

Liderazgo políticodigital: los tuits de Bolsonaro

Liderança políticodigital: os tweets de Bolsonaro

Digital political leadership: Bolsonaro's tweets

DOI: 10.22481/rbba.v13i01.14780

Esteban Iglesias
CONICET – Universidad Nacional de Rosario
Universidad Nacional del Litoral
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3158-3072>
Dirección electrónica: estebantatiglesias@yahoo.com.ar

Sebastián Castro Rojas
Universidad Nacional de Rosario
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1122-8660>
Dirección electrónica: scastrorojas@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo focaliza en un aspecto relativo a la representación política, particularmente, en el modo en que Jair Bolsonaro construyó su lazo identificatorio con sus seguidores en la esfera pública digital. Así, su propósito radica en analizar la construcción del vínculo entre el líder y los seguidores/adherentes mediante el uso y creación de mensajes que realizó Bolsonaro desde su cuenta de [twitter@jairbolsonaro](https://twitter.com/jairbolsonaro), entre 2021-2022. Para la recolección de la información y la construcción del corpus de *tuits* se utilizó el *scraping web* mediante la herramienta SeoTools para Excel. El análisis de esta información nos permitió dar cuenta de un hallazgo investigativo: el liderazgo político-digital constituía el principal tipo de interacción política entre Bolsonaro y sus seguidores. Además, este tipo de relación política se produjo en un contexto signado por la polarización y la incorrección política, elementos que constituyeron el contorno de la esfera pública físico-digital brasileña.

Publicado sob a Licença Internacional – CC BY

ISSN 2316-1205	Vit. da Conquista, Bahia, Brasil / Santa Fe, Santa Fe, Argentina	Vol. 13	Num.1	Jun/2024	p.288-307
----------------	--	---------	-------	----------	-----------

Palabras clave: Representación política. Esfera digital. Liderazgo. Identidades.

RESUMO

Este trabalho se concentra em um aspecto relativo à representação política, particularmente no modo como Jair Bolsonaro construiu seu vínculo identificador com seus seguidores na esfera pública digital. Assim, seu objetivo é analisar a construção do vínculo entre o líder e os seguidores/aderentes por meio do uso e criação de mensagens feitas por Bolsonaro a partir de sua conta no Twitter, @jairbolsonaro, entre 2021-2022. Para a coleta das informações e construção do corpus de tweets foi utilizado o *scraping web* por meio da ferramenta *SeoTools* para Excel. A análise dessas informações nos permitiu dar conta de um achado investigativo: a liderança político-digital constituía o principal tipo de interação política entre Bolsonaro e seus seguidores. Além disso, esse tipo de relação política ocorreu em um contexto marcado pela polarização e pelo “politicamente incorreto”, elementos que constituíram o contorno da esfera pública físico-digital brasileira.

Palavras chaves: Representação política. Esfera digital. Liderança. Identidades.

ABSTRACT

This work focuses on an aspect related to political representation, particularly in the way in which Jair Bolsonaro built his identifying bond with his followers in the digital public sphere. Thus, its purpose lies in analyzing the construction of the link between the leader and the followers/adherents through the use and creation of messages that Bolsonaro made from his Twitter account, @jairbolsonaro, between 2021-2022. To collect the information and construct the corpus of tweets, web scraping was used using the SeoTools tool for Excel. The analysis of this information allowed us to report research finding: political-digital leadership constituted the main type of political interaction between Bolsonaro and his followers. Furthermore, this type of political relationship occurred in a context marked by polarization and political incorrectness, elements that constituted the contour of the Brazilian physical-digital public sphere.

Keywords: Political representation. Digital sphere. Leadership. Identities.

