La extrema derecha más allá de las fake news

BERNARDO GUTIÉRREZ

Asuntos del Sur

SERIE DE DEBATES

La Democracia Importa:
Transiciones hacia una sociedad justa

La extrema derecha más allá de las fake news

Bernardo Gutiérrez

UN PROYECTO DE

Asuntos del Sur

CON APOYO DE

IDRC | CRDI
International Development Research Centre
Centre de recherches pour le développement international

Equipo de trabajo:

Editores
Matías F. Bianchi e Ignacio F. Lara

Diseño
Cartoncino

Mes y año de edición: Enero de 2024.

Gutiérrez, Bernardo
La extrema derecha más allá de las fake news / Bernardo Gutiérrez ; Editado por Matías Bianchi ; Ignacio Lara. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Asuntos del Sur, 2024.
Libro digital, PDF - (La democracia importa / Lara, Ignacio; . Transiciones hacia una sociedad justa ; 2)

Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-48241-6-5

1. Desinformación. 2. América Latina. 3. Crisis Política. I. Bianchi, Matías, ed. II. Lara, Ignacio, ed. III. Título.
CDD 070.431

Este documento está disponible bajo Licencia Creative Commons Reconocimiento- Compartir Igual 4.0. Usted puede remezclar, retocar y crear a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre y cuando le dé crédito a las autoras y licencie nuevas creaciones bajo las mismas condiciones
Para ver una copia de esta licencia visite: https://creativecommons.org/

Presentación de la serie de debates:

La Democracia Importa

Transiciones hacia una sociedad justa

El mundo está atravesando un período de múltiples -y solapadas- transiciones: desde la gobernanza del orden internacional hasta las redefiniciones de las agendas energética y climática, desde el despliegue de la revolución digital hasta nuestros patrones de consumo, desde las tecnologías de producción y comunicación hasta la redefinición de los contornos de nuestras democracias… y así la lista podría continuar. El resultado de estos procesos en curso, y el modo en que vayan interactuando los distintos tableros de resolución, no será producto del azar, sino de las decisiones que nuestras sociedades vayan tomando -a través de sus grupos de poder y representantes políticos-. Para ello, necesitamos clarificar **hacia qué tipo de sociedad queremos dirigirnos** y, especialmente, cuáles son los riesgos que debemos evitar y las amenazas que necesitamos combatir. Este es el objetivo principal de esta serie de artículos que hemos compilado desde Asuntos de Sur.

Hace cuatro años dábamos inicio a **"La Democracia Importa"**, una serie de artículos que invitaban a reflexionar sobre la situación de las democracias en América Latina a inicios de la actual década. El objetivo no era otro que identificar sus principales variables, actores y los desafíos que tenían por delante, así como dilucidar la posibilidad de dinamizar procesos políticos innovadores.

Así, se abordaron problemáticas estructurales de la agenda latinoamericana, como el de la integración regional, ante lo cual Ernesto **Samper** propuso avanzar en la convergencia de los esquemas de integración existentes -evitando los errores del pasado y tomando las lecciones aprendidas-, con miras a fortalecer el aspecto social de los Estados y el aumento de su productividad. Por su parte, Alberto **Acosta** y John **Cajas-Guijarro**, analizaron la dependencia de varios países de la región en la exportación de bienes primarios y los múltiples impactos negativos de los extractivismos sobre el medio ambiente, la desigualdades que generan, y el deterioro que producen sobre el sistema de justicia y las políticas públicas -y sobre la democracia como un todo-. Betilde **Muñoz-Pogossian** se focalizó en las personas migrantes y refugiadas, tema que en las últimas décadas ha ido adquiriendo nuevas características, y que conlleva nuevos desafíos y políticas -respetuosas de los derechos humanos- por desplegar. Lucía **Dammert** hizo referencia a otro tema de larga trayectoria en la agenda regional, que es el de la seguridad en América Latina, apostando por evitar políticas que den respuestas al crimen y la violencia centradas exclusivamente en el castigo y el punitivismo.

La participación -y su impacto sobre la democracia- fue otro de los ejes fundamentales de análisis en esta serie de trabajos analíticos. Por ejemplo, el trabajo de Yanina **Welp** dio espacio a un debate sobre las distintas modalidades de participación en democracia, especialmente en un contexto (el de las protestas de 2019) en el que parte de la sociedad latinoamericana mostraba una fuerte desconfianza o descontento con los mecanismos de participación institucionalizados. Bernardo **Gutiérrez** abordó el análisis de los nuevos movimientos sociales y los nuevos movimientos políticos durante la segunda década del siglo XXI, subrayando cómo los últimos tuvieron

un éxito exiguo para “renovar la política”, mientras las fuerzas más antidemocráticas y pro-mercado lograban atraer con mayor solvencia el espíritu de los primeros. Por su parte, Flavia **Freidenberg** repasó las estrategias que se desplegaron en la región para aumentar la participación y la presencia de las mujeres en la política, identificando cuáles se demostraron más eficientes y en dónde podría haber espacios para profundizar esta agenda, un tema ineludible para las fuerzas democráticas.

También se afrontaron diversas aristas de los desafíos que la revolución digital ponía sobre las democracias de la región. Así, en el trabajo de Vicente **Silva** se analizó cómo se posiciona América Latina ante la digitalización y automatización del trabajo, evidenciando la falta de inversión en investigación y desarrollo, y cómo esto se repercute negativamente sobre dichas economías. Por su parte, Ricardo **Poppi** sistematizó las transformaciones que la revolución digital ha estado produciendo en la gestión pública, y cómo aquella podría coadyuvar a fortalecer la confianza en las instituciones públicas. Agustina **del Campo**, por su parte, advertía sobre cómo las tecnologías podían favorecer -como nunca antes- la desinformación, dejando abierta la agenda para abordar estos males sin caer en estrategias de censura u opacidad. Íntimamente ligado a lo anterior, Beatriz **Busaniche** analizó cómo el derecho a la intimidad y a la protección de los datos personales pueden verse seriamente amenazados, poniendo en evidencia el rol clave de la privacidad como derecho fundamental para la construcción de un Estado democrático.

Sin perjuicio de la vigencia que estos análisis mantienen, actualmente estamos entrando en la segunda mitad de los ‘20s, y las sociedades latinoamericanas (lo quieran o no) deberán tomar decisiones ante una agenda -global, regional y local- en plena efervescencia. Las decisiones que se tomen en el corto plazo en materia de cambio climático o modelo de desarrollo -por citar solo dos ejemplos- serán decisivas para configurar el rumbo de nuestras democracias a mediano y largo plazo. Pero aún más importante, estas decisiones, así como los ejes que detallaremos a continuación, juegan un papel fundamental a la hora de comprender (e, idealmente, construir) el futuro de nuestras democracias.

Así, en primer lugar es lícito preguntarse cómo **“encaja” América Latina en el actual escenario mundial**, especialmente luego de una altamente disruptiva pandemia global y la continuación de guerras cuyas consecuencias a mediano y largo plazo son inciertas. Mucho se ha hablado y debatido sobre la potencialidad o los límites de los esquemas cooperativos regionales -impliquen o no la integración de espacios de soberanía nacional-, pero aún así, ni la teoría ni la práctica han ayudado a dar luz sobre este tema. ¿Logrará América Latina acortar distancia con los niveles de desarrollo, no sólo productivo, sino también en materia social y tecnológica, que otras regiones del mundo no industrializado han logrado en las últimas décadas? También resulta fundamental analizar cómo han evolucionado los vínculos de los países de la región no sólo con potencias como Estados Unidos, China, Rusia o la Unión Europea, sino también qué agenda podría desplegarse en lo que respecta al denominado Sur Global. Asimismo, se debe incorporar al análisis cómo se posiciona América Latina (o algunos de sus países) en el proceso de reestructuración de la gobernanza global. En este sentido, la decisión del gobierno argentino de rechazar la invitación a ingresar a los BRICS puede ser interpretada como un foco de divergencias en la construcción de posicionamientos conjuntos.

Un segundo eje clave para el período transicional que vivimos es el de la **agenda tecnológica**. La revolución digital que vivimos no es nueva, pero los contornos de su evolución se van modificando con rapidez, y las consecuencias de quedar desfasado con los progresos que van tomando forma en el resto del mundo puede ser un importante lastre para el desarrollo regional/local. Pese a los avances logrados en las últimas décadas, América Latina presenta un diagnóstico preocupante en esta agenda: con zonas rurales que presentan, en promedio, un 25% menos de conectividad respecto a las ciudades; con un entramado empresarial que solo representa en 2% del comercio digital global; con una amplia brecha digital de género -siempre negativa para las mujeres-; y con la fuerte subrepresentación de las lenguas de los pueblos nativos en internet, por citar solo algunos (Bianchi, 2003). Es por ello que debemos analizar cómo pretenden los países de América Latina acortar las brechas de acceso y uso de las nuevas tecnologías, comprender la necesidad de desarrollar capacidades "locales" tecnológicas y abordar con seriedad el impacto de la IA en las agendas productivas, científicas y sociales.

