



DE JUNIO DE 2013 AL BOLSONARISMO: PRENSA, ESTÉTICA Y NACIONALISMO

LEANDRO MARINHO*

Resumen

El argumento principal de este artículo es que la prensa hegemónica brasileña ha jugado un papel fundamental en la recuperación de la importancia de los símbolos nacionales como signos centrales de las disputas políticas en Brasil en los últimos años, siendo decisiva para el surgimiento del bolsonarismo y lo que hoy se puede llamar estética bolsonarista. Se argumenta que tal proceso puede tener su momento clave identificado en el contexto de las manifestaciones de junio de 2013. Como se demostrará, un análisis de imágenes icónicas publicadas en los últimos años por periódicos brasileños de mayor circulación y redes bolsonaristas, es capaz de demostrar que desde 2013 persiste una retórica discursiva, pero, sobre todo, visual que ha sido decisiva en los principales acontecimientos políticos vividos en el país. El elogio de una supuesta unidad nacional en la lucha contra la corrupción y la entropía del sistema político brasileño ha articulado un repertorio de imágenes centradas en la valorización de elementos relacionados con el sentimiento patriótico. La exploración de una incredulidad generalizada en la política y un cierto ufanismo cívico dirigido a

* Doctor en ciencias sociales por la Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e investigador del Laboratorio de Análisis de la Violencia da UERJ y el Observatório de Favelas. E-mail: marinhos.leandro@gmail.com

la moralización de esta última a través de una estética nacionalista propiciaron las condiciones ideales para que la figura de Jair Bolsonaro y el bolsonarismo emergieran como una opción factible para los brasileños. Hoy, el bolsonarismo lleva al límite de lo que era una condición de posibilidad y da así luz a una estética que va más allá del mero nacionalismo.

Introducción

El argumento principal de este artículo es que la prensa hegemónica brasileña jugó un papel clave en la recuperación de la importancia de los símbolos nacionales como signos centrales de las disputas políticas en Brasil en los últimos años, siendo decisiva para el surgimiento del bolsonarismo y de lo que ahora se puede llamar la estética bolsonarista. Se argumenta que dicho proceso puede tener su momento clave identificado en el contexto de las manifestaciones de junio de 2013. Como se mostrará, un análisis de las imágenes icónicas publicadas en los últimos años por los periódicos brasileños de mayor tirada y las redes bolsonaristas, es capaz de demostrar que desde 2013 persiste una retórica discursiva, pero, sobre todo, visual que ha sido decisiva en los principales acontecimientos políticos vividos en el país. A la alabanza de una supuesta unidad nacional en lucha contra la corrupción y la entropía del sistema político brasileño se ha articulado un repertorio imaginario centrado en la valorización de elementos alusivos al sentimiento patriótico. El aprovechamiento de un descreimiento generalizado en la política y un cierto ufanismo cívico orientado a la moralización de ésta a través de una estética nacionalista proporcionaron las condiciones ideales para que la figura de Jair Bolsonaro y el bolsonarismo emergieran como una opción factible para los brasileños. Hoy, el bolsonarismo lleva al límite lo que fue su condición de posibilidad y así da a luz una estética que va más allá del simple nacionalismo.

Los últimos años de la política brasileña han demostrado la insuficiencia de los conceptos históricos, sociológicos y políticos, por un lado, y evidenciado la necesidad de incorporar y operacionalizar las nociones estéticas, por el otro. Más que nunca, parece imprescindible prestar atención a lo que en las relaciones de poder se produce en lo que Rancière definió como el "reparto de lo sensible"¹, es decir, la tensión inherente a la política, a la estética y a la relación entre ambas que hace visible "un común" y define cómo, dónde, cuándo y qué se puede ver, escuchar y hablar.

1. Rancière, J., [2005] A partilha do sensível: estética e política.

No cabe duda de que hay elementos estéticos fundamentales en el fenómeno político que convencionalmente se denomina "bolsonarismo". Salvo contadas excepciones², se reconoce en el debate público la existencia de una "estética del bolsonarismo" o "estética bolsonarista" que ha dado lugar a diferentes análisis. Entre las diversas apreciaciones críticas, periodistas y académicos han arrojado luz sobre diversos aspectos, como el auge de los montajes *vaporwave*³ en las redes sociales virtuales, el frecuente morbo en las declaraciones e imágenes del presidente brasileño⁴ y el performativo comportamiento de las autoridades gubernamentales⁵. Ocurre, sin embargo, que el debate sobre una estética del bolsonarismo o de una movilización de ingredientes estéticos bolsonarista se desarrolla a menudo en un terreno donde prevalece una perspectiva impresionista o intuitiva que muchas veces descuida asuntos centrales.

Un tema importante que suele ser ignorado es precisamente la forma en que los principales medios de comunicación brasileños allanaron el camino para la construcción de una estética que puede reconocerse por su relación con el bolsonarismo. Tanto Bolsonaro como el bolsonarismo no surgieron espontáneamente. Por el contrario, son el producto de un proceso que, si bien contiene ingredientes circunstanciales, no sucedió de la noche a la mañana. Si hoy es posible hablar de una "estética bolsonarista", esto se debe a un avance progresivo de los grupos de derecha que fueron perdiendo su inhibición para expresarse y que contaron con la ayuda de la gran prensa brasileña. Por lo tanto, no hay forma de entender la movilización político-estética del bolsonarismo sin comprender sus condiciones de posibilidad. Y para comprenderlo, sostengo que es necesario volver a un momento clave de la historia reciente de Brasil: las manifestaciones de junio de 2013. Fue exactamente a partir de junio de 2013 cuando una estética nacionalista comenzó a ocupar un lugar cada vez más destacado en la política brasileña.

2 Por ejemplo, el texto de Pedro França (2020), donde el autor afirma que no hay estética bolsonarista, pero una apropiación de la bolsonarismo expresiones de la cultura popular. França, P., [2020] Intelectuais reagem com vício de classe à estética bolsonarista. Folha de São Paulo, 11 feb. 2020. Disponible en: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/02/intelectuais-reagem-com-vicio-de-classe-a-estetica-bolsonarista.shtml>>. Consultado el 13 Mar. 2022.

3 Velleda, R., [2019] Vaporwave: conheça a estética da moda no bolsonarismo. Metrópoles, 07 Sep. 2019. Disponible en: <<https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/vaporwave-conheca-a-estetica-oficial-do-bolsonarismo>>. Consultado el 13 Mar. 2022.

4 Katz, S., [2019] A estética mórbida do Bolsonarismo e o espírito neoliberal. Disponible en: <<https://dipломатique.org.br/a-estetica-morbida-do-bolsonarismo-e-o-espírito-neoliberal/>>. Consultado el 13 Mar. 2022.

5 Quintella, P., [2020] A estética de Bolsoanro. Folha de São Paulo, 27 ene. 2020. Disponible en: <<https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/01/a-estetica-de-bolsonaro.shtml?origin=folha>>. Consultado el 13 Mar. 2022.

Junio 2013: imaginario social en disputa

En junio de 2013, una serie de protestas tomaron las calles de las grandes ciudades brasileñas. Inicialmente contra el aumento de las tarifas del transporte público, estas protestas acabaron actuando como catalizador de múltiples descontentos, sacando a la calle a los más variados actores y demandas que, en ocasiones, llegaron a ser contradictorias. Junio fue al mismo tiempo parte de un proceso, porque fue impactado y impactó en los eventos que lo precedieron y le sucedieron, y un acontecimiento, en el sentido que la filosofía contemporánea le ha dado al término, a saber, una ruptura, un evento que rompe con la normalidad de la cotidiano. Hoy, casi una década después, es posible decir que todavía estamos en alguna medida bajo sus efectos, y que aún están lejos de ser comprendidos en su totalidad.