INTRODUCCIÓN

La constitución del bolsonarismo como movimiento político, su victoria electoral en 2018 y su forma de ejercer el poder político significó, en diversos aspectos, la reformulación de los consensos políticos que se construyeron con la restauración democrática brasileña y que se expresaron en la Constitución Federal de 1988. En este conjunto de implicancias destacamos la dinámica política, en particular, la competencia partidaria en términos de oficialismo y oposición. En efecto, el Partido de la Social Democracia Brasileña (PSDB) durante la década del noventa del siglo XX ejerció el gobierno mientras que el Partido de los Trabajadores (PT) era la principal oposición partidaria y durante el siglo XXI el PT accedió al poder político y el PSDB se constituyó en la principal oposición partidaria. El ascenso del “bolsonarismo” se produjo sobre una profunda crisis de las fuerzas políticas que tuvieron predominancia desde la restauración democrática y su victoria electoral en 2018, junto a su desempeño en las elecciones de 2022, alteró los clivajes sobre los que se estructuraba el espacio político brasileño.

El ascenso de las derechas en Brasil durante el siglo XXI ha sido abordado por Rocha y Solano (2021). Este fenómeno se produjo luego del suceso de las “mensualidades”, primer caso de corrupción apenas asumido Lula Da Silva al gobierno nacional. Durante ese período se estaba experimentando un clima de gobiernos de izquierdas en América Latina, cuya principal orientación remitía a la reparación y a la lucha contra las desigualdades heredadas del período neoliberal. Con lo cual decir públicamente que se estaba en contra de la igualdad y decir que se era de derecha no era algo recurrente en el vocabulario político de la época. Rocha y Solano (2021) describen con exactitud que el rearme de las derechas en Brasil, la que se produjo básicamente en el la esfera pública digital. En este sentido, uno de sus principales activistas de las ideas derechistas en el ambiente digital fue Olavo de Carvalho, quien consideraba que el país había sido tomado por el izquierdismo o se encontraba ante la amenaza del “peligro rojo”. Sus intervenciones se hicieron en Orkut, una red que ya no existe, así como también en Facebook, en canales de Youtube y en publicaciones y libros. En síntesis, para estas autoras el rearme de las derechas se produjo en la esfera pública digital, ambiente que no les era hostil y en el cual podían socializar sus ideas. De este modo, luego de 10 años este ámbito se constituyó en un poderoso instrumento desde el cual se organizó la sociedad civil en su inflexión derechista.

Este trabajo focaliza en un aspecto relativo a la representación política, particularmente, en el modo en que Jair Bolsonaro en tanto figura política construyó su lazo identificatorio con

sus seguidores en la esfera pública digital. Así, su propósito radica en analizar la construcción del vínculo entre el líder y los seguidores/adherentes mediante el uso y creación de mensajes que realizó Bolsonaro desde su cuenta de twitter¹. Los referentes empíricos que utilizamos para realizar el análisis fueron los siguientes: cantidad tuits, cantidad de likes, cantidad de re-tuit y cantidad de replay. Estos posibilitaron dar cuenta de un hallazgo investigativo, que el liderazgo político-digital constituía el principal tipo de interacción política entre Bolsonaro y sus seguidores. Además, la misma se produjo en un contexto signado por la polarización y la incorrección política, elementos que constituyeron el contorno de la esfera pública físico-digital brasileña.

REPRESENTACIÓN POLÍTICA EN EL CONTEXTO DE LA POLARIZACIÓN E INCORRECCIÓN

La representación política es un concepto moderno que alude a un conjunto de interacciones entre representantes y representados. En esta interacción pueden observarse el accionar de dos principios que la definen, el principio de distinción y el de similitud (ROSANVALLON, 2009). Así en cada período histórico, si bien ambos se encuentran presentes, es recurrente encontrar la primacía de uno sobre el otro. Lo cierto es que desde la década de los 80' del siglo XX en adelante con el predominio de la imagen y la figura de los políticos el principio de distinción fue el que ha prevalecido hasta la actualidad. En esta dirección el liderazgo ejercido por Bolsonaro no escapa a esta característica. Sin embargo, es preciso señalar algunas particularidades en las que este tipo de representación política fue anudada. En efecto, el tipo de vínculo que construyó la figura política de Bolsonaro con sus seguidores en el espacio público físico y digital se inscribe en un contexto caracterizado por la coexistencia de dos procesos políticos, el de la polarización y el de la incorrección política. Estos fenómenos se sucedieron y se desarrollaron a nivel global, no son novedosos así como tampoco son exclusivos de Brasil. Además, es preciso destacar que la figura política de Bolsonaro desde el inicio de su trayectoria como político ha mostrado comportamientos relativos a la incorrección política y, también, a la identificación de adversarios a los que convertía en enemigos políticos. Lo cierto es que los procesos de polarización e incorrección política tomaron relevancia social en Brasil desde inicios de la segunda década del siglo XXI y coincidieron temporalmente. En este sentido, con diferentes temporalidades e intensidades es preciso abordar la especificidad que asumieron en el espacio político brasileño.