En tercer lugar, nos encontramos con **uno de los problemas enmarañados más acuciantes** de nuestros tiempos, que tiene un doble componente. Estamos hablando de la **transición energética y de la lucha contra el cambio climático**, dos agendas fuertemente imbricadas. América Latina, en su conjunto, es una región rica en recursos naturales de distinto tipo, y posee la reserva de la biodiversidad más grande del mundo. Vale la pena no tanto interrogarse sobre la conveniencia o no de la transición energética, sino qué tipo de transición estamos dispuestos a aceptar, y cómo se distribuyen los costos de estos procesos. Y cuando hablamos de estos últimos, no sólo hacemos referencia a las inversiones estimadas para hacer frente a los compromisos climáticos -que van de entre 2,1 y 2,8 miles de millones de dólares entre 2023 y 203 (ECLAC 2023)-, sino también al impacto ambiental de profundizar la extracción de aquellos minerales y otros recursos naturales necesarios para la transición energética -como es el caso del litio-. Esto significa que junto al despliegue de la agenda latinoamericana, es igualmente necesario analizar el impacto de las transiciones (energética y climática) de los países industrializados y el impacto de sus metas de descarbonización. Debemos recordar que estas no son agendas meramente "técnicas", sino que deberían estar siempre guiadas a aumentar los niveles de desarrollo y de bienestar social, y no simplemente a aumentar los niveles de productividad de un reducido grupos de empresas.

Y justamente, vinculado con lo anterior, debemos analizar la oportunidad de rediseñar **las ciudades**. En ellas vive más de la mitad de la humanidad, y se espera que la población urbana mundial pase del 56% en 2021 a casi el 70% a mediados de siglo (ONU Hábitat). América Latina es una de las regiones del mundo en desarrollo más urbanizada, con el 80% de su población viviendo en dichas zonas. Por ello, independientemente de la ubicación de las ciudades (en zonas costeras o de interior), y especialmente ante los efectos de los extremos meteorológicos (cada vez más frecuentes) o los cambios demográficos (como el aumento de la población adulta), resulta imprescindible pensar no solo cómo adaptar estos espacios de vida a los tiempos que corren, sino también cómo rediseñarlos antes los desafíos por venir. Igualmente importante, América Latina se caracteriza por ser una de las regiones más desiguales del mundo, una deuda por resolver cada vez más inadmisible. Por citar solo un ejemplo, mientras el 56,5% del quintil 1 de la población de la región (el 20% de mayores ingresos) tiene acceso a

una vivienda propia, en el quintil 5 (el 20% de menores ingresos) el 74,5% vive en una vivienda ajena (CEPAL).

Por eso, y retomando el tema principal de esta colección de análisis -el de la democracia-, y especialmente ante las amenazas que esta recibe de parte de movimientos que socavan los pilares mismos que la sustentan, vale la pena preguntarse: ¿Cuánta desigualdad se puede soportar al interior de los propios países de la región? Pese a la situación de mejora en -en promedio regional- en la distribución de los ingresos de inicios de siglo XXI, la CEPAL informa que el índice de Gini en áreas urbanas era de 0,436 y en el ámbito rural era de 0,439 en 2022 ¿Cómo acortar las distancias -y las desigualdades- entre el mundo urbano y el rural?. Y por último, en un tema siempre complejo de abordar (en el afán de no caer en el punitivismo ni en la demagogia), resulta importante pensar la seguridad en nuestras sociedades, pero no ya exclusivamente en lo que hace al cuidado de la propiedad privada, sino a la posibilidad de vivir en un entorno seguro en términos ambientales, sociales, culturales y humanos, para desarrollar proyectos de vida digna.

Por último, nos encontramos con una agenda que se vincula íntimamente con los cuatro ejes antes mencionados. Y es que, al menos desde fines del siglo XX a la fecha, seguimos debatiendo sobre si podemos **pensar en un nuevo modelo de desarrollo económico para la región** -como en el siglo XIX lo fue el agro-exportador, o sucesivamente el de industrialización por sustitución de importaciones-. Pero, al margen de lo anterior, resulta clave preguntarse cómo sería factible que este nuevo modelo pudiese proveer de un mayor (o más equitativo) bienestar para los más de 600 millones de habitantes de nuestra región. Y es que este análisis se da en un escenario de fondo que, desde hace años ya venía siendo desalentador, pero que actualmente se conjuga con: bajo crecimiento económico, altos niveles de inflación, tasas de interés elevadas, deudas públicas que continúan creciendo mientras el espacio fiscal se va limitando para los países de la región, lo cual se conjuga con una baja creación del empleo, la disminución en la cantidad de inversiones y el aumento en las demandas sociales (CEPAL 2023). Así, ante un panorama plagado de transiciones claves para nuestras sociedades, ¿cómo pueden convertirse las economías latinoamericanas en la base material que posibilite desplegar los cambios necesarios en las demás agendas?

Estos son los ejes con los que apuntamos a generar un debate amplio, junto expertos y expertas de la región, para afrontar un proceso de reflexión que nos ayude a identificar cuáles son los senderos que los países de la región pueden recorrer. Necesitamos configurar un espacio deseado de llegada que -aunque su materialización final resulta incierta- brinde los marcos de acción para sociedades más justas. **Necesitamos darnos un propósito, un rumbo -en nuestro caso, un Sur- que dé sentido a estas transiciones hacia una mayor y mejor democracia.**

Matías F. Bianchi e Ignacio F. Lara

1. El coeficiente de Gini se usa para medir la distribución del ingreso. Es un índice que toma valores en el rango entre 0 y 1, en donde 0 corresponde a la equidad absoluta y 1 a la inequidad absoluta

Referencias Bibliográficas

Bianchi, M. (18 de junio de 2023). La transformación digital requiere de acuerdos analógicos. El País. https://elpais.com/america-colombia/2023-06-18/la-transformacion-digital-requiere-de-acuerdos-analogicos.html

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2003). Estudio Económico de América Latina y el Caribe, 2023, LC/PUB.2023/11-P/Rev.1.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), CEPALSTAT, sobre la base de Banco de Datos de Encuestas de Hogares (BADEHOG).

Economic Commission for Latin America and the Caribbean (2023), The economics of climate change in Latin America and the Caribbean, 2023: financing needs and policy tools for the transition to low-carbon and climate-resilient economies, LC/TS.2023/154.

ONU Habitat (27 de junio de 2022). Foro Urbano: Las ciudades son esenciales para construir un futuro más inclusivo y sostenible. https://news.un.org/es/story/2022/06/1510932

La extrema derecha más allá de las fake news

Bernardo Gutiérrez

Resumen:

Las investigaciones académicas y periodísticas tienden a simplificar el ascenso de la extrema derecha. El uso de fake news o "noticias falsificadas" (existencia de desinformación de la esfera comunicacional) confirma para muchos el nuevo paradigma de la "posverdad" y justifica por sí el éxito de la extrema derecha. El sentimiento de abandono del poder público por parte de la población sería pues el combustible perfecto para la proliferación de guerras culturales repletas de desinformación. Sin embargo, en América Latina, el ascenso de la extrema derecha se apoya también en mecanismos diversos y contradictorios que combinan sentimientos antisistema, mesianismo y estilos de vida individualistas propiciados por el emprendedorismo digital. El texto La extrema derecha más allá de las fake news, aparte de describir cómo funciona el ecosistema de desinformación de la extrema derecha, pretende explicar por qué millones de latinoamericanos viven inmersos en un mundo paralelo que reniega del establishment político, de los datos, de la racionalidad, de la ciencia y de la mera información.

Palabras clave: fake news, comunicación política, extrema derecha, América Latina.

Bernardo Gutiérrez es un periodista, escritor e investigador de origen hispano-brasileño. Ha publicado en diversos medios de comunicación, como en Público (en donde fue redactor jefe), El País, 20 Minutos, La Vanguardia, Esquire, La Repubblica, Der Tager Spiegel, Eldiario.es, Al Jazeera o National Geographic, entre otros. También es el autor de una de las mayores investigaciones tecnopolíticas sobre América Latina (OXFAM) y de libros como Calle Amazonas, #24H, Pasado Mañana y Saudades de junho.

Introducción[1]

En la madrugada del 4 de noviembre de 2020, cuando el recuento de las elecciones presidenciales estadounidenses todavía no había acabado, Donald Trump declaró su victoria, al mismo tiempo que denunciaba fraude. La acusación del todavía presidente de Estados Unidos no era nueva. Durante toda la campaña electoral, Trump fue sembrando dudas sobre el sistema electoral del país. A mitad de la tarde del 5 de noviembre, los miembros de un nuevo grupo de Facebook llamado *Stop the Steal* ("paremos el robo" en castellano), divulgaban denuncias infundadas sobre fraude electoral. Facebook retiró el grupo en pocas horas. Demasiado tarde: acumulaba ya medio millón de comentarios y reacciones. *Stop the steal* era ya un grito descentralizado de denuncia replicado en decenas de nuevos grupos.

El 7 de noviembre, Joe Biden fue declarado oficialmente presidente de Estados Unidos. *Stop the steal*, lejos de amainar, desembocó en un *site* cuyo objetivo era "proteger la integridad del voto" (Sardarizadeh y Lussenhop, 10 de enero de 2021) y se convirtió en un movimiento clave en la articulación del asalto al Capitolio de Washington del 6 de enero de 2021.