Junio fue un enfrentamiento entre grupos muy diferentes que dio forma a una disputa sobre los caminos políticos de Brasil. En las calles y en las redes sociales se encontró una nueva generación de movimientos sociales, formada por redes de activistas autonomistas y anarquistas, militantes de partidos políticos, asociaciones de inspiración liberal y activismo empresarial, congregaciones religiosas y otros grupos organizados en torno a ideales conservadores, mientras que también había grupos de carácter claramente reaccionario, como los de las redes militares. El mes de junio fue un acontecimiento complejo, polifacético y polisémico, cuyos significados aún están en disputa.

Un elemento central que ayuda a explicar la naturaleza multívoca de Junio y por qué sus significados de June aún están en disputa fue el uso de imágenes. En junio, las protestas tenían una dimensión estética. Esta dimensión oponía formas conflictivas de presentar y representar la política, formas que eran en sí mismas una expresión del proceso del que derivaba junio y simbolizaban el conflicto expresado entre distintos modelos, lógicas e idearios de acción y organización social y política. Estas formas fueron decisivas para que junio se convirtiera en algo más que una parte de un proceso, sino en un acontecimiento, que rompió con la causalidad y la temporalidad y dio lugar a un nuevo momento en la política y la sociedad brasileñas.

Uno de los actores más elementales del proceso de junio surge precisamente en el contexto de la producción de imágenes como herramienta política: Mídia Ninja, la iniciativa más destacada entre las nuevas formas de activismo mediático que ganaron repercusión en ese momento. El colectivo acababa de nacer cuando el Movimiento Pase Libre salió a la calle y provocó el estallido de las protestas que interrumpieron el

flujo diario de muchas ciudades brasileñas. Surgió como un grupo de oposición a los medios de comunicación corporativos en su forma y contenido: contra la mercantilización de los medios y contra la manipulación de la información. Su principal arma fue la producción de imágenes contrahegemónicas, utilizando las redes sociales virtuales como su mayor campo de intervención. En esa coyuntura, adquirió notoriedad como canal de información que se oponía deliberadamente a la aprehensión de los hechos por parte de los medios de comunicación hegemónicos, que al mismo tiempo infantilizaban las reivindicaciones y condenaban los actos de los manifestantes, estereotipándolos como vándalos.

Mientras que los principales periódicos y los informativos de televisión mostraban una condena poco comprensiva de las escenas violentas y vandálicas que se produjeron durante las protestas, los perfiles de Mídia Ninja y otros colectivos mediaactivistas valoraban las manifestaciones y a los manifestantes. Las fotografías icónicas que más tarde ilustraron libros y llegaron a exposiciones y colecciones de museos sublimaron acciones y discursos performativos que hicieron circular la idea, el sentimiento y la impresión de que había una revuelta [para algunos, una revolución] en marcha, contribuyendo a su crecimiento. Los protagonistas de sus imágenes fueron los que predominaron en los primeros tiempos y que utilizaron repertorios de protesta propios de las tradiciones anarquista/autonomista y socialista/comunista, cada uno con su propia estética y simbología - ropa negra, capuchas, máscaras y pañuelos, en el caso de los primeros; banderas y camisas rojas, megáfonos y coches sonoros, en el caso de los segundos.

Fotografía⁶ publicada el 12 de junio de 2013 en la página oficial de Mídia Ninja ilustra bien el punto anterior. La imagen presenta el momento exacto en que un hombre con el rostro cubierto salta neumáticos de automóviles, un símbolo del transporte privado, en llamas. Toda su composición valora el acto que, aunque sencillo, es muy performativo. El uso de un ISO alto, así como su tratamiento y el colorido aplicado, dotan a la imagen de dramatismo, con un contraste muy marcado. El encuadre insólito del periodismo tradicional y la capacidad de registrar fotográficamente al hombre en el aire, congelando un momento en movimiento, exaltan el desafío al statu quo que se plantea en lo que se reclama al gobierno, en la acción que escapa al guión del "buen ciudadano" y en lo que se hace visible y que no se vería en los medios predominantes.

6 Ver: <https://is.gd/5edx8u>.

Hasta cierto punto, los sucesos de junio repitieron imágenes como ésta sin la expectativa de que pudieran generar mayores consecuencias. Todo cambió tras la acción de la Policía Militar en São Paulo en la noche del 13 de junio. Indistintamente, manifestantes, transeúntes y trabajadores fueron víctimas de la violencia policial. La difusión de imágenes y reportajes sobre lo ocurrido despertó la indignación y la empatía de gran parte de la población y lo que se vio en los días siguientes fue una adhesión masiva y solidaria a las protestas. Los miles de personas en las calles se convirtieron en cientos de miles en las principales ciudades del país de la noche a la mañana. Esto no se debió únicamente y exclusivamente a la acción política de los colectivos activistas de los medios de comunicación en la difusión de imágenes sobre las protestas. Aquí es necesario hacer un paréntesis.

Hubo, por un lado, factores exógenos que ayudan a entender lo que ocurrió. Cuestiones relacionadas con la situación política brasileña de la época impulsaron a la población a las manifestaciones: además del aumento del transporte público, se criticó fuertemente la celebración de megaeventos deportivos, que se habían convertido en un símbolo de la ausencia de participación popular en las decisiones políticas y de un Estado corrupto. En esa época también empezaron a ganar notoriedad grupos de activismo autonomista, que escapaban a la composición entre movimientos sociales tradicionales y el lulismo que había logrado blindar a los gobiernos del PT de las grandes manifestaciones callejeras. Por otro lado, también hubo importantes elementos endógenos. Hay que tener en cuenta, por ejemplo, el papel estratégico de los adeptos a la táctica del bloque negro, que, contando con la previsible represión policial, atrajeron la atención de los medios de comunicación con sus intervenciones altamente performativas. Irónicamente, no podemos ignorar el papel de los propios medios de comunicación hegemónicos, que dieron una importante visibilidad a las protestas al informar y hacer pública información importante sobre los acontecimientos. Además, Brasil vivía un momento de gran expansión del acceso a Internet y a los equipos tecnológicos (ordenadores, smartphones y portátiles) y de popularización de Facebook, que desde 2007 se había convertido en una plataforma para compartir intensamente imágenes.

El protagonismo dado a las imágenes que prueban la violencia sufrida por los manifestantes en detrimento de otras muchas posibles, creó el ambiente necesario para que, en términos del sociólogo estadounidense Joseph Gusfield⁷, una determinada

7

Gusfield, J., [1981] *The culture of public problems: drinking-driving and the symbolic order*, Chicago, Un. of Chicago Press.

situación social se transformara en un problema público - en este caso, en diferentes problemas públicos contenidos en la misma situación social: la lucha por la reducción de las tarifas del transporte público se convirtió en una lucha por el derecho a ocupar las calles y manifestarse libremente. En este sentido, hay que reconocer la importancia del trabajo de Mídia Ninja, especialmente cuando dio gran visibilidad a la versión omitida por la prensa dominante en sus reportajes.

