Brasil: La batalla comunicacional que se viene

Por: Global Research
Globalizacion, 22 de marzo 2021
Página 12 22 marzo, 2021

Región: América Latina, Caribe
Tema: Comunicación, Política

*Hay un debate en curso en **Brasil** sobre el uso de la palabra genocida para nombrar a **Jair Bolsonaro**. Militantes del PT detenidos en una protesta frente al Palacio del Planalto e influenciadores digitales convocados por la justicia fueron dos ejemplos de esta semana en la cruzada paradójica de no llamar las cosas por su nombre.*

Interesante la preocupación reciente de Bolsonaro por las palabras, viniendo de alguien que las desprecia, que no mide efectos ni consecuencias, empatía bajo cero.

Bolsonaro dominaba la comunicación política del país hasta hace diez días, cuando el expresidente Lula recuperó sus derechos políticos, provocando un tsunami. Si separamos las barbaridades que enuncia, de las formas de hacer política, tres territorios eran dominados por completo por el actual presidente, como ningún otro actor político: las "lives" de los jueves en sus redes sociales, los charlas informales con seguidores en el "corralito" que se monta diariamente en el Palacio de la Alvorada, y las apariciones públicas inesperadas, como la visita que hizo a la Corte Suprema en septiembre del año pasado. Los dos primeros son los palcos por excelencia que generan la catarata de declaraciones. Hablamos de la política como "acting", como puesta en escena, como teatralidad.

Como aquello que genera una pauta permanente de información y define la agenda. Esta hipótesis fue descripta por Joao Santana en octubre de 2020. A partir de la semana pasada, esa naturalidad con la que ocupaba todo el espectro comunicacional se pone en disputa. Lula habló por más de tres horas y lo obligó a hacer dos giros casi que inmediatos: reconocer la vacuna como una realidad imprescindible, y cambiar por cuarta vez su ministro de Salud. El reciente apoyo a las vacunas vino con una marca que es todo un signo de descalabro del bolsonarismo más explícito: "nuestro arma es la vacuna", fue la primera divulgación. Eso dio pie a un meme difundido por su hijo Eduardo con una adaptación del personaje Ze Gotinha, logomarca de las campañas de vacunación en el país, creado en 1986. En la imagen, Ze Gotinha tiene un fusil-jeringa, un abierto apoyo a las armas. La muerte se celebra, es el "viva la muerte" de Franco, tropicalizado. Entra en el territorio de lo perverso, en el medio de la crisis sanitaria más importante del país, enaltecer un arma. La vorágine por querer responder rápido al nuevo escenario y sobre todo hacer malabarismo por mantener su discurso armamentístico aggiornado a la nueva realidad pandémica, producen deslices. Ese meme condensa el bolsonarismo comunacional, es una metáfora de una época.

Un segundo ejemplo: el miércoles 17 de marzo, Lula le pide a Biden ayuda para conseguir vacunas, a través de una reunión del G-20 para discutir la redistribución del inmunizante para países que más lo precisen, como Brasil. Bolsonaro reacciona al día siguiente mostrando una carta del 26 de febrero donde Biden promete colaboración en este nuevo capítulo de la relación bilateral. Lo pone a la defensiva, lo obliga a mover las piezas a posteriori.

Este movimiento no es gratuito. Si Bolsonaro se muestra impermeable a la ciencia y el conocimiento, claro está que mira las encuestas y actúa en consecuencia. La caída de su popularidad, sumada a los escenarios de posible derrota frente a Lula (34% seguramente votaría a Lula vs 25% a Bolsonaro, según datos del Instituto Ipec de Marzo 2021) configuran este nuevo escenario. La adhesión al discurso provacuna entra mucho más en esa lógica que en estar convencido. Los principales actores de la economía le hacen saber que que no hay retorno del crecimiento sin vacuna.

Un análisis más detallado de la encuesta señala un elemento posiblemente central en la batalla comunicacional que se viene. Bolsonaro crece de 25% a 39% su potencial de voto entre los evangélicos, y en forma inversa, Lula cae del 34% al 27%. Cuando el PT fue fundado en 1980, los evangélicos representaban el 6,6% de población. En 2000, dos años antes de la victoria de Lula, el 15,4%. En 2021, son el 31,8%. Son uno de los pilares fundamentales de lo que se denomina la “nueva derecha brasileña”. Tres grupos que convergen en el actual bolsonarismo: la derecha más reaccionaria y retrógrada, que pide intervención militar y cierre de la Corte Suprema, la volátil “derecha liberal”, que hoy adhiere al bolsonarismo pero surfea la ola de quien defienda su agenda neoliberal, con el ministro de Economía Paulo Guedes como mayor exponente. Y el enorme contingente de evangélicos. En esa batalla argumental se dirimen parte de las chances de Lula de consolidar el potencial de voto actual, aunque tenga que correrse naturalmente más al centro. Coquetear con el voto “evangélico” es una tarea ardua. Pensar que uno de los mayores referentes de la iglesia evangélica, Edir Macedo, decía en marzo 2020 que el coronavirus era una “táctica de Satanás”, y se vacunó esta semana en Miami. Satanás vacunado y de paseo en Disney.

Eduardo Sincofsky

Eduardo Sincofsky: *Consultor en opinión pública.*

La fuente original de este artículo es Página 12
Derechos de autor © Global Research, Página 12, 2021

Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook
Conviértase en miembro de Globalización

Artículos de: **Global Research**
http://www.globalresearch.ca

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca