda, extractos del blog de la campaña de Ernesto Araújo «Metapolítica17», diplomático brasileño, ministro de Relaciones Exteriores desde 2019).

Al igual que en el fútbol, en la campaña de 2018 parecía imposible no estar en un lado. Aunque existía, una posición neutral o ambigua, esta tendía a ser mal vista (por ejemplo, el término acusatorio isentão (exento), utilizado tanto a la izquierda como a la derecha). Como el hincha, el votante no solo quiere estar del lado del ganador, sino sentirse parte de la victoria. Hubo muchas resonancias con la idea de que la hinchada es como el duodécimo jugador, y esta gramática continuó en funcionamiento después de la elección.





Figura 20. Los «marketeros de Jair» durante la campaña electoral se convierten en la «base parlamentaria» del presidente, representada por símbolos del equipo nacional de fútbol.

Además, durante la campaña era común la desconfianza generalizada hacia el árbitro del partido, en particular las sospechas que se lanzaban contra el propio sistema electoral, especialmente la fiabilidad de las urnas electrónicas (Ortellado y Ribeiro, 2018). También, como en el fútbol, el antagonismo contra los aficionados del otro equipo o contra el árbitro puede ocasionalmente convertirse en violencia verbal o incluso física. La actitud de violencia sublimada en la jocosidad típica del espíritu futbolístico se consolidó en algunos de los lemas populares de la campaña de la PSL, como «es bueno Jair acostumbrándose» y «llora que duele menos».

Tras el resultado de las elecciones, no fueron pocas las menciones en los medios de comunicación de analogías entre las celebraciones del triunfo de Bolsonaro y una victoria final de la selección nacional. Incluso, debido a la coincidencia de los colores, algunas de las noticias falsas que más circulaban traían fotos de bandas callejeras durante el mundial de fútbol como si fueran manifestaciones a favor del candidato. Se acusó a los perdedores de «desear el fracaso» al nuevo gobierno, negando con esta falsa imputación que la oposición tenga su legítimo papel en un régimen democrático. Tras las elecciones, el ritmo de intensa movilización en las redes

sociales, incluyendo WhatsApp, se enfrió inicialmente (Santos y otros, 2019; Nemer, 2019). Sin embargo, hubo una reorganización para mantener redes de «información» sobre el nuevo gobierno, como ocurre a lo largo del año con los medios de comunicación permanentes que informan y debaten los campeonatos y la situación de los clubes. Al igual que en el fútbol, la creciente digitalización de la política ha llevado a los ciudadanos comunes a sentirse cada vez más capacitados para dar una opinión autorizada sobre los hechos, lo que converge con la ascensión de «yo-pistemologías» (i-pistemologies) en contextos de posverdad y crisis del sistema de expertos (Zoonen, 2012; Cesarino, en prensa, a).

Por último, vale la pena mencionar que uno de los golpes maestros de la campaña de Bolsonaro fue incorporar como su símbolo más grande la camisa del equipo nacional de fútbol, ya apropiada por la derecha en el antipetismo de años anteriores. Desde el principio, la campaña del PSL opuso el verde y amarillo al rojo del PT, el MST, el comunismo, como si lo que representaba no fuera una parte legítima de la nación brasileña: «nuestra bandera nunca será roja». Los «izquierdistas» fueron exhortados repetidamente a abandonar la nación, a Cuba o a Venezuela. Esto se hizo evidente especialmente en la segunda ronda, cuando la campaña de Haddad sustituyó el rojo por un simbolismo verde, amarillo y azul, lo que fue objeto de un intenso ridículo en WhatsApp por parte de los votantes de Bolsonaro, que ya se consideraban dueños del simbolismo nacional. Como hemos visto aquí, el simbolismo de los colores y otros elementos estéticos están lejos de ser solo cosméticos, ya que la movilización del tipo populista opera en gran medida a través de significantes vacíos, en el nivel preconsciente y habitual de los afectos (Laclau, 2005; Chun, 2016). Dentro de un marco sismogénico avanzado, como fue el caso en la campaña de 2018, la simple vista de una camiseta amarilla o roja era capaz de evocar ira o indignación, como las camisetas de los equipos contrarios antes o después de un clásico altamente disputado.