Sin embargo, la difusión de imágenes y la convocatoria de manifestaciones a través de actos públicos creados en Facebook y compartidos en otras plataformas abrió las calles a quien estuviera dispuesto a expresar su descontento. Sumado al empecinamiento por la horizontalidad y la autonomía, se atrajo la participación de distintos actores de diferentes orígenes económicos y sociales y experiencias políticas, lo que dio lugar a una profusión de agendas y a la aparición de grupos liberales, conservadores y reaccionarios que desafiaron la conducción de las protestas ejercidas por grupos más alineados con los ideales anarquistas y de izquierda.

Después del 13 de junio de 2013, todo cambia en las protestas y en Brasil. Ya no había un hilo conductor que guiara las protestas en una mínima unidad posible en torno a un objetivo. A medida que las manifestaciones crecían, surgieron nuevos grupos en la convocatoria de la población y trajeron a miles de personas en "enjambres cívicos⁸". Las agendas de los grupos históricamente marginados llegaron a coexistir con el rechazo indiscriminado a las instituciones, los partidos políticos, la corrupción, los impuestos e incluso las demandas de intervención militar. La indignación llegó a coexistir lentamente con un sentimiento antipolítico.

Imágenes en verde y amarillo

Esta transformación en el transcurso de las manifestaciones ocurrió pari passu con un cambio radical en el comportamiento de la prensa dominante. La llegada a las calles de grupos liberales, conservadores y autoritarios y su mayor participación en las redes sociales virtuales fue acompañada por un giro pro-manifestaciones en los medios de comunicación más consumidos del país que alimentó la disposición de estos grupos de participar en ese momento y que fue alimentada por ella.

⁸ Swarming civil, en el original, expresión de autoría de David Ugarte. Ver: Ugarte, D., [2008] O poder das redes. Manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

En el período en que se produjeron las mayores manifestaciones en junio, entre el 17 y el 20, se hizo absolutamente notorio el amplio uso de los símbolos nacionales y la mayor asiduidad de las críticas al gasto en la Copa del Mundo y a la corrupción en general. Cantar el himno nacional, pintarse la cara de verde y amarillo y llevar la camiseta de la selección brasileña de fútbol, ritos inéditos, se convirtieron en algo habitual. En São Paulo, incluso el edificio de la Federación de Industrias del Estado de São Paulo (Fiesp) se "viste" de verde y amarillo y exhibe la bandera nacional en la "gran pantalla" que integra su fachada. El perfil de los manifestantes había cambiado considerablemente y ahora había más familias de clase media, con ingresos superiores a la media de la población brasileña⁹.

Este tipo de movilización no era precisamente una novedad. Sólo entre 2011 y mayo de 2013, al menos 46 movimientos de orientación liberal, conservadora o reaccionaria surgieron en distintas regiones del país para marcar su posición contra el petismo y la izquierda y a favor de la moralización de la política y el Estado mínimo, y algunos también reclamaron, al límite, aunque contradictoriamente, la intervención militar¹⁰. Las acusaciones y el sensacionalismo mediático en torno al caso que se conoció como el "mensalão" dieron lugar a un imaginario sobre el país que pudo convertirse en una profecía autocumplida: el Partido de los Trabajadores era el mayor símbolo de todo lo que podía ser disfuncional, inmoral y repulsivo en el país; había que extirparlo.

El 21 de junio, las ediciones de Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo y O Globo destacaron en sus páginas los enfrentamientos entre grupos que se identificaban como antipartidistas y militantes de izquierda durante las protestas del día anterior en São Paulo. El conflicto comenzó tras la llegada de militantes del PT a la Avenida Paulista, convocados por los líderes del partido. En medio de las celebraciones por la suspensión del aumento de las tarifas, con los gritos de "¡Vete a Cuba!" y "¡Vete a Venezuela!", no solo militantes del PT, sino también del PSOL, PSTU, PCO y de movimientos sociales y entidades como MST, UNE y CUT, fueron acosados con insultos, provocaciones y abucheos. Cuando comenzó la marcha por la Avenida Paulista, fueron atacados y las banderas que portaban les fueron arrancadas de las manos y quemadas. Incluso se arrojaron bombas en su dirección por parte de grupos formados por skinheads y neonazis.

⁹ Según Ibope. Disponible en: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-integra-da-pesquisa-do-ibope-sobre-os-manifestantes.html>.

¹⁰ Alonso, A., [2019] A gênese de 2013: formação do campo patriota. Journal of Democracy em português. Vol. 8, N° 1, mai.

En las páginas de los tres mayores periódicos brasileños podemos ver algunos de los registros de los ataques mencionados anteriormente. Las imágenes¹¹ exponen toda la tensión y división de las calles, como había ocurrido hace ocho años. Por un lado, el "verde y amarillo", configurando un ala patriótica que exalta el sentimiento nacionalista a través del uso de símbolos vernáculos. Banderas, camisetas de la selección de fútbol, caras pintadas y el himno nacional marcaron su territorio. Por su parte, los "rojos", militantes de izquierda pertenecientes a diversas siglas con distintas orientaciones ideológicas y pragmáticas, buscaban un acercamiento a las calles. No lo consiguieron y fueron expulsados.

La ausencia de grandes valores estéticos en estas fotografías se compensa con la riqueza de la información. Es notorio el enfado de quienes secuestraron las banderas del Partido del Trabajo. En las dos primeras fotos, los manifestantes se disputan entre ellos la pancarta del PT e incluso utilizan sus dientes para destruirla. La tercera foto muestra el uso de mecheros para prender fuego al símbolo rojo. En ambos momentos, los manifestantes parecen ser conscientes de que su acción queda registrada. Parece que hay orgullo. Estamos ante un acto performativo y simbólico que sólo se completa ante las cámaras. Es una demostración de furia, de profunda indignación. Pero también es una prueba de intolerancia, violencia y autoritarismo. Un gesto anti-democrático.

Contrariamente a la postura adoptada en las primeras protestas, aunque las fotografías muestran claras manifestaciones de violencia simbólica y las propias noticias indican violencia física, el discurso que las acompaña en los diarios no es de condena como en el pasado. Más bien, predomina un tono meramente informativo, sin ninguna valoración moral, y la violencia a la que fueron sometidos los militantes de partidos políticos no recibe titulares ni mayor problematización, aunque se vuelvan recurrentes. A diferencia de la actitud hacia los partidarios de la táctica del bloque negro o a las acciones de depredación de la propiedad pública y privada, lo que se tiene es el predominio de una aprehensión de carácter integral, que busca comprender las razones detrás de los actos, los cuales no se habían visto antes.

11 En O Globo, es posible visualizar la imagen, en su versión escaneada, desde este enlace: <https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=201020130621>. En la Folha S. Paulo, encontramos la imagen a la que nos referimos aquí: <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=19532&anchor=5878306&origem=busca&originURL=&pd=76fe9ef09d0d858b9a3e2fac5b98b10d>. Y finalmente, en Estadão, la visualización es posible en esta dirección: <https://acervo.estadao.com.br/pagina/#!/20130621-43711-nac-11-cid-a11-not>.