El *modus operandi* de Donald Trump para denunciar fraude electoral sin pruebas marcó un antes y un después en el universo de la nueva extrema derecha global. El 7 de junio de 2021, la candidata peruana Keiko Fujimori difundió en redes sociales supuestos indicios de fraude (CLIP, 7 de agosto de 2023) contra su partido, Fuerza Popular. Fujimori, que perdió las elecciones frente al izquierdista Pedro Castillo, impulsó el hashtag *#FraudeEnMesa* para recopilar irregularidades. Las elecciones presidenciales de Brasil de 2022 siguieron a rajatabla el guión de Donald Trump. Jair Bolsonaro, que estaba muy por debajo del candidato Lula da Silva en las encuestas, sembró dudas sobre el sistema de urnas electrónica brasileño antes incluso del comienzo de la campaña electoral. Tras la derrota de la extrema derecha brasileña, el argentino Fernando Cerimedo (CLIP, 31 de julio de 2023a), consultor de estrategias digitales, realizó una *live* en YouTube cuestionando, con información falsa (Macario, 7 de noviembre de 2022), la legitimidad del triunfo de Lula da Silva. "La censura y el fraude han silenciado a todo un país. #BrasilFueRobado", tuiteó. Unos meses antes, Cerimedo se había visto salpicado por la diseminación de fake news durante el plebiscito constitucional de Chile (CLIP, 31 de julio de 2023b) contra la opción "apruebo" defendida por el gobierno de Gabriel Boric. Casi un año después de la multitudinaria *live* argentina sobre Brasil, el candidato ultraderechista Javier Milei, asesorado por Fernando Cerimedo, empezó a denunciar fraude electoral durante la campaña presidencial. Sin aportar pruebas, de forma caótica e imprevisible (Alfie, 20 de octubre de 2023).

Desde la llegada de Donald Trump al poder, casi todas las elecciones claves de América Latina estuvieron atravesadas por lo que James Davison Hunter (1991) definió como "guerras culturales" en su clásico libro *Culture Wars: The Struggle to Define America:* "un dramático realineamiento y polarización que ha transformado la cultura y la política, a partir de un conjunto de temas candentes como el aborto, el control de armas, la homosexualidad y la censura". Sin embargo, a partir de las elecciones estadounidenses de 2020, las guerras culturales de la extrema derecha regional escalaron a un nuevo nivel: el fraude democrático devino el nuevo epicentro de la batalla. En Bra-

sil, la "democracia corrupta" se convertía en la última frontera de las guerras culturales (Fiori Arantes, 2022) que persiguieron al Partido dos Trabalhadores (PT) durante años.

En 2016, tras la conmoción del Brexit que sacó al Reino Unido de la Unión Europea y la victoria electoral de Donald Trump, el Diccionario Oxford eligió "posverdad" como palabra del año. La posverdad denota "circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal" (Amón, 16 de noviembre de 2016). Desde entonces, el debate lingüístico sobre los términos apropiados para definir el universo de la posverdad no ha parado de crecer. El historiador Steven Forti analiza, en su libro *Extrema Derecha 2.0* (2021), los diferentes abordajes al fenómeno, incluidos los lingüísticos. Aunque el uso de las palabras *fake news* es ampliamente aceptado en los medios de comunicación, algunos sectores prefieren hablar de "desinformación". Dicho término no comprende solo la información falsa, sino que también incluye la elaboración de información manipulada que se combina con hechos o prácticas que van mucho más allá, como cuentas automáticas (bots), vídeos modificados o publicidad encubierta (Levi, 2019). La UNESCO sintetiza la desinformación como una tentativa deliberada (habitualmente orquestada) de confundir o manipular a personas por medio de la transmisión de informaciones falsas (D'Ávila, 2022). En castellano, también se usa el concepto "noticias falseadas", que añade un matiz de adulteración o corrupción premeditada (Fundación Telefónica, 2023). Mientras el debate terminológico[2] prolifera, las preguntas sobre por qué la mentira prevalece a los hechos verídicos se multiplican. Y las respuestas no acaban de llegar.

¿Qué lleva a millones de personas a dar crédito a informaciones falsas?, ¿la propagación de *fake news* es espontánea o responde a un plan centralizado?, ¿cómo articula la extrema derecha el ecosistema de desinformación tejido en Internet y en las redes sociales?, ¿por qué millones de latinoamericanos viven inmersos en un mundo paralelo que reniega del establishment político, de los datos, de la racionalidad, de la ciencia y de la mera información contrastada?, ¿es posible combatir las estrategias políticas basadas en *fake news*?

El presente texto es un intento de descripción y contextualización del universo de la desinformación en el que germina la nueva extrema derecha global, con especial hincapié en la esfera latinoamericana. Además de tratar de definir cómo operan los agentes propagadores de *fake news* vinculados a la extrema derecha, el presente texto aspira a ir más allá de las cuestiones tecnológicas. Algunos descubrimientos de la psicología social como la disonancia cognitiva, el sesgo cognitivo y el sesgo de confirmación (McIntyre, 2018) son cruciales para entender el papel de la diseminación viral de la desinformación en un movimiento global basado en la mentira.

En nuestros tiempos, como apunta Aleksandr Duguin, "la verdad es una cuestión de creencia, los hechos no existen" (d'Ancona, 19 de diciembre de 2016). Por ese motivo, los estrategas de los partidos ultraderechistas construyen para sus campañas electorales un relato basado en las emociones y los sentimientos, en detrimento de los hechos y la

2. El presente ensayo usará el término fake news para noticias falsas concretas y "desinformación" como concepto general y teórico.

evidencia. Lo visceral prevalece frente a lo racional (Forti, 2021). Para ampliar la diversidad de las respuestas, el presente texto abordará también el cariz mesiánico de algunos líderes latinoamericanos, el áurea profética que refuerza su veracidad y los procesos mitológicos que interfieren en la interpretación racional e impugnan el statu quo.

Profecías fallidas

El 31 de octubre de 2022, minutos después de que Lula da Silva se erigiera oficialmente como vencedor de las elecciones presidenciales de Brasil, comenzaron a circular mensajes en las redes sociales *bolsonaristas* pidiendo "72 horas" de resistencia. Los mensajes daban a entender que algo importante iba a ocurrir en ese plazo. Resistir en las calles, mostrar fuerza durante tres días, era el camino para que Jair Bolsonaro no reconociera el resultado y para forzar una intervención militar (Muraro, s/f). Algunos mensajes tergiversaban el artículo 142 de la Constitución brasileña para justificar legalmente el golpe. Impelidos por la llamada de las 72 horas, los seguidores *bolsonaristas* acamparon en frente de cuarteles del Ejército a lo largo y ancho del país.

João Cezar de Castro Rocha, profesor titular de literatura comparada en la Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj) y especialista en extrema derecha, definió aquellas 72 horas como un "plazo mítico" (Maakaroun, 3 de noviembre de 2022), y a la resistencia *bolsonarista* como un movimiento mesiánico de corte milenarista. Como en todo proceso mítico, el inicio de la profecía de las 72 horas era confuso: la fuente original sería un policía que aseguró a los manifestantes que Jair Bolsonaro tomaría una actitud en tres días (Falcão Filho, 2 de diciembre de 202). La profecía falló. Justo al expirar el plazo, los *bolsonaristas* afrontaron el momento traumático buscando mensajes cifrados del todavía presidente. A pesar de la frustración, la profecía de las 72 horas se lanzó de nuevo. Y se mantuvo viva, renovada una y otra vez, durante meses. Las 72 horas de esperanza fueron estirándose hasta los actos golpistas que tomaron los tres poderes el 8 de enero de 2023.

El libro *When Prophecy Fails* (1956), de Leon Festinger, Henry Riecken y Stanley Schachter, describió por primera vez el concepto de la psicología social de la "disonancia cognitiva". El estudio abordaba los procesos psicológicos de una pequeña secta de Chicago, llamada *The Seekers*, que auguraba el apocalipsis para finales de 1954. Los investigadores detectaron que en algunos casos, una profecía fallida, más que causar el rechazo al sistema de creencias, puede llevar a sus creyentes a incrementar la determinación personal y los esfuerzos para predicar el anuncio profético.

El *bolsonarismo*, con una vuelta de tuerca mesiánico-personalista, consiguió transformar la disonancia cognitiva clásica en lo que Castro Rocha define como "disonancia cognitiva colectiva". El podcast *72 Horas* (Vianna, 2023) brinda una pista crucial: el vínculo con la religión, especialmente con el cristianismo. ¿Cómo explicar si no un grupo de fieles *bolsonaristas* dados de la mano y rezando alrededor de un neumático en medio de la carretera? Un periodista brasileño explica en el podcast que, en 2001, fue testigo de otra profecía de 72 horas, cerca de la triple frontera amazónica entre Perú, Brasil y Colombia. La Asociación Evangélica de la Misión Israelita del Nuevo Pacto Universal (AEMINPU) activó ritos colectivos para reforzar la profecía de que su fallecido líder Gamonal resucitaría en 72 horas. A diferencia de Jesucristo, que volvió a vivir a los tres días, Gamonal no volvió a vivir.

El *bolsonarismo*, así como otros movimientos de extrema derecha del continente americano, posee características mesiánicas. El áurea de Javier Milei, una mezcla de predicador mesiánico y estrella de rock (Centenera, 18 de noviembre de 2023),

adapta a Argentina la figura de líder profético. Jair Bolsonaro continúa siendo el caso más emblemático. Después de décadas de irrelevante vida parlamentaria, dio un salto cualitativo al mitificar su propia figura con aderezos religiosos. En mayo de 2016, mientras el Senado votaba la tramitación del *impeachment* contra Dilma Rousseff, Jair Bolsonaro apareció en el río Jordán de Israel siendo bautizado (Vieira, 13 de mayo de 2016) por el pastor evangélico Everaldo. A partir de ese día, Bolsonaro pasó a divulgar frecuentemente su segundo nombre, Messias. Hasta entonces, era conocido apenas como Jair Bolsonaro o como Bolsonaro. Cabalgando sobre el lado del bien empezó a disputar "el alma del país" como un adalid de la pureza[3]. Como el líder profético de los"patriotas", su figura pretendía proyectar el carácter místico de un enviado divino para flagelar a los impíos (léase corruptos). No es casualidad que en un momento indeterminado de su carrera presidencial, Jair Bolsonaro pasara a ser conocido como "mito".