El fenómeno de la polarización política remite a un tipo particular de configuración del espacio público en el cual las fuerzas y partidos políticos extreman sus posiciones, tornando política irrelevante los lugares localizados del centro. Asimismo, se trata de un fenómeno recurrente de la mayoría de los sistemas políticos de occidente durante las últimas décadas, incluso en los reconocidos como los más estables de Europa e, inclusive, el de Estados Unidos. Sin embargo, lo más significativo de este proceso constituyó el pasaje de un tipo de polarización ideológica a las polarizaciones afectivas (MARTUCELLI, 2020). En efecto, para este autor el pasaje de un tipo de polarización a otro se explica por las modificaciones acaecidas en la experiencia de “lo social”. Así destaca que “...es la experiencia de la vida social la que comanda las expresiones de la polarización y no a la inversa” (MARTUCELLI, 2020, p.111). Son las emociones morales –el resentimiento, el odio y la furia– las que afloran respecto del modo en que los individuos experimentan cuestiones sociales y globales. En este sentido el autor subraya que existe una “...inédita imbricación entre el yo y la sociedad que da cuenta de nueva función de las emociones” (MARTUCELLI, 2020, p.111).

Desde el retorno de la democracia, la polarización política en Brasil terminó asumiendo la forma de “anti-petismo”, término que remite al rechazo contundente y activo tanto en la esfera pública física como en la digital por parte de la ciudadanía a lo que expresó políticamente el Partido de los Trabajadores (PT). Como sostiene Rocca Rivarola (2023) el anti-petismo se articuló en torno a tres matrices políticas, la anti-comunista, la crítica a la corrupción y, finalmente, la síntesis de ambas. Y, el ascenso político de Bolsonaro y el bolsonarismo logró expresar los miedos y la aversión de estas matrices que se desarrollaron desde 1989 hasta la actualidad. Las emociones morales se activaron frente a la representación del peligro rojo y la crítica a la corrupción. ¿En qué contexto político sucedió? En términos generales se desarrolló en un momento de crisis de las fuerzas políticas que habían protagonizado la vida política de Brasil desde el momento de su restauración democrática. En efecto, el Partido de la Social Democracia Brasileña, fundado por Fernando Henrique Cardoso, en las elecciones presidenciales casi gana las elecciones nacionales y, sin embargo, en 2018 obtuvo el escaso 4,76% de los votos. El PT también se sumió en su propia crisis, la que se evidenció en el segundo gobierno de Dilma Rousseff, se profundizó con el proceso de *impeachment* y el encarcelamiento y pérdida de los derechos políticos de Lula Da Silva y finalizó con la derrota electoral de 2018. Todo esto se sucedió en el contexto de “Lava Jato”, el proceso de corrupción más relevante de América Latina, en el que estuvieron involucrados políticos de todos los partidos, empresarios y al poder judicial (SINGER, 2018).

Bolsonaro logró anudar este conjunto de tendencias polarizadoras y que se sintetizan como anti-petismo y lo hace de un modo radical (ROCCA RIVAROLA, 2023). Esto ha implicado la exacerbación en su estilo político y en sus expresiones en el espacio público y en el digital acerca del “miedo a la izquierda”, al peligro rojo y las críticas a la corrupción tuvieron claros destinatarios: los representantes políticos del PT y el mismo PT. Con las movilizaciones de 2013 las banderas partidarias fueron sustituidas por los colores de la camiseta de Brasil y, con posterioridad, sucedió algo similar con el color rojo que usualmente utilizaba el PT.