En el mismo sentido, la portada del periódico *O Globo* del 23 de junio¹² fue una de las más emblemáticas del período. El titular dice: "Juventud desilusionada". En absoluto protagonismo, la fotografía de dos jóvenes, blancos y rubios, sobre los que no sería exagerado suponer que pertenecían a la clase media o alta. El rostro de uno de ellos, el de la niña, está cubierto, pero esta vez no se asocia con la violencia. No hay llamas, ni vándalos. No hay negro, ni rojo. Hay verde y amarillo. Una vez más, la estética patriótica está vinculada a un sentimiento que, aunque podría llevar a desafiar el orden, se presenta como una indignación legítima sobre la que hay que reflexionar y comprender. Al fin y al cabo, ¿cuáles son las causas de esa desilusión? El título de la imagen responde: "Brasil, mostra a tua cara". La referencia tópica a la canción¹³ de protesta de Cazuza recuerda los versos de "Brasil", donde encontramos el mismo sentimiento que la fotografía pretende transmitir: "Grande pátria / Desimportante / Em nenhum instante / Eu vou te trair / Não, não vou te trair". La llamada a la historia dentro del periódico, justo debajo, la complementa para no dejar dudas: "los últimos 14 días que sacudieron a Brasil dejaron un mensaje claro: el sentimiento contra la política tradicional".

Donde vimos una condena al unísono, vimos un repentino aumento de la fuerza democrática de los actos. Se produjo un reajuste en el orden de las imágenes y los discursos. Puede decirse que, en cierto modo y en parte, fue un cambio que reflejó la propia metamorfosis que se estaba produciendo en las calles. Pero, más que eso, tal cambio revela una reorientación en la producción de las narrativas sobre June, tanto en términos de sus visualidades como de sus discursos. El "sentimiento contra la política tradicional" se retrata ahora desde una crítica predominantemente moralizante de la política, centrada en la corrupción. Al fin y al cabo, es un tema recurrente en el análisis de la política brasileña, a menudo caracterizada por el fisiologismo de los partidos y los políticos. Como señala Marcos Otávio Bezerra¹⁴, la corrupción en Brasil se trata predominantemente como un problema de orden moral. Es decir, una desviación del comportamiento que podría observarse tanto a nivel individual como en las acciones de grupos organizados capaces de actuar dentro de las mallas del Estado, cuya solución dependería del establecimiento de nuevas normas morales y relaciones

12 Puede verlo en su versión escaneada en esta dirección: <https://acervo.oglobo.globo.com/consulta-ao-acervo/?navegacaoPorData=201020130623>

13 Cazuza; Israel, G.; Romero, N., [1988] Brasil. Rio de Janeiro: Universal Music.

14 Bezerra, M. O., [1995] Corrupção: um estudo sobre poder público e relações pessoais no Brasil. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.

éticas. Este tipo de diagnóstico casi siempre recae en el uso de esencialismos que explican la política nacional a través de clichés, como hablar de un "Estado corrupto e ineficiente" o de una "cultura del 'jeitinho'", "típicamente brasileña", en una clave que alimenta un imaginario en el que se cree en la existencia de prácticas y conductas corruptas en sí mismas.

Aquí no estamos ante otro proceso que el de la construcción de una "comunidad imaginada", tal y como la describe Anderson¹⁵, para quien las naciones serían comunidades que, independientemente de las desigualdades que las constituyen, se conciben "como una profunda camaradería horizontal", diferenciándose precisamente por la forma en que son imaginadas por sus miembros. Decisivo para la conformación de estas comunidades imaginadas sería el surgimiento de un capitalismo editorial que, precisamente a través de la difusión de los periódicos, así como de las novelas literarias, hizo posible que hombres y mujeres pertenecientes a un mismo territorio se reconocieran y compartieran narrativas colectivas e imágenes comunes, pensándose como parte de una misma comunidad.

Sin duda, la concepción de nación que propone Anderson no está exenta de dudas. Se basa en una noción de "tiempo vacío y homogéneo" tomada de las reflexiones de Walter Benjamin que, en rigor, no existe en ninguna parte, ya que la imaginación siempre será tan heterogénea como quienes son capaces de imaginar. Como ejemplo, podríamos pensar en el nacionalismo anticolonial de los países asiáticos y africanos, como observa Partha Chatterjee¹⁶. Sin embargo, no se puede descartar la idea de nación sugerida por Anderson, y es importante decir que Chatterjee no lo hace. Si, siguiendo al politólogo y antropólogo indio, podemos admitir que el tiempo homogéneo vacío es el "tiempo utópico del capital", entonces también hay que estar de acuerdo con la premisa de Anderson -y de tantos otros autores del pensamiento histórico moderno- de que tanto lo nacional como el nacionalismo son inseparables de la formación histórica de la burguesía. Y si esto es así, no hay que permitirse ignorar el poder que tiene la clase burguesa para hacer circular sus ideales y hacerlos hegemónicos para la reproducción de las condiciones materiales de existencia y el mantenimiento de su prevalencia política y cultural.

15 Anderson, B., [2008] Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras.

16 Chatterjee, P., [2004] A Nação em Tempo Heterogêneo. In: Colonialismo, Modernidade e Política. Salvador. Ed UFBA.

A diferencia de Mídia Ninja, que buscaba valorizar las luchas y reivindicaciones de los grupos subalternos, a partir de cierto momento, la cobertura de junio realizada por los medios corporativos brasileños comenzó a fomentar la idea de una nación homogénea. Esta cobertura, discursiva e imaginaria, compartió la misma orientación política e ideológica de los grupos de derecha que se estaban reorganizando en Brasil, privilegiando cuatro ejes para interpretar las manifestaciones (i) la crítica a la "política tradicional" (que también compartían los campos de la izquierda autonomista y anarquista), que englobaba la "desilusión de la juventud con la política" y que a menudo se presentaba como una negación de la política; ii) la crítica a la eficacia del Estado en la prestación de servicios públicos, pero sobre todo en la gestión de la economía y la lucha contra la corrupción; iii) el rechazo a los rojos, es decir, la maldición de la izquierda, convertida a menudo en antipetismo; y iv) el nacionalismo cívico, que hizo del recurso a los símbolos nacionales una de las señas de identidad de junio.

No fue casualidad, por tanto, que en la producción de narrativas discursivas y visuales sobre Junio, las manifestaciones que en su día fueron condenadas por su vandalismo pasaran a ser representadas como una lucha legendaria de la nación contra la corrupción. Al ser objeto de representación, la nación fue también objeto de disputa de narrativas conflictivas. En junio de 2013 también se trató de eso. Sobre cómo narrar y representar la nación, disputar imaginarios sobre ella, sobre el pueblo y sobre la política. Por lo tanto, junio fue también un acontecimiento y una disputa comunicacional. Fue el momento en que diferentes proyectos de país y de nación se encontraron y chocaron en las calles y en los medios de comunicación, provocando un temblor sísmico que aún resuena. Y parece que, hasta ahora, la narrativa que favoreció la estética patriótica de los grupos conservadores, liberales y autoritarios fue la que salió victoriosa y sigue teniendo gran tracción en la sociedad brasileña.

El triunfo de la estética nacionalista

A partir de Junio, las derechas y aquellos que pueden ser identificados como pertenecientes a una centroderecha brasileña encontraron en el uso de los símbolos nacionales una forma de crear una identidad popular y distanciarse de lo que supuestamente representaba un enemigo tan real como imaginario, a saber "la izquierda". En efecto, haciendo un amplio uso de la estética nacionalista, grupos liberales, conservadores y reaccionarios se apropiaron del verde y el amarillo para afirmar que su bandera "nunca sería roja". Esta recuperación de los símbolos patrios y su reinserción en el centro de

las disputas políticas del país contó con el apoyo fundamental de la prensa corporativa brasileña, que comenzó a retratar a la nación a partir de estos grupos. Progresivamente, las agendas y demandas de las minorías políticas fueron silenciadas o desmoralizadas, mientras que los discursos, las acciones y la imagen de los "patriotas" se legitimaron cada vez más en las noticias.