En la última campaña presidencial, Jair Messias Bolsonaro, profeta en su propio nombre, seguía siendo el enviado divino frente al anti Cristo (Lula). Era el elegido para restaurar una paz arcaica anterior a la propia democracia y un pasado esencialmente superior a un presente corrompido. Durante el asalto de los 3 poderes de Brasilia del 8 de enero de 2023, circularon mensajes destacando la importancia simbólica del 9 de enero, día en el que el emperador Don Pedro I declaró que no volvería a Portugal. Su permanencia en territorio sudamericano en 1822 abrió las puertas a la independencia de Brasil. Los fieles *bolsonaristas* que participaron en los actos golpistas de Brasilia desencriptaban el comportamiento de Bolsonaro –estaba en Florida, permanecía en silencio, mantenía su condición de presidente de Brasil en Twitter– como una reedición del *dia do Fico* de Pedro I (día del "Yo me quedo").

Los pasados míticos son un común denominador de otros movimientos de extrema derecha. El ya clásico *Make America Great Again* del *trumpismo*, el Hagamos Argentina grande otra vez (La Derecha Diario, 6 de noviembre de 2023) que los seguidores de Javier Milei hicieron suyo o las imágenes del español Santiago Abascal vestido como los *tercios* de Flandes del siglo XVI, remiten a un pasado mítico desde el que afrontar el futuro. Un pasado falseado que rezuma un orden y una previsibilidad de la que carece un presente incierto. La frustración de la sociedad alimenta (Rizzi, 20 de noviembre de 2023) la voluntad de cambio radical y encumbra a *outsiders* que predican una mezcla populista de satanización de la casta, nacionalismo, conservadurismo, revisionismo histórico y nostalgia de un pasado presuntamente mejor, ya sea para hacer grande América de nuevo, para recuperar el control perdido en el Reino Unido o para combatir el presunto desierto que empezó con la democracia en Argentina.

La nueva extrema derecha no puede explicarse, pues, exclusivamente como la consecuencia de fake news concretas o de todo un sistema de desinformación. Se trata de un fenómeno radicalmente nuevo respecto a las mentiras clásicas, ya que la verdad alternativa se presenta como la crítica (en nombre de la libertad) hacia algún tipo de autoridad dotada de un valor veritativo por parte de la ciencia o los expertos

3. Entrevista personal con Pedro Fiori Arantes.

(Ferraris, 2019). La crítica literaria Michiko Kakutani enfatiza el hecho de que las noticias falsas llegan de la mano de "ciencias falsas" (fabricadas por los negacionistas del cambio climático o los antivacunas), de una "historia falsa" (promovida por los supremacistas blancos), y de perfiles de redes sociales falsos (generados por unos servicios de automatización denominados bots) (Kakutani, 12 de abril de 2019).

La incógnita a la que todavía se enfrentan los estudiosos de procesos de *fake news* es dilucidar los mecanismos de la extrema derecha para transformar la disonancia cognitiva de la psicología social clásica en un nuevo tipo de disonancia cognitiva colectiva articulada, gracias a las redes digitales.

La máquina de mentiras

Antes de convertirse en emperador de Roma, Octavio usó discursos y cartas para desacreditar a su gran rival, Marco Antonio. Entre otras cosas, se sirvió de uno de los mejores medios de difusión que había en la época: las monedas. Mandó acuñar en ellas frases cortas contra Marco Antonio. A modo de *tuits* de metal, las monedas lo retrataban como un mujeriego, un borracho, un títere de la emperatriz egipcia Cleopatra y una amenaza para la seguridad de Roma. Octavio tuvo éxito en su cometido: acabó convirtiéndose en el primer emperador romano.

Las "monedas *tuits*" son una de las historias recogidas en la exposición *Fake news. La fábrica de mentiras* de la Fundación Telefónica (2023). La muestra hace un repaso de casos históricos de desinformación y/o propaganda, como la guerra de Cuba de 1898 entre Estados Unidos y España. William Randolph Hearst, el gran magnate de los medios de comunicación estadounidenses de la época, envió a uno de los ilustradores de *The New York Journal* a La Habana, para retratar la situación presuntamente hostil entre los revolucionarios cubanos y los colonizadores españoles. Cuando el ilustrador informó que no existía clima de tensión, Hearst le respondió: "Por favor, quédese. Usted proporcione los dibujos. Yo pondré la guerra". El 17 de febrero de 1898 la portada de su periódico recogía el siguiente titular: "La destrucción del Maine fue obra del enemigo. Oficiales navales creen que el Maine fue destruido por una mina española". La guerra se desencadenó de inmediato. *Fake news. La fábrica de mentiras* recoge también el denominado "bulo de Benjamin Franklin", basado en ilustraciones que mostraban bolsas con cabelleras, que reforzaban la idea de que indígenas y británicos eran enemigos de Estados Unidos.

En décadas más recientes, la desinformación no ha estado restringida a los mecanismos de propaganda de gobiernos, sino que se ha inmiscuido en el mundo comercial. Diversos *lobbies* empresariales han trabajado para incentivar el cuestionamiento de la negación de la ciencia, como es el caso de las compañías tabacaleras sobre los daños del tabaco o las industrias de los combustibles fósiles sobre el calentamiento global. Las campañas que niegan los males del tabaco o del calentamiento global se apoyan ampliamente en lo que la psicología social denomina sesgo cognitivo, un patrón de pensamiento que puede llevar a una distorsión en la percepción, interpretación, juicio o memoria. Estos patrones de pensamiento suelen ser inconscientes e influyen en cómo procesamos la información y tomamos decisiones. Pueden ser causados por prejuicios, emociones o experiencias previas, entre otros factores (Tascón, en Fun-

dación Telefónica, 2023). El "sesgo confirmativo", una variante del sesgo cognitivo, provoca que una persona acabe leyendo las informaciones que refuerzan sus ideas y valores, en detrimento de las que los cuestionan.

El filósofo estadounidense Lee McIntyre (2018) considera que a diferencia de las mentiras y los bulos del pasado, ahora el campo de batalla abarca toda la realidad factual. Se ha dado pues, un salto cualitativo respecto a las décadas anteriores que comportaría la sofisticación de las viejas reglas de la propaganda, basadas en la exageración y la simplificación, la ridiculización del adversario, la mentira, la desinformación, la difusión de bulos y la propagación de teorías conspirativas" (García-Marin y Aparici, 2019, p. 116).

Si algunos procesos históricos de desinformación, como el caso de los Protocolos de los Sabios de Sión[4] fomentaron el racismo y la xenofobia, la profundización del sesgo cognitivo en la era digital ha propiciado también una gigantesca oleada de mensajes de odio y dudas sobre los acuerdos básicos de la sociedad democrática. La peculiaridad de la situación actual, como apunta Simona Levi, es que los sesgos informativos se pueden generar de forma predictiva y se pueden configurar automáticamente gracias a lo que se conoce como "gobernanza algorítmica" (Levi, 2019, pp. 96-97).

La fábrica de mentiras en la era digital

La irrupción de los algoritmos de las redes sociales digitales es la capa visible de una estrategia comercial para detectar nichos de mercado, fase previa a la segmentación de la publicidad. Los algoritmos de las plataformas sociales explotan y amplifican algunas actitudes cognitivas humanas y terminan creando cámaras de eco (filtros y burbujas) que se materializan en estructuras de la red de contactos que facilitan la viralización de *fake news*. Las noticias falsas refuerzan la identificación de una persona con el grupo con el que comparte la visión del mundo que esa pieza de información confirma, lo que consolida el efecto cámara de eco en un bucle de retroalimentación difícil de romper (Cozzo y Prignano, 2019). Las redes sociales ayudan a que las teorías conspirativas persistan y crezcan en el espacio virtual al crear un ecosistema en el que la verdad de la información deja de importar (Fernández García, 2017).

Por otro lado, el escándalo de Cambridge Analytica, que salió a colación tras la elección de Donald Trump y del Brexit, probó que existe un peligrosísimo lado oscuro de la gobernanza algorítmica que la extrema derecha ha sabido aprovechar. El preámbulo de la campaña presidencial brasileña de 2018 estuvo protagonizado por el escándalo de Cambridge Analytica y Facebook. *The Guardian* y *The New York Times* publicaron simultáneamente (Cadwalladr y Graham Harrison, 18 de marzo de 2018) cómo Donald Trump tuvo acceso datos y pautas de comportamiento de millones de usuarios de

4. Fue un texto antisemita publicado en 1902 que describía un proyecto de conspiración por parte de lo judíos y masones para conseguir el control del planeta a través de la destrucción del mundo occidental.

Facebook, algo que usó para distribuir publicidad de una forma innovadora: mezclar técnicas de segmentación con tácticas de guerra psicológica[5] para provocar cambios de opinión y de voto.