Ante la radicalidad de la ruptura populista observada en las elecciones brasileñas de 2018, es necesario concluir señalando dos importantes recursividades implicadas en la creciente digitalización de la política. En primer lugar, hay, en la campaña digital de Bolsonaro y otras como la de Trump, una evidente recursividad entre la teoría y la práctica del populismo. En otras palabras, la notable regularidad y consistencia de los patrones discursivos de tipo populista observados en el universo de contenido digital analizado, indica algo más que la capacidad de la teoría para «explicar» el empirismo: por el contrario, es la práctica político-electoral la que está siendo moldeada por algún tipo de ciencia del populismo (Cesarino, 2019). Si pasa específicamente por Laclau, es imposible decirlo, a pesar de hechos inusuales como la mención de este autor en el blog de la campaña del canciller Ernesto Araújo. Puede pasar por la notoria conexión entre Eduardo Bolsonaro y el exestratega de la campaña Trump en 2016, Steve Bannon, por técnicas de marketing digital y también tácticas militares de guerra híbrida que se hacen eco de muchos de los patrones metacomunicativos identificados anteriormente (Leirner, 2020).

En segundo lugar, como también han señalado otros, es necesario reconocer la profundidad de los efectos de la digitalización de la política que se señalan aquí. La arquitectura digital de los medios sociales, tal como se ha configurado en función de los modelos de negocio de las grandes empresas del sector (Marres, 2018; Santos y otros, 2019), funciona mediante ciclos cibernéticos capilares que influyen profundamente en las subjetividades y la cognición absorbidas por los usuarios (Chun, 2016; Mirowski, 2019; Marres, 2018). En gran medida, esta arquitectura cibernética extrae de lo humano patrones y sensibilidades que van en la dirección opuesta a los históricamente privilegiados por las estructuras de la democracia y esfera pública liberales (Connolly, 2017; Fielitz e Marcks, 2019; Cesarino, en prensa, b). En este sentido, el hecho de que el mecanismo populista siga funcionando incluso después de la campaña puede producir efectos duraderos en los propios cimientos del Estado democrático de derecho tal como lo conocemos, que, como señaló Mouffe (2000), depende de un delicado equilibrio y sistema de controles y mesuras entre los polos contradictorios de la institucionalidad liberal y de la soberanía popular.

BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, B. (1983). Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism. Londres: Verso.
- Araújo, E. (2018). Linha de transmissão. Acessado em 22 de junho de 2019, em https://www.metapoliticabrasil.com/blog/linha-de-trans- missão.
- Bateson, G. (1958). Naven: A Survey of the Problems Suggested by a Composite Picture of the Culture of a New Guinea Tribe Drawn from Three Points of View. California: 2° edición, Stanford University Press.
- Bateson, G. (1972). Steps to an ecology of mind. Chicago: Chicago University Press.
- Benites, A. (2018). A máquina de «fakenews» nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp. Acessado em 22 de junho de 2019, em https://brasil.elpais. com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311 859341.html.
- Boyd, danah. (2011). «Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications». En: Papacharissi, Z. (org.). A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites (pp. 39-58). Londres: Routledge.
- Brown, W. (2019). In the ruins of neoliberalism: the rise of antidemocratic politics in the West. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Cadwallard, C. (2017). The great British Brexit robbery: how our democracy was hijacked. Acessado em 18 de setembro de 2019, em https:// www.theguardian.com/technology/2017/may/07/the-great-british--brexit-robbery-hijacked-democracy.
- Cesarino, L. (2006). Hoje é o dia do reencontro do Brasil consigo mesmo: a (re)construção ritual do vínculo representativo na posse de Lula. Anuário Antropológico, 2006, 179-198.
- Cesarino, L. (2019). Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. Revista de Antropologia (USP).
- Cesarino, L. (en prensa, a). Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. Ilha - Revista de Antropologia.
- Cesarino, L. (en prensa, b). «Tropical Trump»: il liberal politics and the digital life ofanti/corruption in Brazil. En: Goldstein, D.; Drybread, K. Corruption and illiberal politics in the Trump Era.
- Comaroff, J. v Comaroff, J. (2004). Criminal obsessions, after Foucault: postcoloniality, policing, and the metaphysics of disorder. Critical Inquiry, 30(4), 800-824.