Esta tendencia se confirmó después de junio, cuando el tratamiento dado a las manifestaciones por la destitución de la presidenta Dilma Rousseff llamó la atención por la absoluta complacencia y la forma innegablemente sesgada en que fueron representadas. Poco después de 2013, con una nueva victoria petista en las elecciones presidenciales, se inició un nuevo ciclo de manifestaciones que se extendió hasta 2016 y que se hizo, no por casualidad, muy identifiable por su estética. La aversión al sistema político, traducida en "estamos en contra de todo lo que hay", y el disgusto con la corrupción que estuvieron presentes en las manifestaciones de 2013 se convirtieron en años posteriores en fuertes elementos aglutinadores de las manifestaciones por el impeachment de la recién elegida presidenta Dilma Rousseff. Como ya había ocurrido a partir de la segunda quincena de junio, estas manifestaciones se caracterizaron por la presencia de un público más elitista¹⁷. Sin embargo, hubo diferencias que merecen ser destacadas precisamente porque ponen de manifiesto las continuidades entre un momento y otro. Hubo contrastes entre las formas de organización, actuación y estética que prevalecían en los dos momentos.

Un rasgo llamativo de las manifestaciones de 2013 fue la horizontalidad y la distancia que se estableció en relación con los partidos políticos. Esta postura difiere en gran medida de la adoptada por el principal liderazgo de las protestas contra el impeachment, el MBL (Movimento Brasil Livre) -cuyo nombre, no por casualidad, hace referencia a la misma época en que busca distinguirse y distanciarse del MPL. A pesar de declararse "apartidistas", las protestas encabezadas por el MBL estuvieron marcadas por la presencia de políticos opuestos al PT y una estructura financiada por partidos políticos y organizaciones patronales.

Una segunda diferencia crucial entre las manifestaciones de 2013 y las de 2015 y 2016 fue la relación de los manifestantes con la policía. Si en el primer caso la relación fue

17 Eran en su mayoría hombres mayores de 36 años, con título universitario y con salarios muy por encima de la mayoría de la población. Datafolha [2016] Manifestação Avenida Paulista. Perfil e opinião do protesto de 13.03 na Avenida Paulista, São Paulo. Disponible en: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2016/03/14/manifestacao_13_03_2016.pdf>. Acesso em 30 mai. 2021.

siempre conflictiva y estuvo marcada por la tensión y el miedo a la violencia, en el segundo hubo incluso una cierta reverencia hacia la policía por parte de los manifestantes, que posaron para las fotografías junto a los agentes uniformados y los coches blindados de la Policía Militar.

La tercera gran diferencia de un momento a otro se refiere a los aspectos estéticos. Si en 2013 una de las grandes características de las manifestaciones fue la pluralidad de reivindicaciones, en 2015 y 2016 la agenda estaba mucho mejor definida: se trataba de exigir la destitución del presidente. Esta cohesión se reflejó en la dimensión estética. Aunque en junio la estética nacionalista se movilizó, no fue hegemónica, compartiendo espacio con el negro de los anarquistas, el rojo de los socialistas y comunistas, los colores del arco iris de los grupos LGBTQIA+, etc. En 2015 y 2016, por el contrario, hubo un predominio del verde y el amarillo y una aversión generalizada al uso del rojo. Además, mientras que en el primer caso hubo un uso a gran escala de carteles improvisados, en el segundo hubo un uso programado de pancartas, coches sonoros y marionetas hinchables, lo que demuestra una organización, estructura y apoyo financiero que no se vio en las protestas de 2013.

Por último, otra distinción significativa entre un período y otro fue el tratamiento dado por los medios de comunicación hegemónicos. En 2013, el seguimiento periodístico, televisivo e impreso, retrató las protestas casi siempre desde un punto de vista negativo, destacando los episodios de violencia y asociando la imagen de los manifestantes y las manifestaciones a un simple desorden, haciendo una excepción sólo a partir del momento en que aparecieron los primeros "verdes y amarillos". Entre 2015 y 2016, el tratamiento fue absolutamente diferente. Las noticias que podían señalar los aspectos negativos casi no existían y las imágenes que se centraban en la violencia eran sustituidas por patriotas orgullosos de estar en las calles defendiendo su nación. Además, en varias ocasiones se interrumpió la programación normal de las principales cadenas de televisión para emitir imágenes de las protestas, y a menudo el tono era de invitación.

Las portadas de las ediciones del diario O Globo del 14 y 19 de marzo de 2016 son paradigmáticas en este sentido. El 14 de marzo, el titular del diario proclama sin tapujos: "Brasil sale a la calle contra Lula y Dilma y por Moro", llamando la atención sobre el carácter "pacífico" de las protestas. Debajo de la nada parcial declaración, las imágenes muestran a los manifestantes vestidos de verde y amarillo, y en la que se da más protagonismo, ocupando más de un tercio de la portada del periódico, vemos a miles

de personas en la Avenida Paulista. El pie de foto de esta última foto destaca también el hecho de que los cálculos de la Policía Militar indican 1,4 millones de personas presentes en el acto, en un cálculo muy diferente de los realizados en junio, cuyas manifestaciones fueron invariablemente subestimadas en términos de adhesión.

En su portada del día 19, O Globo publicó una foto de la misma Avenida Paulista, de nuevo ocupada por miles de personas, pero esta vez tomada por el rojo de las camisetas y banderas de los simpatizantes del PT y otros militantes de izquierda. Sobre la imagen, el titular dice: "Los aliados de Dilma y Lula celebran actos en todos los estados". Y añade: "El PT reúne a 275 mil, el 7% del público de las manifestaciones por el impeachment". En la comparación entre las dos portadas, tenemos por un lado a Brasil (o lo que se presenta como si fuera Brasil) y por otro a "los aliados de Dilma y Lula" (como si las manifestaciones de entonces no fueran por la defensa de la democracia, sino por el rescate de los petistas). Un trato evidentemente desigual, a pesar del cínico velo de imparcialidad.

La ofensiva contra el PT y la izquierda que lo orbita y la reducción de la política al campo de la moral a través de la apología de las acciones de grupos dotados de una estética nacionalista llevada a cabo por la prensa hegemónica brasileña no cesó tras el golpe de 2016. Los principales medios de comunicación ofrecieron aún mayor visibilidad a la operación Lava-Jato, iniciada en 2014 y decisiva en el proceso de impeachment de Dilma Rousseff, y a los actos callejeros de apoyo a su grupo de trabajo que se prolongaron hasta 2019. En particular, el fiscal federal Deltan Dallagnol y el juez Sérgio Moro fueron elevados a la categoría de baluartes de la lucha contra la corrupción en el país. Este último incluso hizo una campaña explícita para su entrada en política, especialmente después de condenar al ex presidente Luiz Inácio Lula da Silva, en vísperas de las elecciones presidenciales de 2018 -cuyas encuestas indicaban el liderazgo del líder petista-. Con la victoria de Bolsonaro en las elecciones en cuestión, el nuevo presidente concedería a Moro el cargo exacto de ministro de Justicia. Más tarde, tras pasar 580 días en prisión, Lula fue liberado después de que el Tribunal Supremo Federal anulara sus condenas debido a la parcialidad del juez en el caso.