Brasil aportó una novedad extremadamente importante al método de Cambridge Analytica. Unos meses antes de la explosión del escándalo, el publicista André Torreta fundó la empresa Cambridge Analytica Ponte para "tropicalizar la metodología" (Rossi y Marreiro, 15 de octubre de 2017) de Cambridge Analytica, adaptándola a WhatsApp. Su sueño era pasar de una estratificación de publicidad por clase social, localización y género a algo mucho más específico. Tras meses de trabajo, el escándalo internacional de Cambridge Analytica obligó a André Torreta a cerrar su filial brasileña. Sin embargo, la inteligencia de datos y la *brasilización* de la metodología ya estaban en marcha. Además, el ecosistema digital que rodeaba al candidato Jair Bolsonaro estaba estaba transformándose a un ritmo vertiginoso en una descomunal estructura de producción industrial de *fake news*.

La punta de lanza del 'bolsonarismo'

La campaña electoral brasileña de 2018 estuvo protagonizada por una producción de *fake news* jamás vista. Las *fake news*, mezcladas en medio de noticias verdaderas y sobre narrativas ya existentes, estaban sincronizadas con la campaña oficial. La oleada de *fake news* pilló por sorpresa a la izquierda y a los principales medios de comunicación. Por entonces, existían pocos institutos e iniciativas de fast checking y pocos mecanismos ágiles para comprobar la veracidad de la información.

Aunque el entorno de Bolsonaro participó en el ecosistema de desinformación[6], la producción de *fake news* contó con bastante autonomía y tuvo un carácter descentralizado. La oleada de desinformación tuvo su epicentro en las redes sociales digitales y apostó por usar pequeños montajes gráficos. En comparación con las campañas del Brexit o de Donald Trump, la gran novedad fue la *whatsappización*. WhatsApp se convirtió en un masivo y efectivo canal de distribución de fake news. Los periodistas Gabriel Ferreira y João Pedro Soares de la Agência Andante realizaron una profunda investigación sobre los grupos *bolsonaristas* en WhatsApp. A continuación, un resumen basado en su investigación, aderezado con otros detalles.

La estrategia comenzó con la creación masiva de grupos en WhatsApp, cuyo tope de participantes era 256, con la ayuda de agencias de *marketing*, publicidad y comuni-

5. El término de guerra psicológica o Op Psico define acciones que se practican a través de métodos psicológicos con el ánimo de evocar una reacción psicológica planeada en otras personas. El escándalo de Cambridge Analytica reveló que técnicas de guerra psicológica utilizadas por militares fueron aplicadas al ecosistema digital para modificar el voto durante procesos electorales. Para más información ver Bob Dreyfus, 'Cambridge Analytica's Psy-Ops Warriors', Rolling Stone, marzo de 2018 https://www.rollingstone.com/politics/politics-news/cambridge-analyticas-psy-ops-warriors-204230/

6. El capítulo 7 de la serie documental Extremistas de Globo Play versa sobre ello: https://globoplay.globo.com/v/11259597/?s=0s

cación política. En muchos casos, gracias a la inteligencia de datos se creaban grupos temáticos (jóvenes, mujeres, pobres, evangélicos, entre otros), para distribuir material específico y crear un ambiente de confianza. La mayoría de los grupos *bolsonaristas* de Whatsapp pasaban a ser grupos de transmisión. En ellos, solo el administrador podía enviar material y el diálogo era inexistente. Al mismo tiempo, los militantes usaban también líneas de difusión, la herramienta del aplicativo para el envío múltiple de mensajes privados en formato de chats individuales. Otra modalidad de grupos de WhatsApp eran denominados grupos de ataque, donde sí existía el diálogo. En ellos, el administrador distribuía *links*, piezas gráficas u objetivos concretos. Una estrategia habitual era incluir en los grupos a algún peso pesado del *bolsonarismo*, como Flávio Bolsonaro, Eduardo Bolsonaro o el Major Olímpio, que permanecían casi todo el tiempo en silencio. En algunos grupos se añadía estratégicamente el perfil de Jair Bolsonaro, que mandaba algún mensaje o *emoticón* puntual. Para la creación del contenido para los grupos de WhatsApp las directrices principales eran el humor y la superficialidad. El contenido se distribuía con una técnica que mezclaba lo orgánico y la automatización. Los grupos se mantenían gracias a un ejército humano, pero parte de los contenidos se realizaban gracias a contratación de "disparos" masivos.

Buena parte de las fake news de la campaña presidencial brasileña de 2018[7] giraban en torno a cuestiones morales. La más célebre fue la *mamadeira de piroca* (Catraca Livre, 6 de octubre de 2018), un biberón con forma de pene presuntamente distribuido por los gobiernos del PT. El candidato *petista* Fernando Haddad, ministro de Educación durante los gobiernos de Lula, fue el principal objetivo. Dichas campañas afirmaban que el partido distribuía libros incentivando las relaciones sexuales entre padres e hijos (o entre niños y niñas), proponía que los niños fueran propiedad del Estado a partir de los cinco años, despenalizaría la pedofilia si llegaba al poder o distribuiría un *kit gay* infantil. La otra gran línea de producción de *fake news* estaba centrada en asociar a la izquierda en general a la criminalidad. Se distribuyeron montajes gráficos con bolsitas de marihuana con la cara de Lula supuestamente aprehendidas a traficantes o montajes de Manuela Dávila (candidata a vicepresidenta) con una camiseta con la frase *Jesús é homosexual*. Vincular al PT al comunismo en general, y a Cuba y Venezuela en particular, fue otra de las tónicas. En uno de los montajes *fake* que más circuló se podría observar a Fernando Haddad rodeado de agentes de seguridad cubanos.

Las *fake news* tienen un objetivo principal: provocar indignación. Christopher Wylie, parte del equipo de Cambridge Analytica, confesó que en los estudios realizados por la empresa llegaban a la conclusión de que provocar ira e indignación reduce la necesidad de obtener explicaciones racionales, y predispone a los votantes a un estado de ánimo más indiscriminadamente punitivo (Wylie 2020, p. 216).

La *bolsosfera* digital no estaba exclusivamente centrada en las redes sociales. Poseía una sólida estructura de páginas *webs* que creció exponencialmente a partir de 2019 gracias al aumento de la publicidad institucional del gobierno.

7. Una investigación académica contiene el repositorio más completo de las fake news de 2018 https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/31967/1/Tese_Tatiana%20Dourado.pdf

La radicalización del canal Jovem Pan, debido a su dependencia de la publicidad del gobierno, es un caso paradigmático (Costa, agosto de 2022). Su canal en YouTube se transformó en una verdadera CNN del *bolsonarismo*. La mayoría de nuevos *sites* adoptaban apariencia de medios de comunicación y mezclaban noticias verdaderas con *fake news* de manera sutil. De entre el nuevo ecosistema, destacaban A Verdade aos fatos, Ravox y Revista Oeste[8].

Si la campaña presidencial de 2018 convirtió a Brasil en el laboratorio mundial de las *fake news*, la llegada de Jair Bolsonaro al poder supuso un salto de escala. Lo *fake* pasó a ser una estrategia gubernamental. Tanto es así que el propio gobierno de Bolsonaro construyó una *infraestructura* para coordinar la diseminación de noticias falsas del ejecutivo con la legión de *influencers* externos. La llegada al gobierno de Jair Bolsonaro produjo un alineamiento comunicacional entre el "adentro" y el "afuera", ya que fue construido un método para emitir mensajes, lanzar campañas, diseminar desinformación y activar guerras sucias. Dicho método, conocido por los medios y la justicia como el *gabinete do ódio*, contaba con la participación directa de Carlos Bolsonaro, hijo de Jair Bolsonaro. El método se redondeaba con el uso de dinero público para contratar publicidad en medios y canales digitales afines, incluyendo blogs y perfiles de influencers.

El funcionamiento del *gabinete do ódio* constaría de cinco pasos, según las investigaciones de G1[9]:

1. Producción de la narrativa. Los primeros contenidos se divulgan en sites dudosos, denominados *junk news* (noticias basura). Paralelamente, se ponen en circulación en canales con pocos seguidores de YouTube.

2. Test de recepción. El contenido se envía a grupos de WhatsApp y Telegram, para estudiar la adherencia y la viralidad de contenido.

3. Burbujas y publicidad segmentada. Los mensajes escogidos se distribuyen en los diferentes nichos de forma segmentada (mujeres, cristianos, etc.), sobre todo en Facebook.

4. Desinformación audiovisual. La fake news se transforma en una pieza audiovisual un poco más elaborada: un vídeo corto o medio divulgado en Instagram, TikTok, Kwai o incluso en YouTube.

5. Campaña Firehose. El paso final es una campaña masiva de distribución multiplataforma del contenido que mejor ha funcionado en las fases previas.

Marcos Nobre, uno de los politólogos más prestigiosos de Brasil, califica al *bolsonarismo* (Godoy, 23 de octubre de 2022) como un partido digital cuyo principal método es el *atordoamento* (aturdimiento). "Bombardeas a las personas de manera que no

8. En agosto de 2021, el Tribunal Superior Eleitoral (TSE), desmonetizó el contenido de sites y blogs que sumaban 9,1 millones de subscritos. La mayoría fueron claves en este periodo y volverían a estar online con posterioridad: Ravox, Giro de Notícias, Terça Livre, Te Atualizei, Direto aos Fatos, Vlog do Lisboa, Nas Ruas, Folha Política y Jornal da Cidade, entre otros: https://veja.abril.com.br/coluna/maquiavel/bloqueio-do-tse-a-perfis-bolsonaristas-atingiu-ate-sosia-de-roberto-carlos/

9. Fuente: equipo de investigación periodística de G1.

consiguen ni siquiera pensar. Se quedan aturdidas por las bombas que caen en forma de *fake news* y vídeos, que impiden un debate público decente", defiende Nobre.