En este contexto, cabe destacar que el “bolsonarismo” se constituyó en una fuerza política y social que, en esta coyuntura, no ha requerido de una estructura partidaria con el objeto de desplegar su poder. Como señala Avritzer (2020) se trata de un movimiento político cuyo líder accedió a etiquetas partidarias con el objeto de presentarse a las elecciones de 2018 y las de 2022. Durante la mitad del mandato de su gobierno, Bolsonaro se quedó sin partido político e intentó formar uno propio. No pudo, lo cual es una muestra cabal de que la relación con sus seguidores era propiciada por otros carriles y mecanismos, que no era la articulación política partidaria. Entonces, tanto por las particularidades de Bolsonaro como por las características de la coyuntura política Bolsonaro ha construido una relación y un vínculo con sus seguidores por afuera de las estructuras tradicionales así como también por fuera de la comunicación política habitual.

El tipo de vínculo político entre líderes y seguidores esta mediado por la conectividad y se desarrolla preponderantemente en la esfera digital. En lo digital se vehiculizan las emociones de adhesión con los políticos mediante experiencias tanto individuales como colectivas. En los medios sociales -Facebook, Twitter, Instagram, TikTok entre otros- se potencian las formas de creación, interacción e intercambios de contenidos digitales (VAN DIJCK, 2016). Así, el ecosistema digital ha modificado el escenario actual de la comunicación política, ya que los políticos -Bolsonaro- utilizan las interfaces digitales como vínculo estrecho y cercano con los seguidores. Los medios sociales y las plataformas digitales permiten a los ciudadanos, adherentes y seguidores de los políticos el acceso sin intermediarios a la información de manera instantánea, inmediata y fluida. Este acceso por parte de los ciudadanos en la esfera digital se desarrolla en formato multimedial -texto, imagen, sonido- y permite re-distribuir, compartir, y poner en circulación los mensajes -tuits- de manera inmediata. Esta posibilidad de generar contenidos políticos -mensajes- que son velozmente distribuidos por las redes como Twitter es una de las grandes modificaciones del vínculo de líderes políticos con sus seguidores.

A este modo directo de vinculación entre Bolsonaro y sus seguidores es preciso destacar un estilo que remite a la incorrección política. Souroujon (2022) considera que se trata del ascenso de una nueva virtud política, que desde fines de siglo XX y comienzos del XXI se lo ha identificado con las derechas radicales, particularmente, con lo que cierta tradición francesa denomina “la derecha desacomplejada” (SOUROUJON, 2022: 114). En efecto, estos estilos políticos poseen dos características. Por un lado, muestran a quienes lo practican un aspecto de “autenticidad” o de “llaneza” que le permiten al político entablar una conversación “sin vueltas” o “sin hablar difícil” con la ciudadanía. Y, por otro lado, posibilita el afloramiento de emociones morales en el espacio público a través de pronunciamientos y de acciones políticas. Ambos elementos simplifican la comunicación del político con sus adherentes y público en general. Son innumerables los ejemplos que dio Bolsonaro con gestos, declaraciones y argumentaciones antes y durante su gobierno. Mencionamos algunos de ellos: “vamos a disparar la ametralladora” o “estos marginales rojos serán desterrados de nuestra patria” en plena campaña electoral de 2018; el gesto de las manos como si estuviera apuntando con una pistola que utilizó desde 2018 en adelante; “prometo acabar con toda forma de activismo” luego de ganar las elecciones en 2018; las permanentes referencias a la “ideología de género” y el proyecto de “escuela sin partido” –en referencia al supuesto adoctrinamiento partidario que se hacía en las escuelas–; en plena pandemia declaró que usar mascarilla “era cosa de maricas” y en 2021 comentó una anécdota con adolescentes venezolanas que se preparaban para salir un sábado por la noche: “cuando las miro, pintó onda”, etc.

En el vínculo digital se evidencia la adhesión de los simpatizantes a los mensajes que se ponen en circulación, los tuiits. Las respuestas o activación por parte de los seguidores pueden ser negativa, o, positiva, con adhesión o rechazo a los mensajes. Los seguidores reaccionan con likes o retuits a los mensajes que circulan en la web. Estas acciones en las redes sociales las reconocen como de “incivilidad” de los políticos y seguidores. “En las redes sociales, esta nueva incivilidad se refleja en la urgencia por confrontar (“responder” negativamente) los contenidos que percibimos como un agravio hacia nuestro grupo o bien compartir (retuitear) aquellos que apreciamos como una validación de nuestras creencias colectivas” (MASON, 2013, 2015 en CALVO y ARUGUETE, 2020, p.53).