A pesar de las muchas diferencias, que nunca pueden olvidarse, so pena de entender los distintos acontecimientos en términos de causalidad perfecta, también hay permanencias entre un momento y otro que no pueden ignorarse. Lo más expresivo, precisamente la consolidación de la estética patriótica y su alabanza por parte de la prensa empresarial. Su presentación y representación de los hechos siguió privile-

giando, discursiva y sobre todo imageticamente, los signos movilizados por las facciones más liberales, conservadoras y reaccionarias de la sociedad brasileña. Estos signos siguen siendo fundamentales en el contexto político brasileño, habiendo sido apropiados por el bolsonarismo. Llevados a un nuevo nivel de popularización, generación de identidad y funcionalidad política, hoy son pilares del régimen bolsonarista.

Entre lo kitsch y lo grotesco

Bolsonaro y el bolsonarismo no son lo mismo. El primero es, sin duda, la figura de liderazgo que da sentido al segundo como movimiento más o menos articulado y mínimamente cohesionado, aunque no siempre parezca coherente. Pero, aunque el término “bolsonarismo” pueda designar tanto la forma específica de gobernar de Jair Bolsonaro como el fenómeno político en el que el gobierno de Bolsonaro ocupa un lugar central, el bolsonarismo no es el resultado de un momento fundacional protagonizado por su principal intérprete. Más bien, el bolsonarismo es el producto de una convergencia única de factores y circunstancias específicas. Nada de lo expuesto aquí significa que el bolsonarismo no posea sus propias formas de organización o que no esté, al fin y al cabo, compuesto por personas y grupos reales. Sólo se subraya su carácter contingente, lo que tampoco significa negar las condiciones históricas que provocaron su aparición. Tanto Bolsonaro como el Bolsonarismo surgieron como un punto de confluencia que posibilitó la construcción de una identidad común para un campo tan plural como fragmentado, compuesto por grupos de diferentes clases sociales y tendencias políticas, que desde 2013 estaba dando señales de que su impulso podría ser capaz de reorganizar la política nacional.

Es posible afirmar la existencia de una cierta correlación entre la reintroducción de los símbolos nacionales en el centro de las disputas políticas en Brasil y la llegada de Bolsonaro al poder y la emergencia del bolsonarismo como fenómeno político central en la experiencia política contemporánea en el país. El arrebato bolsonarista surge precisamente en el momento en que el país asiste a la progresiva liberación de un resentimiento con la política en sentido amplio y con “la izquierda” (o con la imagen construida sobre las izquierdas) en concreto, que se materializa con cada nueva ofensiva contra el lulismo y su legado político y social. Había un enemigo común y en un contexto en el que se creía en cruzada, el bolsonarismo pudo cristalizar y hacer viable la elección de un legítimo representante del militarismo brasileño a la presidencia.

En este sentido, no hay forma de pensar en el bolsonarismo sin pensar en cómo se rescató la simbología nacionalista como signo de una lucha por una supuesta moralización de la política cuyos bastiones se encontrarían en grupos liberales, conservadores y autoritarios. El nacionalismo sirvió de plataforma básica al bolsonarismo, que le añadió nuevos elementos y significados en la construcción de su propia estética.

En su ascenso, al hilo del ufanismo movilizado por la reacción conservadora y reaccionaria que desde 2013 ha crecido vertiginosamente, el bolsonarismo turboalimentó con un autoritarismo explícito un nacionalismo cívico que ya se estaba mostrando lo suficientemente poderoso como para desbancar a una presidenta. En particular, a través de su iconografía populista¹⁸ y violenta, el bolsonarismo buscó desde el principio explorar la combinación entre el orgullo patriótico y el culto a la violencia desde un enfoque autoritario. El lenguaje discursivo y visual utilizado por la campaña del actual presidente brasileño recordaba mucho a las acciones de la Ação Integralista Brasileira (AIB), un movimiento de extrema derecha que, liderado por Plínio Salgado, se hizo famoso en el Brasil de los años 30 por la explotación de los colores de la bandera nacional y las coreografías de fuerte inspiración militar.

En los últimos años, la retórica visual y discursiva del bolsonarismo ha convertido en habituales las imágenes del presidente de la república, sus hijos y aliados políticos con camisetas con los colores de la bandera nacional empuñando fusiles y pistolas. También ha sido frecuente que en las ciudades por las que pasa Bolsonaro, sus partidarios, vestidos de verde y amarillo, saluden y hagan el gesto de una pistola con las manos, un gesto que "para la gente de bien", según uno de sus aliados, representaría "el valor, la honestidad, el ser patriota¹⁹".

Escenas como éstas han sido normalizadas por la prensa y circulan intensamente por las redes sociales virtuales. Desde su elección, el gobierno de Bolsonaro y el bolsonarismo han sido capaces de construirse una estética digna de ser comparada con las utilizadas en la Italia de los años 20 y la Alemania de los años 30. Los ejemplos de esto son abundantes. Los lemas de su campaña para la presidencia - "Mi partido es Brasil" y "Brasil por encima de todo, Dios por encima de todo" -, apropiados por sus votantes y transformados en camisetas, pancartas, gorras, etc., recordaban inevitablemente

18 Aquí se utiliza la idea de populismo según la acepción de Ernesto Laclau, quien busca alejarse de la carga prejuiciosa con la que se utiliza el término para darle un sentido en el que el populismo sería una forma de construir y representar al pueblo como cualquier otra. Laclau, E., (2013) A Razão Populista. São Paulo: Três Estrelas.

19 Palabras del congresista delegado Waldir. Ver en <https://glo.bo/3Cz6T2i>. Acceso en: 13 De mar. de 2022.

los lemas de la Alemania de Hitler. La frase “Deutschland über alles” (“Alemania por encima de todo”), presente en el himno alemán hasta la Segunda Guerra Mundial, fue muy utilizada por la propaganda nazi.

En enero de 2020, el exsecretario especial de Cultura del gobierno federal, Roberto Alvim, copió una cita del ministro de propaganda de la Alemania nazi, Joseph Goebbels, en un discurso para publicitar el Premio Nacional de Artes. En un comunicado difundido a través de un vídeo publicado en las redes sociales virtuales de la Secretaría Especial de Cultura, Alvim aparece en un escenario casi idéntico al gabinete utilizado por Goebbels, al son de Richard Wagner (profundamente admirado por los nazis). Con una postura tierna y rígida, el exsecretario dijo en su discurso: “El arte brasileño de la próxima década será heroico y nacional, estará dotado de una gran capacidad de implicación emocional, y será también imperativo, ya que estará profundamente vinculado a las aspiraciones urgentes de nuestro pueblo - o no será nada²⁰”. Tras el incidente, Alvim fue destituido de su cargo.