El escenario de las elecciones presidenciales de 2022 cambió ligeramente respecto a 2018. El control del Tribunal Superior Electoral (TSE) sobre la desinformación fue mucho mayor. Por un lado, las *fake news* tuvieron que sofisticarse. Por otro, la guerra cultural se dirigió hacia la "democracia corrupta". A su vez, primaron plataformas audiovisuales como Tik Tok o Kwai, más subterráneas que visibles, a pesar de que los sites con apariencia de seriedad continuaron fuertes. "El ecosistema desinformativo ha evolucionado y existen más formatos de contenido circulando. La mayoría de las informaciones están distorsionadas, pero no son necesariamente inventadas", reconocía Raquel Recuero, directora del Laboratório de Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais, de la Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) durante la campaña electoral de 2022.

Visto en perspectiva, el universo de construcción de *fake news* de Brasil creó escuela. Su método e incluso sus mensajes se han replicado a lo largo y ancho del continente americano. Las *fake news* que el entorno de Javier Milei activó (Brissio, 20 de octubre de 2023), especialmente a partir de la segunda vuelta -que colocaba a sus rivales en la extrema izquierda-, remitían a las campañas *bolsonaristas*. Fernando Cerimedo, transformado en el gurú de la extrema derecha sudamericana, desplegó una estrategia aprovechando las enseñanzas de Brasil. El portal de noticias La Derecha Diario, que forma parte del Grupo Madero Media, es una de las principales vías para ello. El argentino también es dueño de Numen Publicidad, que se define como una agencia de *marketing* digital que utiliza *bots* y miles de *trolls* para preparar campañas negativas contra sus opositores (Alconada Mon, 8 de mayo de 2023).

Sin embargo, el primer golpe de Cerimedo no ocurrió en Argentina, sino en Chile (Skoknic et al., 31 de julio de 2023). El diario *El Mercurio* republicó en septiembre de 2020 una encuesta realizada por Numen que estrechaba la diferencia entre el "apruebo" y el "rechazo" del plebiscito para decidir si se hacía una nueva Constitución en Chile. Hasta entonces, el "apruebo" -defendido por el gobierno de Boric- gozaba de una holgada diferencia demoscópica. La empresa de Cerimedo afirmaba haber realizado más de 18.000 encuestas *online*, cuando el número habitual no suele superar los tres mil entrevistados. El estudio, financiado por empresarios del "rechazo", fue el combustible usado en redes sociales para intentar cambiar el ánimo electoral. A partir de entonces, la derecha cambió el *chip*: la campaña sucia abrió las puertas al optimismo. La esperanza de ganar dejó de ser una quimera.

El granito de arena de Cerimedo en el proceso constituyente chileno refuerza una hipótesis formulada por otros investigadores: aunque el miedo y las pasiones tristes son elementos necesarios para alimentar campañas políticas de la extrema derecha, ninguna tendrá éxito si no se consiguen dibujar horizontes positivos de esperanza.

Un mundo en positivo

En 2017, el Oxford Dictionary incluyó un nuevo significado del término *woke*, definido como: "estar consciente sobre temas sociales y políticos, especialmente el racis-

mo". El término, usado en los años sesenta por voces progresistas, ha resurgido y se ha resignificado en la última década de la mano del movimiento *Black Lives Matter*, fundado para denunciar la violencia policial contra las personas negras. Su uso se expandió más allá de la comunidad afro: los militantes de todas las pautas identitarias abrazaron la moda *woke*. Sin embargo, la extrema derecha, al mismo tiempo que critica y ridiculiza lo *woke*, usa su habitual estrategia apropiacionista para robarle a las izquierdas espacios lingüísticos y simbólicos. Frente a lo *woke*, la alternativa es el *awakening*. Frente al estar despierto y/o alerta, se yergue un visceral gran despertar.

La gestión de la iniciativa brasileña *Awake Giants* Brasil[10] sirve de ejemplo. Nacida para cuestionar a "marcas que aceptan y apoyan la censura de los dormilones (*dorminhocos* en portugués), *Awake Giants* Brasil, literalmente "despierta a gigantes". La iniciativa surgió para contrarrestar a *Sleeping Giants*, que se esfuerza en desmonetizar a marcas que dirigen su publicidad en medios con *fake news* de extrema derecha. La versión brasileña de *Sleeping Giants* cortó las alas a cientos de *webs* y perfiles de YouTube de extrema derecha que recibían publicidad de marcas. Tras el estruendoso éxito de sus campañas, muchas voces del *bolsonarismo* radical enmudecieron al quedarse sin publicidad.

Frente a la iniciativa que "adormece a gigantes", nada como "despertar a gigantes". *Awake Giants* Brasil nació creando una atmósfera de confusión: imitó el logo de *Sleeping Giants* (Werneck, 6 de enero de 2021) y se autodefinió como la verdadera plataforma contra las *fake news,* proyectando la denuncia de desinformación contras las izquierdas. El *awakening* invocado por la extrema derecha estadounidense y the great *awakening* del grupo conspiracionista Qanon encajaron a la perfección en un Brasil que llevaba años en el marco del despertar. Jair Bolsonaro recuperó en 2018 la frase o gigante acordou ("el gigante despertó", nacida en las protestas de junio de 2013) y usó o gigante acordou para nunca mais adormecer en su campaña de 2022 (M-Films2, 2 de octubre de 2022). El gigante despertó para no dormir nunca jamás. El gigante está despierto. El gigante despierto –el país, la patria– permanece activo y vigilante. *Awake Giants* Brasil remite simultáneamente al país gigante que despertó tras años de "tiranía izquierdista" y al etéreo *great awakening*[11] anglosajón que cocina una revuelta contra las élites liberales que supuestamente controlan el mundo.

El uso de la palabra "dormilones" por parte de *Awake Giants* Brasil forma parte de una narrativa mayor: muchos seguidores de Trump o Bolsonaro se presentan como ciudadanos despiertos y activos, personas que vigilan y defienden una realidad pragmática que se contrapone al mundo onírico y fantasioso de las izquierdas. Su narrativa velada: el gigante despierto –la gente, la patria recobrada– machacará cualquier futuro utópico de los dormilones izquierdistas. El "hoy comienza el fin de la decadencia argentina" (Robinson, 20 de noviembre de 2023) que pronunció Javier Milei al ganar las elecciones surfea la ola del despertar global.

El despertar, en un mundo occidental que desprecia los aprendizajes de los sueños,

10. Que en Twitter se presenta de este modo: https://twitter.com/awake_giants_br
11. 'The Great Awakening: A scream in the night', indianarrative.com, 6 de marzo de 2021 https://www.indianarrative.com/world-news/the-great-awakening-a-scream-in-the-night-16407.html
12. Positividad no como juicio moral, sino como definición de construcción, de creación de mundo, no como mecanismo de reacción antagónica, sino como generación propia.

viene asociado a valores positivos. Un despertar político y social suele desencadenar un proceso colectivo para conseguir objetivos loables. Es un medio para dirigirse a una utopía, sea cual fuera. El filósofo brasileño Rodrigo Nunes insiste en reconocer los elementos de positividad[12] de la extrema derecha. Nunes incita a comprender la extrema derecha no como negatividad o falta de racionalidad y de sentido, sino como algo que tiene una realidad positiva. Para el filósofo, la nueva extrema derecha no es ausencia de nada, funciona y se conecta a los deseos e intereses de manera bastante objetiva, aunque compleja (Gutiérrez, 17 de octubre de 2022).

Si la extrema derecha se limita a invocar el miedo y el odio hacia un enemigo interior, exterior o imaginario difícilmente tendrá éxito. El más sofisticado ecosistema de *fake news* del mundo fracasará incidiendo apenas en las pasiones tristes. La nueva extrema derecha, más marcadamente que el fascismo histórico, construye la promesa de un mundo nuevo. Formula un mundo positivo, facilitando la sensación de participación en la construcción del mismo. La izquierdista Manuela D'Ávila, candidata a vicepresidente en las elecciones brasil de 2018, una de las principales dianas de la desinformación *bolsonarista* de aquella campaña, reconoce que los seguidores de extrema derecha se sienten sensorialmente constructores de un proyecto de país que la política institucional no permite (Guitiérrez, 24 de diciembre de 2023).

El *bolsonarismo* es el mejor ejemplo de la construcción de un mundo propio. El universo creado por la productora audiovisual Brasil Paralelo[13] condensa como ningún otro el mundo habitado por la nueva extrema derecha. El nombre Brasil Paralelo, inspirado en la película *Interstellar* (2014), remite a una forma de actuar independiente del Estado y a una idea de conexión con una realidad paralela. La piedra angular de Brasil Paralelo sorprendió a los partidos de izquierda: documentales largos. Acostumbrados al frenético ritmo comunicativo de las redes, la izquierda no prestó atención a los documentales que Brasil Paralelo fue lanzando. Su estrategia pasaba por colgarlos íntegros en YouTube, lanzar *trailers* bien ejecutados y promoverlos con publicidad en las principales redes sociales. Los fundadores de Brasil Paralelo fueron cocinando contenido disonante con el *mainstream* intelectual y periodístico, que ellos consideraban dominado por la izquierda. Brasil Paralelo se convirtió en muy poco tiempo en uno de los principales canales digitales del país[14]. Su contenido revisa y reescribe la historia de Brasil y tergiversa los acontecimientos más marcados de la historia con declaraciones parciales y fuera de contexto. La estética de estos *fake*-documentales remite a grandes producciones internacionales y pretende aparentar ser una fuente rigurosa.