La construcción del vínculo entre Bolsonaro y sus seguidores, lo que podemos denominar en parte “bolsonarismo”, se desarrolló en un contexto político signado por el “antipetismo radical” y, a su vez, con las características de la incorrección política, lo que implicó

fuertes críticas y declaraciones por parte de Bolsonaro a los actores socio-políticos que habían sido políticamente gravitantes desde la restauración democrática.

LIDERAZGO DIGITAL: DE LOS VÍNCULOS DIGITALES A LA ACTIVACIÓN POLÍTICA

Los liderazgos políticos, desde los últimos 20 años del siglo XX, han ganado gravitación política a costa del formato partidario y el elemento ideológico que caracterizaba al partido burocrático de masas. Claro está que ni los partidos políticos ni las ideologías desaparecieron, sin embargo, perdieron su centralidad. En este escenario político resulta preciso ubicar el papel de los liderazgos en un contexto signado por lo digital. Así, hay que describir sus nuevas formas, lógicas y dinámicas de acción políticas en un contexto novedoso e incierto. El contacto físico era una instancia fundante en la representación política cuyo propósito era materializar adhesiones a una propuesta; también, el espacio físico cumplía una función esencial para habitarlo con el cuerpo y las miradas; y, finalmente, era vital en los procesos de socialización como el compartir y experimentar junto a otros ciudadanos en los eventos, en las marchas o en las concentraciones en apoyo a los líderes. El estar en el espacio, en la calle junto a otros ciudadanos actuaba como apoyo, refuerzo y cohesión social a los ideales políticos. La evolución de las tecnologías digitales, las redes de conectividad y la expansión de la esfera digital modificó las maneras de participación y adhesión de los ciudadanos a las actividades políticas.

Entonces, este vínculo entre los políticos, sus ideas, sus proyectos y sus mensajes con los ciudadanos ha mutado. Los actos públicos y las convocatorias en grandes espacios físicos han cedido ante la preeminencia de las tecnologías digitales. El lazo que antes se establecía en el espacio físico mediante el contacto, la mirada y el compartir un mismo espacio físico se modificó primero hacia la esfera pública tradicional en donde los medios masivos actuaron como constructores de ideas y valores en construcción de la opinión de la población. Fue la digitalización y el desarrollo acelerado de tecnologías digitales lo que posibilitó el intercambio de mensajes entre los ciudadanos de maneras antes impensadas. Las tecnologías permitieron generar instancias más horizontales de contacto entre los ciudadanos. Estas nuevas formas de interacción y relación mediante interfaces y aplicaciones digitales permitieron un nuevo vínculo que es producido en la esfera digital donde los políticos y los ciudadanos se mueven, comparten, dialogan e interactúan de manera cotidiana.

Así, las tecnologías digitales dieron paso a un contacto directo, un vínculo sin intermediarios (humanos y no humanos). Lentamente, la supremacía que ostentaban a finales del siglo XX los medios masivos –radio, prensa y televisión– en la construcción de la opinión pública y las conductas de los ciudadanos en la esfera pública se ha desdibujado. La construcción de vínculos actuales está atravesada por la mediatización digital y las plataformas digitales. La construcción de mensajes y contenidos para los individuos se produce de forma digital *en* las redes y *con* las redes (VAN DIJCK, 2016). La irrupción de las redes digitales, las plataformas y las interfaces en la política ha propiciado una instancia de difusión de los contenidos y los mensajes impensada años atrás. Hay un nuevo vínculo entre los políticos y los ciudadanos. Hay una nueva forma de contacto entre los líderes políticos y sus adherentes, seguidores, votantes y en el caso de Bolsonaro se evidencia por el uso de su cuenta de Twitter. Primero se vinculó mediante mensajes directos como diputado, luego como candidato a la presidencia y por último como Presidente de Brasil. El lazo que potenció se desarrolló por estructuras políticas no tradicionales y fue ajena a la comunicación política tradicional. Día a día, uso sus cuentas personales digitales con el fin de producir mensajes, sin intermediarios, conversar y dialogar con sus seguidores.