En otros casos que también tuvieron amplia repercusión, sin embargo, la respuesta de Bolsonaro fue diferente. Además de la apología del armamento, desde la llegada de Bolsonaro a la presidencia, se ha convertido en costumbre que algunos de sus partidarios agiten el brazo derecho extendido hacia él. Este tipo de gesto, prohibido en Alemania por razones obvias, evoca inevitablemente el Heil Hitler y toda la simbología nazi. Sus partidarios, sin embargo, se esforzaron en afirmar que se trataba de un gesto conocido como “imposición de manos”, común, sobre todo, entre las congregaciones religiosas neopentecostales, y que significaría rezar por una persona o bendecirla. El gesto fue repetido por un grupo de antiguos compañeros de armas de Bolsonaro, que fue paracaidista en las Fuerzas Armadas. Esta vez, sin embargo, al gesto se añadió el grito “Bolsonaro somos nós”, en una variación del saludo nazi. Por mucho que haya habido alguna evocación de un ritual religioso, el gesto asociado al grito, pronunciado por hombres con uniforme militar, aludía no a lo litúrgico (o no sólo), sino a un compromiso de lealtad con el presidente y a un compromiso beligerante por la patria, aunque no hubiera guerra.

20 El discurso de Goebbels decía lo siguiente: “El arte alemán de la próxima década será heroico, será fervorosamente romántico, será objetivo y libre de sentimentalismo, será nacional con grandes páthos e igualmente imperativo y vinculante, o de lo contrario no será nada”. Para más detalles, ver Góes, B. Aragão, H. & Soares, J., [2020] Roberto Alvim copia discurso do nazista Joseph Goebbels e causa onda de indignação. O Globo, Cultura, 16 ene. Disponible en: <https://oglobo.globo.com/cultura/roberto-alvim-copia-discurso-do-nazista-joseph-goebbels-causa-onda-de-indignacao-24195523>. Acceso en 13 mar. de 2021.

A finales del mismo mes, junto al presidente de la Caixa Econômica Federal, Pedro Guimarães, y el secretario de Agricultura y Pesca, Jorge Seif Júnior, Bolsonaro aparece en una transmisión en vivo en su perfil de Facebook bebiendo un vaso de leche. Investigadores y activistas identificaron en la puesta en escena un gesto común a los grupos nacionalistas y neonazis estadounidenses, para los que la leche blanca sería un símbolo de la supremacía blanca. Eduardo Bolsonaro, hijo del presidente, ironizó sobre las críticas²¹. Para el antropólogo David Nemer, esto sería una demostración más de la vulgaridad del bolsonarismo. Según sus palabras, “el extremismo del bolsonarismo es tan burdo que se apropián de todo lo que viene de la Alt Right (extremistas blancos americanos) y con retraso – desde que esto empezó en EEUU en 2017²²”.

En el bolsonarismo, los discursos y las imágenes emblemáticas de ministros, parlamentarios oficialistas y otros simpatizantes se propagan recurrentemente en una estrategia ambigua que, si por un lado atrae las críticas al presidente y su gobierno, por otro, los coloca en el foco mediático y refuerza los lazos identitarios entre un líder carismático y su entorno. Cada gesto, cada acto está envuelto en una retórica visual y discursiva que en un esfuerzo metonímico busca presentar a Bolsonaro como el más virtuoso de los patriotas y representar a la nación desde un compromiso colectivo en torno a los ideales del presidente. Al mismo tiempo que refuerza la imagen heroica de Bolsonaro sobre la base de un “nosotros común”, esta retórica funciona como un canal directo de comunicación entre el ciudadano común que se ve oprimido (pero orgulloso de oprimir) y subrepresentado (por las instituciones, la política, los medios de comunicación) y su “líder supremo” -como le gusta llamarse a sí mismo Bolsonaro.

En este contexto, la estética nacionalista se exacerba hasta tal punto y se le añaden tantos elementos, que van de lo caricaturesco a lo horrendo, que se convierte en otra cosa. Si antes había que excluir al enemigo nacional de la vida política, ahora hay que eliminarlo. Su mera existencia pone en peligro no sólo la identidad formada en torno al “líder supremo”, sino la propia existencia de quien encarna esta identidad. Y la propia comprensión de quién es ese enemigo cambia, y no se limita sólo a los representantes de la política tradicional, especialmente los pertenecientes al PT y a la izquierda

21 En su cuenta de Twitter, Eduardo publicó una imagen de los actores Lázaro Ramos y Thaís Araújo, ambos negros, estrellas en un anuncio de una marca de leche. Véase: https://twitter.com/BolsonaroSP/status/1266765802088411136?s=20&t=kdQ8crZFfEi_ikX09o9Jhw. Último acceso: 13 de marzo de 2021.

22 Rocha, L., [2020]. Copo de leite: Bolsonaro usa símbolo nazista de supremacia racial em live. Revista Fórum, 29 may. Disponible en: <https://revistaforum.com.br/politica/2020/5/29/copo-de-leite-bolsonaro-usa-simbolo-nazista-de-supremacia-racial-em-live-76033.html>. Consultado el 13 Mar. 2022.

en general. Aunque la idea del “comunismo” a menudo sirve como imagen-síntesis, cualquiera que impugne al gobierno de Bolsonaro o que en algún nivel represente una amenaza para él es susceptible de ser identificado como un enemigo.

Este lado más violento y agresivo del bolsonarismo convive con una presentación de Bolsonaro basada en la imagen de un político sencillo y popular. Bolsonaro suele presentarse públicamente de forma sencilla, comiendo pasteles en ferias, caminando en chanclas en actos oficiales, vistiendo camisetas de clubes de fútbol. Otras veces intenta humanizar su imagen dejándose ver en camas de hospital o llorando ante las cámaras.

En una de las imágenes del presidente con mayor difusión en 2020, Bolsonaro aparece junto a sus tres hijos mayores, que también son políticos, en una escena que quiere hacerse creer que no sea pretenciosa²³. El núcleo duro del clan Bolsonaro se ve sentado en una mesa durante una comida a base de maíz, chocolate, ketchup y alguna bebida de color oscuro. Sobre la mesa, una vajilla sencilla, un teléfono móvil, un gran rollo de papel de cocina y lo que parecen ser restos del maíz que están comiendo. En las paredes de la sala, uno de los cuadros hace referencia a una ciudad del interior de Brasil, con casas pintadas en colores que aluden a la bandera brasileña. En otro, destaca un rifle. Todavía en la misma pared, un tercer cuadro trae los colores de la bandera de los Estados Unidos y el año de su independencia, artículo que aparece junto a otras piezas decorativas, entre las que destacan la de las pistolas cruzadas (insignia común de la Policía Militar) y la calavera de un bovino también con los colores de la bandera americana.

La composición de la fotografía busca la representación de un ambiente familiar prosaico y jerarquizado, en el que el padre, que en la escena gesticula con las manos, parece ofrecer una lección paternal a la que los niños dedican gran atención. Al mismo tiempo que su figura se acerca a la de sus votantes y simpatizantes, por su gran sencillez, Bolsonaro tiene reforzada su imagen de líder, político y familiar. Esta puesta en escena no se produce por casualidad en una sala en la que se hace gran hincapié en los símbolos nacionalistas y bélicos. Tampoco es casualidad que las mujeres de la familia (esposa e hija) estén excluidas de la foto. El jefe del Estado y de la familia es retratado no sólo por su despojo y supuesta espontaneidad, sino también por su virilidad.

23 Ver: <https://twitter.com/BolsonaroSP/status/1251903488562528258/photo/1>. Consultado el 13 Mar. 2022.

Esta y otras imágenes apuntan para una estética que toma el ufanismo como elemento fundamental, condensándolo con el fundamentalismo religioso, el moralismo conservador, el anti-intelectualismo, el libertarismo de ultraderecha, el autoritarismo, el anticomunismo y el militarismo (o policismo), que recuerda al nazifascismo del siglo pasado, pero que al mismo tiempo se sirve de una informalidad exagerada y picaresca. Lo que parece diferenciar al bolsonarismo de otros movimientos autoritarios es la forma en que da rienda suelta a una estética descortés, chulesca y, no pocas veces, obscena.