Por si fuera poco, el mundo *bolsonarista*, cultivando la necesidad de sencillez ideológica y de resonancia emocional, se apoya en un exuberante repertorio de ritos: coreografías que usan técnicas de *flash mobs* y lenguajes artísticos como la *performance* (Poder 360, 9 de septiembre de 2018), coreografías protagonizadas por jóvenes, *carreatas* y motociatas (protestas en auto o moto popularizadas durante la pandemia), videojuegos, recepciones masivas a Jair Bolsonaro en los aeropuertos, entre otros. Algo bastante equiparable a la campaña-performance de Javier Milei, con prolifera-

13. Para mayor información, ver: https://www.brasilparalelo.com.br/

14. En abril de 2021, el canal de YouTube contaba ya con 421 vídeos, 1,71 millones de inscritos y más de cien millones de visualizaciones. Brasil Paralelo era ya el segundo mayor canal bolsonarista en Telegram, con 80 mil inscritos. Brasil Paralelo se convirtió en la empresa brasileña que más invertía en propaganda política en Facebook. Fuente: Aos Fatos.

ción de motosierras, billetes de dólar con su cara, furries de leones, *cosplayers*, canciones de fútbol en actos políticos y arengas de cariz rockero.

El éxito de la extrema derecha brasileña –y por extensión, de las extremas derechas del continente americano– reside, a su vez, en diversos aspectos tangenciales. La antropóloga Rosana Pinheiro-Machado reveló que de los 212 *influencers* brasileños que estudia, 187 se alinean con los valores de Bolsonaro de una manera no directa. La estudiosa escribía, durante la campaña de 2022, que:

Los *influencers* de *marketing* digital, pastores, inversores, coachs motivacionales... forman un ecosistema en el que la visión política no es explícita. Por eso llegan a millones de personas que no necesariamente se identifican con Bolsonaro y con la extrema derecha. Los influencers venden la ilusión de un estilo de vida: riqueza, belleza, vida sin jefes e independencia financiera.

El apoyo de buena parte de los *influencers* a Jair Bolsonaro es sutil. La mayoría no pide el voto. Mientras la izquierda invertía su tiempo en desmentir las *fake news* o producía material centralizado en Lula, los *influencers* bolsonaristas hablaban de la vida: ropa, gimnasio, comida, emprendimientos, videojuegos. La inclusión de la narrativa de la meritocracia en la campaña de 2022 e incluso en el gobierno de Bolsonaro es una de las explicaciones[15]. El site camisetasopressoras.com.br resume bien cómo un enjambre de emprendedores se alinea con el bolsonarismo obteniendo simultáneamente lucro.

Paradójicamente, la creación de un mundo propio tiene su base en un amplio repertorio de negacionismos. Rodrigo Nunes apunta la necesidad inconsciente de negar la tragedia que tenemos delante, porque es demasiado dura para soportarla: la perspectiva de extinción de la vida en la Tierra, el hecho de que hace una década el neoliberalismo ya no funciona ni en sus propios términos pero nada ha tomado su lugar, nuestra incapacidad colectiva de forzar a nuestras instituciones políticas para que se hagan cargo de estas cuestiones (Guitérrez, 17 de octubre de 2022).

El *establishment* político, incluso buena parte de la izquierda, según Nunes, prefiere fingir que se trata de una mala fase, que luego todo volverá a la normalidad. La extrema derecha hace algo distinto. Sus narrativas reconocen que las cosas van muy mal y por eso se comunican con el sentimiento antisistémico que ha quedado en el aire desde la crisis del 2008. Sin embargo, lo hacen de manera distorsionada y fantasiosa, usando argumentos del tipo: "Sí, hay algo muy grave pasando, es una gran conspiración de billonarios pedófilos" (Guitérrez, 17 de octubre de 2022). Ofrece la promesa de que hay respuestas relativamente sencillas a problemas tan grandes con una cuota de irracionalidad que al mismo tiempo tiene perfecto sentido.

La propia estrategia de Javier Milei en las últimas elecciones presidenciales argentinas estuvo basada en lo Fake, en mayúsculas. Buena parte de sus propuestas eran difícilmente realizables o realmente impracticables. Las propuestas para la eli-

15. La radiografía se completa con la lista de influencers que el propio Jair Bolsonaro recibió en el Palácio de Alvorada, poco antes de las elecciones https://www.metropoles.com/brasil/bolsonaro-encontrou-youtubers-aliados-dias-antes-da-operacao-das-fake-news

minación de la educación y la salud pública, la privatización de calles, ballenas, ríos y el mismísimo mar, la supresión del banco central, la dolarización, la venta libre de órganos, arropadas por simbologías bizarras, generaron una oleada de fascinación e ilusión en muchísima gente[16]. El *trumpismo* es fantasía (Tecé, 5 de mayo de 2021), escribía el analista político español Gerardo Tecé. El trumpismo / bolsonarismo / mileismo es fantasía: mundo propio, realidad paralela, deseo. La nueva extrema derecha invoca, como todas las utopías, lo que a día de hoy es *fake* pero puede llegar a existir.

Conclusiones

El fenómeno de las *fake news* o desinformación, enmarcado en la era de la posverdad, no se limita a cuestiones tecnológicas. Si bien la irrupción de las redes sociales de masas benefició inicialmente a colectivos, movimientos sociales o a una ciudadanía activa en la búsqueda de justicia social, a partir de la segunda mitad de la década de 2010, la extrema derecha aprendió a sacarle jugo a dichas plataformas. Es innegable que las redes sociales digitales, así como la web en general, facilitan la diseminación de noticias falsas y contribuyen a la confusión. La nueva ultraderecha ha entendido, que las fragilidades y las vulnerabilidades existentes en un contexto socio político tenso y adverso pueden ser explotadas.

Deconstruyendo la realidad compartida y sembrando confusión, la extrema derecha ha reforzado la polarización y ha sacado provecho a nivel electoral (Forti, 2021). De ahí su interés y sus esfuerzos para generar y difundir noticias falsas: en un contexto de crispación y profunda división, se fomenta el pensamiento del nosotros frente a ellos, y se dificulta el consenso social y político, favoreciendo la que Marlene Wind definió como la "tribalización de la sociedad" (Wind, 2019). El contenido que provoca emociones de alta estimulación tiene más probabilidades de ser compartido. Un estado de Facebook o un *tuit* que provoca asombro, ansiedad o rabia tiende a la viralidad (Berger y Milkman, 2012). Por ese motivo, la extrema derecha concentra sus esfuerzos en la construcción de mensajes extremadamente emocionales.

A pesar de la evidente importancia del ecosistema digital en las contiendas electorales, del papel de las *fake news* en la polarización de la sociedad y la radicalización del voto de extrema derecha, la consolidación de la posverdad como paradigma informativo tiene raíces antropológicas y psicológicas. La tecnología aumenta, que no crea, fenómenos como el sesgo cognitivo y la disonancia cognitiva. El aumento de la importancia de la emocionalidad en las narrativas electorales, en detrimento de la racionalidad, catapultado por el ecosistema de redes sociales digitales, está llevando la disonancia cognitiva clásica hacia una disonancia cognitiva de masas de una radicalidad y tamaño nunca vistos. Por otro lado, el exagerado culto mesiánico que rodea a ciertos líderes de la extrema derecha, la proliferación de mensajes proféticos y la fe desbocada de los fieles políticos en sus grandes líderes desemboca en la construcción de un mundo paralelo en el que los hechos son sustituidos por creencias.

16. Esta parte está basada en el escrito de un militante argentino, compartido en el grupo de WhatsApp de la Red de Innovación Política Latinoamericana (RINP). Se mantiene el anonimato.

Sin embargo, la nueva extrema derecha no está limitándose a criticar y destruir los valores de sus enemigos políticos, en un movimiento de contraposición o negatividad, sino que están consiguiendo la articulación de mundos propios. La llegada de la Inteligencia Artificial (AI) a campañas políticas de la extrema derecha, como las últimas de Argentina, tiene que ser interpretada no solo como un nuevo camino de manipulación tecnológica de imágenes y vídeos, sino como un nuevo vector para la construcción de mundos propios. La fantasía es una de las características que atraviesa a los nuevos movimientos de extrema derecha, especialmente los americanos, y el suelo común sobre el que reposan los horizontes de esperanza construidos.

Referencias Bibliográficas

Alconada Mon, H. (8 de mayo de 2023). 'Milei es dócil, dice el consultor que está detrás de los trolls del candidato libertario´, *La Nación*, https://www.lanacion.com.ar/politica/milei-es-docil-dice-el-consultor-que-esta-detras-de-los-trolls-del-candidato-libertario-nid07052023/?utm_medium=Echobox&utm_source=Facebook#Echobox=1683487180.

Alfie A. (20 de octubre de 2023). 'La Justicia Electoral le pidió a Javier Milei pruebas que sustenten su denuncia de posible fraude en las elecciones del domingo', *Clarin*,https://www.clarin.com/politica/javier-milei-reclamo-justicia-electoral-medidas-evitar-supuesto-fraude-elecciones-domingo_0_oI713rKcMe.html.

Amón, R. (16 de noviembre de 2016). 'Posverdad', palabra del año', *El País* https://elpais.com/internacional/2016/11/16/actualidad/1479316268_308549.html.

Berger, J. y Milkman, K (2012). What Makes Online Content Viral?, *Journal of Marketing Research*, 49/2, pp. 192-205.