La esfera digital permite a las figuras políticas potenciar las formas de llegada con sus seguidores y es por ello que utilizan a las plataformas digitales para tal fin. Por ejemplo, Donald Trump como candidato y luego como presidente de los Estados Unidos cultivó el vínculo directo con seguidores fieles dando inicio al camino de la incorrección política y la verborragia instantánea en las redes digitales. En la misma dirección Bolsonaro construyó mediante mensajes llanos y sin tecnicismo su vínculo directo y desacomplejado mediante mensajes sencillos que puso en circulación mediante su cuenta de Twitter. La mayoría de los tuits acompañados por imágenes o videos están atravesados por la incorrección política en el ambiente digital. La incorrección política se ve en los tuits, y siguiendo a Souroujon (2022), los mismos se construyen mediante palabras sencillas dotadas de “autenticidad” y que se caracterizan por un contenido simple y llano. Esto, le permite a las figuras políticas entablar una conversación “sin vueltas” o “sin hablar difícil” con la ciudadanía.

Las tecnologías digitales potencian cambios en las formas de comunicarse de los ciudadanos. En las redes sociales observamos cómo los ciudadanos comparten experiencias, vivencias y contenidos de manera constante y diaria. Lo emocional es un factor preponderante en los mensajes y la actividad en lo digital. La participación en la esfera digital está ligada y asociada a la colaboración, la acción humana en las plataformas. Siguiendo a Van Dijck (2016)

es “válido entender a los medios sociales como sistemas que facilitan y potencian, dentro de la web, redes humanas, es decir entramados de personas que promueven la interconexión como valor social. Las ideas, valores y gustos de los individuos son contagiosos” (VAN DIJCK, 2016, p.29) y las actividades que se desarrollan en el ambiente digital son distribuidas rápidamente por las plataformas y se esparcen por los intercambios de los individuos mediante las redes conectivas.

En la red Twitter podemos observar recurrentemente que el punto de partida es un tuit subido por un usuario que queda a disposición y es visto por los seguidores. Cada usuario de la red puede leerlo, comentarlo o compartirlo. El contenido compartido y expresado en el tuit puede convertirse en una conversación con respuestas, o se desarrolla un hilo colaborativo en el cual se hace evidente la circulación de contenido a través de la red social. En esta línea acordamos con Castells (2014) en tanto que los usuarios de estas tecnologías se apropian de ella, las adaptan, las modifican y producen un proceso infinito de interacción, en el caso de Twitter a través de los hilos, entre producción tecnológica y uso social.

Las acciones que cada individuo realiza -tuit, re-tuit, replay, etc.- como forma de participar en lo digital, puede ser entendida como activación política en la red y es uno de los puntos salientes que los líderes políticos buscan generar en sus redes de afinidad junto a los seguidores. La activación política es propuesta por el líder con un mensaje que demanda la respuesta de los seguidores mediante acciones en el ambiente digital, sea en Twitter, Facebook o Instagram. Estas acciones permiten la propagación de los tuits. “La relación cognitiva y afectiva que establecemos con los mensajes políticos afecta la frecuencia y la velocidad con que los propagamos ... no solo incide el contenido de un tuit –si se alinea o no con nuestras increencias–, sino además el emisor, que nos informa sobre la intención comunicativa de quien creó el mensaje” (CALVO y ARUGUETE, 2020, p.65).

Estas redes digitales se encuentran mediadas por sistemas automáticos (programados y reprogramados que ofrece a los usuario en su *timeline* sus intereses) que a modo de mayordomos digitales ponen a disposición, en nuestra pantalla y mediante el algoritmo las conexiones posibles, los tuits más relevantes de acuerdo a nuestras preferencias, creencias y costumbres en la red. Por ello, y, siguiendo a Van Dijck (2016) la sociabilidad en las redes actuales esta tecnológicamente codificada y convierte a los individuos en fenómenos, gestionables, manipulables, donde las prácticas cotidianas (tuits, post, reel) y los que se hace en las plataformas es ofrecidos mediante los gustos y prácticas analizadas previamente por los mayordomos (algoritmos) en el ambiente digital.