A menudo, Bolsonaro y el bolsonarismo son enmarcados por los más diversos analistas como una de las expresiones más violentas y a la vez más burdas y crudas de la historia política brasileña. Es una estética singular, situada entre el estilo kitsch y el grotesco. Kitsch porque, para comunicarse con “el pueblo”, evoca un espíritu de complacencia y suspensión del sentido crítico, trae a colación la imagen de un Brasil imaginario que en el pasado fue heroico, pero que hoy está empañado por los “intereses políticos” y por los excesos de una izquierda que lo ha corrompido criminal y moralmente. Kitsch también por el sentimentalismo exacerbado y forjado en un intento de emocionar a los seguidores y simpatizantes y, por lo tanto, cosechar la adoración de su líder. Grotesco porque, además de en el sentido que Víctor Hugo dio a este término, el bolsonarismo también “por un lado, crea una deformidad, y lo horrible; por otro, lo cómico y lo bufón²⁴”. Como bien señala Serge Katz²⁵, Bolsonaro y el Bolsonarismo son como Quasimodo, pero sin la decencia de este último.

Imágenes como las aquí analizadas corroboran también un hecho: el bolsonarismo como fenómeno político sólo existe bajo el formato de la espectacularización permanente, que además está muy relacionado con lo kitsch y lo grotesco, porque el bolsonarismo vende y masifica el ufanismo, el resentimiento, el odio, el horror, el miedo. Gracias a una infraestructura de comunicación y a un modus operandi nunca visto en la historia política brasileña, basado principalmente en la difusión de información falsa y de propaganda fascista centrada en el culto a la violencia y a la personalidad de Bolsonaro, el bolsonarismo tiene una capilaridad y un atractivo que le garantiza una gran fuerza aunque no represente a la mayoría del electorado.

Todo en el bolsonarismo es espectáculo, incluso la crisis. Los insultos diarios a la

24 Hugo, V., [2002] *Do grotesco e do sublime*. São Paulo: Editora Perspectiva.

25 Katz, S., [2019] A estética mórbida do Bolsonarismo e o espírito neoliberal. Disponible en: <<https://dipломатique.org.br/a-estetica-morbida-do-bolsonarismo-e-o-espirito-neoliberal/>>. Consultado el 13 Mar. 2022

prensa hegemónica, el uso de lenguaje impropio en actos oficiales, la inestabilidad política, el negacionismo esquizofrénico ante la pandemia de Covid-19, todo gira en torno a una estrategia que atrae los focos para perpetuar su movimiento de radicalización y reforzar así una identidad colectiva. De la crisis ininterrumpida surge un sentido de urgencia que somete el futuro al anhelo de control total sobre los acontecimientos del presente. Un producto perfecto del neoliberalismo, ante el miedo perenne al colapso - económico, climático, diplomático, sanitario, etc. - la política se transforma en mera "gestión de los restos del presente²⁶".

En medio de esta incesante crisis espectacularizada, las filas del bolsonarismo, por muy afectadas que estén en los últimos años, siguen cerradas y preparadas para el choque. ¿Hasta cuándo? No es posible responder. Pero mientras el país sigue velando a sus muertos por el cóvido, ve a su población enfrentar el hambre, sus bosques arden, sus pueblos originarios son diezmados, la única certeza es que con o sin Bolsonaro, el bolsonarismo persistirá y este será uno de los mayores desafíos de Brasil en el futuro cercano.

26 Arantes, P., [2014, p. 91] *O novo tempo do mundo e outros ensaios sobre a emergência*. São Paulo: Boitempo.

Referencias bibliográficas

- Alonso, A., [2019] A gênese de 2013: formação do campo patriota. *Journal of Democracy em português*. Vol. 8, Nº 1, mai.
- Anderson, B., [2008] Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras.
- Arantes, P., [2014, p. 91] O novo tempo do mundo e outros ensaios sobre a emergência. São Paulo: Boitempo.
- Bezerra, M. O., [1995] Corrupção: um estudo sobre poder público e relações pessoais no Brasil. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.
- Cazuza; Israel, G.; Romero, N., [1988] Brasil. Rio de Janeiro: Universal Music.
- Chatterjee, P., [2004] A Nação em Tempo Heterogêneo. In: Colonialismo, Modernidade e Política. Salvador. Ed UFBA.
- Datafolha [2016] Manifestação Avenida Paulista. Perfil e opinião do protesto de 13.03 na Avenida Paulista, São Paulo, 13 mar. 2016. Disponível em: <http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2016/03/14/manifestacao_13_03_2016.pdf>. Acesso em 30 mai. 2021.
- França, P., [2020] Intelectuais reagem com vício de classe à estética bolsonarista. Folha de São Paulo, 11 feb. 2020. Disponível en: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/02/intelectuais-reagem-com-vicio-de-classe-a-estetica-bolsonarista.shtml>>. Consultado el 13 mar. 2022.
- Góes, B. Aragão, H. & Soares, J., [2020] Roberto Alvim copia discurso do nazista Joseph Goebbels e causa onda de indignação. O Globo, Cultura, 16 ene. Disponibile en: <https://oglobo.globo.com/cultura/roberto-alvim-copia-discurso-do-nazista-joseph-goebbels-causa-onda-de-indignacao-24195523>. Consultado el 13 mar. de 2021.
- Gusfield, J., [1981] The culture of public problems: drinking-driving and the symbolic order, Chicago, Un. of Chicago Press.
- Hugo, V., [2002] Do grotesco e do sublime. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Katz, S., [2019] A estética mórbida do Bolsonarismo e o espírito neoliberal. Disponibile en: <<https://diplomatique.org.br/a-estetica-morbida-do-bolsonarismo-e-o-espírito-neoliberal/>>. Consultado el 13 Mar. 2022.

- Laclau, E., [2013] A Razão Populista. São Paulo: Três Estrelas.
- Nunes, R., [2021] Of Wha tis Bolsonaro the name? Radical Philosophy 2.09/Winter 2020-21.
- Rancière, J., [2005] A partilha do sensível: estética e política.
- Rocha, L., [2020]. Copo de leite: Bolsonaro usa símbolo nazista de supremacia racial em live. Revista Fórum, 29 may. Disponible en: <https://revistaforum.com.br/politica/2020/5/29/copo-de-leite-bolsonaro-usa-simbolo-nazista-de-supremacia-racial-em-live-76033.html>. Consultado el 13 Mar. 2022.
- Ugarte, D., [2008] O poder das redes. Manual ilustrado para pessoas, organizações e empresas chamadas a praticar o ciberativismo. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.
- G1, São Paulo, 24 jun. 2013. Veja íntegra pesquisa completa do Ibope sobre os manifestantes. Disponible en: <<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-integra-da-pesquisa-do-ibope-sobre-os-manifestantes.html>>. Consultado el 12 mar. 2022.
- Veleda, R., [2019] Vaporwave: conheça a estética da moda no bolsonarismo. Metrópoles, 07 Sep. 2019. Disponible en: <<https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/vaporwave-conheca-a-estetica-oficial-do-bolsonarismo>>. Consultado el 13 mar. 2022.