- Chun, W. (2016). *Updating to remain the same: habitual new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Connolly, W. (2017). Aspirational Fascism: The Struggle for Multifaceted Democracy Under Trumpism. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cooper, M. (2017). Family values: between neoliberalism and the new social conservantism. Cambridge, MA: MIT Press.
- Douglas, M. (2002). *Purity and danger: an analysis of concepts of pollution and taboo*. Nova Iorque: Routledge.
- Evans-Pritchard, E. (2013). Os nuer. São Paulo: Perspectiva.
- Fielitz, M. and Holger M. (2019) «Digital Fascism: Challenges for the Open Society in Times of Social Media». Working Paper, UC Berkeley: Center for Right-Wing Studies.
- Foucault, M. (2008). The birth of biopolitics: lectures at the Collègede France, 1978-1979. New York: Palgrave Macmillan.
- Fraser, N. (1997). From redistribution to recognition? Dilemmas of justice in a «postsocialist» age. *New Left Review*, 1(212), 68-93.
- Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity? *Media, Culture y Society, 40, 5,* 1-9.
- Harding, S. (1991). Representing fundamentalism: the problem of the repugnant cultural other. *Social Research*, *58*(2), 373-393.
- Horst, H. v Miller, D. (2012). Digital anthropology. Londres: Berg.
- Kalil, I. (2018) O que s\u00e3o e no que acreditam os eleitores de Jair Bolsonaro. Relatório do N\u00facleo de Etnografia Urbana e Audiovisual (NEU) da FESPSP. Acessado em 18 de setembro de 2019, em file:///C:/Users/User/Downloads/QUEM SAO E NO QUE ACREDITAM OS ELEITORES.pdf.
- Kantorowicz, E. (1998). Os dois corpos do rei: um estudo sobre a teologia política medieval. São Paulo: Companhia das Letras.
- Karczeski, L. (2018). Mulheres em (des)associação: um estudo antropológico sobre os mecanismos de formação das «bolhas» pró e contra Bolsonaro no Facebook. Trabalho de Conclusão de Curso, Ciências Sociais, UFSC.
- Laclau, E. (2005). On populist reason. Londres: Verso.
- Leirner, Piero. (2020). O Brasil no espectro de uma guerra híbrida: militares, operações psicológicas e política em uma perspectiva etnográfica. São Paulo: Alameda.
- Lemos, A., Hous, D. y Passos, P. (2018) Sem rastro, WhatsApp pauta eleição de 2018. Acessado em 18 de setembro de 2019, em https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/sem-rastro-whatsapp-pauta-eleicao-de-2018.shtml.