ASPECTOS METODOLÓGICOS Y RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para analizar la actividad de la cuenta de Twitter de Bolsonaro se optó como método la utilización de herramientas digitales como el *scraping web* ya que esta permite la búsqueda y recopilación de gran cantidad de datos. Así este método permite convertir datos sin estructura en la web (como el formato HTML) en datos estructurados que pueden ser almacenados en una base de datos. Esta técnica computacional simula la navegación de un humano en la Internet para extraer información mediante la aplicación diseñada a los efectos del estudio.

En una primera etapa se realizó un recorrido de carácter exploratorio por los tuits publicados en @jairbolsonaro, cuenta personal de Jair M. Bolsonaro, Presidente de Brasil (2018-2022). De esta manera se pudo observar y registrar el uso de la plataforma de microblogging Twitter y en particular la elaboración y la construcción de los tuits y los elementos presentes en cada publicación.

Para la recuperación de los datos se utilizó la técnica de raspaje web on-line mediante la herramienta de SeoTools. El raspaje web utiliza programas de software para extraer la información en los sitios de internet ya que busca, rastrea y detecta en la web-cuenta de Twitter los datos que son extraíbles para luego ser analizados. Esta herramienta recolectó la actividad de la cuenta bajo estudio para luego volcar los datos en una planilla de excel. Sin embargo, se tuvo que trabajar con el complemento SeoTools para Excel, la que permitió recolectar la actividad de la cuenta @jairbolsonaro y llevar a la planilla los distintos elementos que conforman un tuit. Esta herramienta y su volcado en la planilla de Excel nos permitió trabajar con la información recolectada. Las variables que nos arroja el raspaje son: URL del tweet; día de publicación; Texto; Tipo de tuit (retuit o producción propia); cantidad de retuits; cantidad de like; contiene Url; contiene menciones; contiene URL medios; desde dónde publicó. Luego de la recolección de los datos extraídos de la cuenta se los procesa y analiza mediante las dimensiones construidas para el análisis.

La recolección de la información, mediante el raspaje web, se realizó entre los días 23 y 29 de septiembre de 2022. Esta arrojó un total de 3237 tuits recuperados desde el 06 mayo de 2021 al 29 de septiembre de 2022. En una segunda etapa se optó por realizar una delimitación temporal de los datos extraídos y se focalizó en los tuits de un año. Por ello, el estudio abarca la actividad en la cuenta de @jairbolsonaro entre julio de 2021 y julio de 2022.

En una tercera etapa se utilizó para el análisis de datos extraídos de la Red Social Twitter el Programa Tableauⁱⁱ. El mismo es una herramienta para trabajar con grandes cantidades de información extraídos de dispositivos digitales o que están en la nube. Este programa ofreció una visualización ágil y simple de datos.

En este trabajo, el marco temporal abarcó la actividad, uso y tuits en la cuenta @jairbolsonaro realizados entre julio de 2021 a julio de 2022. Luego de la limpieza nos quedó un corpus de 2416 tuits para el presente análisis. Estos datos permitieron elaborar una matriz, la que fue abordada a partir de las siguientes variables que luego se utilizaron para el análisis: la fecha de emisión, el tipo de acción -tuits, retuits, respuestas- la cantidad de menciones, el tipo de menciones, la cantidad de likes, la cantidad de retuits sobre las acciones de la cuenta y la cantidad de emisiones realizadas desde la cuenta de Jair Bolsonaro.

Los cruces que definimos perseguían como objetivo visualizar los movimientos de la cuenta y la relación con otros usuarios o seguidores de Jair Bolsonaro. Para ello observamos la cantidad de menciones con los tipos de acciones que se pueden realizar desde la red social - respuesta, retuit, tuit. En el primer análisis de los datos detectamos que había datos sin procesar y tuvimos que crear y construir una nueva variable, la cantidad de menciones. La misma fue creada para este trabajo. La matriz nos mostraba una dimensión denominada “*User Mentions Entities*” compuesta por frases y el programa no la reconocía como variable de suma por lo cual hubo que asignar un valor de cantidad relacionado con la dimensión existente para poder cuantificar en cuantas acciones podíamos encontrar menciones y por lo tanto efectuar la comparación. La dimensión existente no fue desechada ya que utilizamos el formato de nube de palabras para poder identificar cual de todas estas menciones fue la más relevante. En este caso, sobre la columna “*User Mentions Entities*”, tuvimos que “limpiar” aquellas filas que no contenían ninguna mención y poder trabajar sobre las filas que sí contenían datos.