Brissio, M. [@BrissioMauro]. (30 de octubre de 2023). *Hoy vamos a ver las 5 fake news que compartieron Javier Milei y los libertarios en las últimas 24hs*. Twitter. https://twitter.com/BrissioMauro/status/1718940670033887385.

Cadwalladr, C. y Graham Harrison, E. (18 de marzo de 2018). 'Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach', *The Guardian*, https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election

Catraca Livre (6 de octubre de 2018). 'As 10 piores Fake News contra Bolsonaro, Haddad, Ciro e Lula', https://catracalivre.com.br/cidadania/as-8-piores-fake-news-contra-bolsonaro-haddad-ciro-e-lula/

Centenera, M. (18 de noviembre de 2023). 'Javier Milei, una mezcla de predicador mesiánico y estrella de rock', *El País*, https://elpais.com/argentina/2023-11-18/milei-una-mezcla-de-predicador-mesianico-y-estrella-del-rock-para-argentina.html.

CLIP (31 de julio de 2023a). 'La opaca historia de Cerimedo, el consejero de la derecha trumpista sudamericana', *Centro Latinoamericano de Investigación Periodística*, https://www.elclip.org/cerimedo-consultor-derecha-diario/.

CLIP (31 de julio de 2023b). 'El argentino que desinforma en Chile y su vínculo con uno de los árbitros de la constitución', *Centro Latinoamericano de Investigación Periodística*, https://www.elclip.org/numen-cerimedo-chile-constituyente-garcia-arancibia/

CLIP (7 de agosto de 2023). 'Los aliados de Vox para difundir mentiras en América Latina'. *Centro Latinoamericano de Investigación Periodística*, https://www.elclip.org/vox-en-latinoamerica-mentiras-ultraderecha-fundacion-disenso/.

Costa, A. C. (agosto de 2022) 'A Jovem Pan e o golpe', *Revista Piauí*, https://piaui.folha.uol.com.br/materia/jovem-pan-e-o-golpe/.

Cozzo E. y Prignano, L. (2019). 'Fake news, polarización en línea y otras burbujas', en

Levi, S. *#FakeYou. Fake news y desinformación*. Barcelona: Rayo Verde.

D'Ávila, M. (2022). *Somos as palavras que usamos*. São Paulo: Editora Planeta do Brasil.

d'Ancona, M. (19 de diciembre de 2016). 'Putin and Trump could be on the same side in this troubling new world order', *The Guardian*, https://www.theguardian.com/world/commentisfree/2016/dec/19/trump-putin-same-side-new-world-order

Falcão Filho, A. (2 de diciembre de 2022). 'Só mais 72 horas…'. *Exame*, https://exame.com/colunistas/money-report-aluizio-falcao-filho/so-mais-72-horas/.

Fernández García, N. (2017). 'Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática', Nueva Sociedad, edición digital, mayo-junio https://nuso.org/articulo/fake-news-una-oportunidad-para-la-alfabetizacion-mediatica

Ferraris, M. (2019). *Posverdad y otros enigmas*. Madrid: Alianza.

Festinger, L; Riecken, H. y Schachter, S. (1956). *When Prophecy Fails: A Social and Psychological Study of a Modern Group that Predicted the Destruction of the World.* Minneapolis: The University of Minnesota Press.

Fiori Arantes, P. (org.) (2022). *Guerras culturais em verde e amarelo.* São Paulo: Universidade Federal de São Paulo.

Forti, S. (2021). *Extrema Derecha 2.0*. Madrid: Siglo XXI.

Fundación Telefónica (2023). Dossier de la exposición *Fake News. La fábrica de mentiras*. Madrid: Fundación Telefónica. https://espacio.fundaciontelefonica.com/evento/fake-news-la-fabrica-de-mentiras/

García-Marín, D. y Aparici, R. (2019). 'Estrategias de la posverdad y política-cyborg', en Aparici, R. y García-Marín, D. (coords.), *La posverdad. Una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona: Gedisa.

Godoy, M. (23 de octubre de 2022). 'É preciso reconstruir a direita democrática', diz Marcos Nobre', *Estadao*, https://www.estadao.com.br/politica/e-preciso-reconstruir-a-direita-democratica-diz-marcos-nobre/.

Gutiérrez, B. (17 de octubre de 2022). 'Bolsonaro es solo un catalizador. Que sea él u otro es contingente'. *Contexto y Acción*, https://ctxt.es/es/20221001/Politica/41033/Rodrigo-Nunes-Bernardo-Gutierrez-Brasil-Bolsonaro-extrema-derecha-Lula-elecciones.htm

Gutiérrez, B. (24 de diciembre de 2023). "Manuela d'Ávila: "Las plataformas digitales se lucran con un sistema de construcción piramidal de odio", *elDiario.es*, https://www.eldiario.es/internacional/manuela-d-avila-plataformas-digitales-lucran-sistema-construccion-piramidal-odio_128_10775416.html

Hunter, J (1991). Culture Wars: The Struggle to Define America. Nueva York: Basic Books.

Kakutani, M. (12 de abril de 2019). ´La muerte de la verdad', Ethic, https://ethic.es/2019/04/la-muerte-de-la-verdad/

Levi, S. (2019). *#FakeYou. Fake news y desinformación*. Barcelona: Rayo Verde.

La Derecha Diario (6 de noviembre de 2023). Con Milei la entrada es Ezeiza: La caravana de autos que recorrió desde Ezeiza a CABA y animó la Plaza de Mayo, https://derechadiario.com.ar/argentina/con-milei-la-entrada-es-ezeiza-la-caravana-de-autos-que-recorrio-desde-ezeiza-a-caba-y-animo-la-plaza-de-mayo.

M-Films2 (2 de octubre de 2022). *Bolsonaro 2022: | É Hora de Vestirmos o Verde e Amarelo*. [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=LDrq5Q-ba_Iw

Maakaroun, B. (3 de noviembre de 2022). 'Castro Rocha: 'Brasil é laboratório de criação de realidade paralela', *Estado de Minas*, https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2022/11/03/interna_pensar,1416930/castro-rocha-em-ilusao-bolsonaristas-serao-confrontados-pela-realidade.shtml.

Macário, C. (7 de noviembre de 2022). 'É falso que modelos de urnas usados na eleição não foram auditados', *Lupa*, https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2022/11/07/modelos-urnas-auditados.

McIntyre, L. (2018), *Posverdad*. Madrid: Ediciones Cátedra.

Muraro, C. (s/f) 'Só mais 72 horas', *g1.globo.com*, https://especiais.g1.globo.com/politica/2023/so-mais-72-horas-acampamento-bolsonaristas-radicais/

Poder 360 (9 de septiembre de 2018). ***Coreográfica pró-Bolsonaro em Fortaleza*** [Archivo de Vídeo]. Youtube. *https://www.youtube.com/watch?v=EOkhSZ9EKMo*

Rizzi, A. (20 de noviembre de 2023). 'Milei y la ira que impulsa al nacionalpopulismo global', *El País*, https://elpais.com/internacional/2023-11-20/milei-y-la-ira-que-impulsa-al-nacionalpopulismo-global.html

Robinson, A. (20 de noviembre de 2023). 'Milei será presidente de Argentina y anuncia "el fin de la decadencia', *La Vanguardia*, https://www.lavanguardia.com/internacional/20231120/9390736/milei-sera-presidente-argentina-anuncia-decadencia.html

Rossi, M. y Marreiro, F. (15 de octubre de 2017). 'O marqueteiro brasileiro que importou o método da campanha de Trump para usar em 2018', *El País*, https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/11/politica/1507723607_646140.html

Sardarizadeh, S. y Lussenhop, J. (10 de enero de 2021). 'The 65 days that led to chaos at the Capitol', *BBC*, https://jornalggn.com.br/internacional/bbc-news-os-65-dias-que-levaram-o-caos-ao-capitolio/.

Skoknic, F., Velasco, I. y Lawrence, T. (31 de julio de 2023). 'El argentino que desinforma en Chile y su vínculo con uno de los árbitros de la constitución', *Centro Latinoamericano de Investigación Periodística*, https://www.elclip.org/numen-cerimedo-chile-constituyente-garcia-arancibia/

Tecé, G. (5 de mayo de 2021). 'Nueva temporada, episodio uno', *Contexto y Acción*, https://ctxt.es/es/20210501/Firmas/35940/elecciones-ayuso-casado-pp-4m-madrid-genova-fiesta-gerardo-tece.htm

Vianna, B. (2023). 72 horas, [Podcast]. Rádio Novelo. https://radionovelo.com.br/originais/apresenta/72-horas/.

Vieira, F. (13 de mayo de 2016). *Jair Bolsonaro é batizado no Rio Jordão*, [Archivo de Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=XmDE6jGtfRU.

Werneck, N. (6 de enero de 2021). ´Sleeping Giants e Awake Giants disputam atenção de marcas contra fake new', *Estado de Minas*, https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2021/01/06/interna_nacional,1226409/sleeping-giants-e-awake-giants-disputam-atencao-de-marcas-contra-fake-news.shtm

Wind, M. (2019). *La tribalización de Europa*. Madrid: Espasa.

Wylie, C. (2020). *Mindf*ck*. Barcelona: Roca Editorial.

LA DEMOCRACIA IMPORTA

La extrema derecha más allá de las fake news

BERNARDO GUTIÉRREZ

UN PROYECTO DE

Asuntos del Sur

CON APOYO DE

IDRC | CRDI

International Development Research Centre

Centre de recherches pour le développement international

ISBN 978-987-48241-6-5

9 789874 824165