- Luhmann, N. (1995). Social systems. Stanford: Stanford University Press.
- Luhrmann, T. (2016). The paradox of Donald Trump's appeal. Acessado em 18 de setembro de 2019, em https://www.sapiens.org/culture/ mary-douglas-donald-trump/.
- Lury, C.; Day, S. (2019). Algorithmic personalization as a mode of individuation. Theory, Culture y Society, 36(2), 17-37.
- Malini, F., Ciarelli, P. y Medeiros, J. (2017). O sentimento político em redes sociais: big data, algoritmos e as emoções nos tweets sobre o impeachment de Dilma Rousseff. *Liincem Revista*, 13(2), 323-342.
- Maly, Ico. (2018). Populism as a Mediatized Communicative Relation: The Birth of Algorithmic Populism. Tilburg Papers in Cultural Studies, 213.
- Marres, N. (2018). Why we can't have our facts back. Engaging Science, Technology and Society, 4, 423-443.
- Mazzarella, W. (2018). The anthropology of populism: beyond the liberal settlement? Annual Review of Anthropology, 48, 45-60.
- Mirowski, P. (2019). Hell is truth seen too late. *Boundary 2, 46(1)*, 1-53. Mouffe, C. (2000). The democratic paradox. Londres: Verso.
- Nemer, D. (2018). Three types of WhatsApp users getting Brazil's Jair Bolsonaro elected. Acessado em 24 de setembro, em https://www. theguardian.com/world/2018/oct/25/brazil-president-jair-bolsonaro-whatsapp-fake-news.
- Nagle, A. (2017). Kill All Normies: On line Culture Wars From 4 Chan And Tumblr To Trump And The Alt-Right. New York: Zero Books.
- Nemer, D. (2019). A radicalização invisível da direita brasileira no WhatsApp. Acessado em 24 de setembro, em https://www.huffpostbrasil.com/entry/whatsapp-bolsonaro br 5d5b5487e4b0d1e-11366e0a9.
- Ortellado, P. y Ribeiro, M. (2018). A campanha de Bolsonaro no Facebook: antissistêmica e conservadora, pouco liberal e nada nacionalista. Monitor do Debate Político no Meio Digital, Nota Técnica 3, 25 de setembro.
- Pasquini, P. (2018). 90% dos eleitores de Bolsonaro acreditaram em fakenews, diz estudo. Acessado em 18 de setembro de 2019, em https:// www1.folha.uol.com.br/poder/2018/11/90-dos-eleitores-de-bolsonaro-acreditaram-em-fake-news-diz-estudo.shtml.
- Recuero, R., Zago, G. y Soares, F. (2017). Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. Anais do XXVI Encontro Anual da COMPÓS, 6-9 de junio de 2017.

- Santos, J.G., Freitas, M., Aldé, A., Santos, K. y Cunha, D. (2019). WhatsApp, política mobile e desinformação: a hidra nas eleições presidenciais de 2018. *Comunicação y Sociedade*, 41, 2, 307-334.
- Solano, E. (org.) (2018). O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo.
- Spyer, J. (2017). Social media in emergent Brazil: how the internet affects social mobility. Londres: UCL Press.
- Tardáguila, C., Benevenuto, F. y Ortellado, P. (2018). Fake news is poisoning Brazilian politics. WhatsAppcan stop it. Acessado em 18 de setembro de 2019, em https://www.nytimes.com/2018/10/17/opinion/brazil-election-fake-news-whatsapp.html.
- Varis, Piia. (2020). Trump Tweets the Truth: Metric Populism and Media Conspiracy. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, *59(1)*, 428-43.
- Wacquant, L. (2009). Punishing the poor: the neoliberal government of social insecurity. Durham: Duke University Press.
- Waisbord, S. (2018). The elective affinity between post-truth communication and populist politics. *Communication Research and Practice*, 4(1), 17-34.
- Zoonen, Liesbet van. (2012). I-pistemology: changing truth claims in popular and political culture. *European Journal of Communication*, 27(1), 56-67.



LETÍCIA CESARINO es profesora del Departamento de Antropología de la Universidad Federal de Santa Catarina. Tiene una maestría en Antropología por la Universidad de Brasilia (Brasil) y un doctorado en Antropología por la Universidad de California en Berkeley (EE UU). Actualmente investiga las coemergencias contemporáneas entre las arquitecturas digitales, las políticas populistas, el pensamiento conspiratorio y la racionalidad neoliberal.