ANÁLISIS DE LAS ACCIONES Y LA ACTIVIDAD EN TWITTER

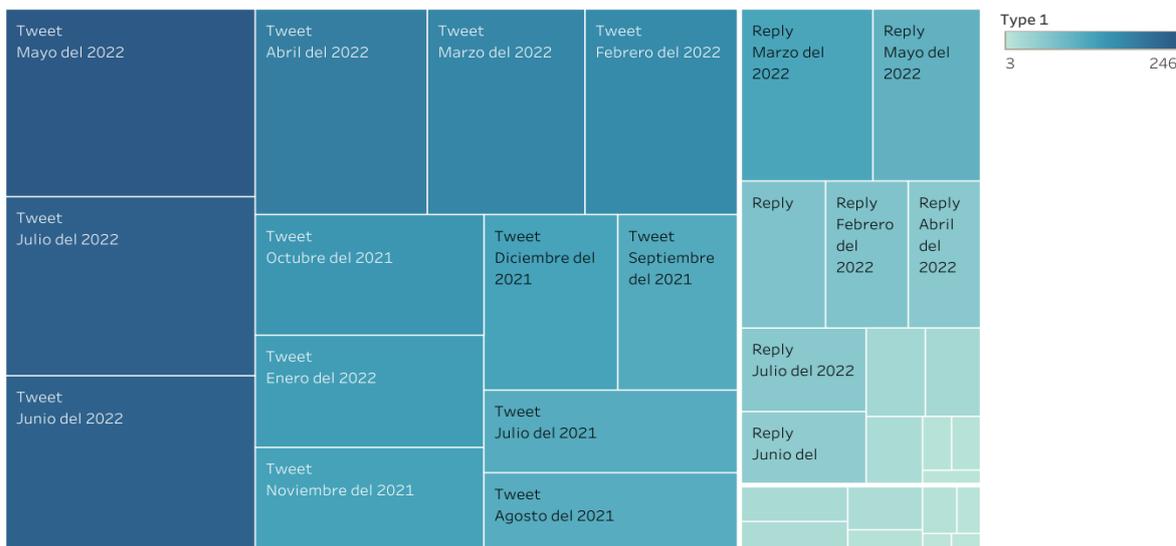
El análisis acciones políticas, las cuales se encuentran en los datos expresados en los gráficos, permite determinar regularidades en la actividad de la cuenta de Twitter por parte del entonces Presidente de Brasil Jair Bolsonaro. Así la actividad de la cuenta muestra que Jair Bolsonaro construye su relación con los seguidores en el ambiente digital principalmente desde la red social Twitter. En efecto, su continuo uso de la plataforma para vincularse le ha permitido caracterizarlo como un liderazgo digital. Esto se observa en las adhesiones – cantidad de likes

– que reciben sus publicaciones. Los tuits que se generan hacen que, desde el ambiente digital, el liderazgo se encuentre presente cotidianamente. Cabe destacar que la cuenta @jairbolsonaro realizó entre julio de 2021 a julio de 2022 un total de 2416 tuits. En la configuración de las variables se incluyeron columnas para unificar los meses y los años de los tuits recolectados. Esta acción posibilitó leer de manera uniforme la matriz y realizar los *gráficos N° 1 y 2*. Esto permitió analizar los tipos de acciones realizadas desde la cuenta y observar cuáles fueron los meses más activos y en base a qué tipo de acción -respuesta, retuit, tuit.

Gráfico N° 1

Cantidad de tuit-retuits y reply realizados entre Junio 2021 y Julio 2022

Cantidad de Tw-Rtw y Reply entre Julio del 2021 y Julio del 2022 emitidos desde la cuenta de @jairbolsonaro

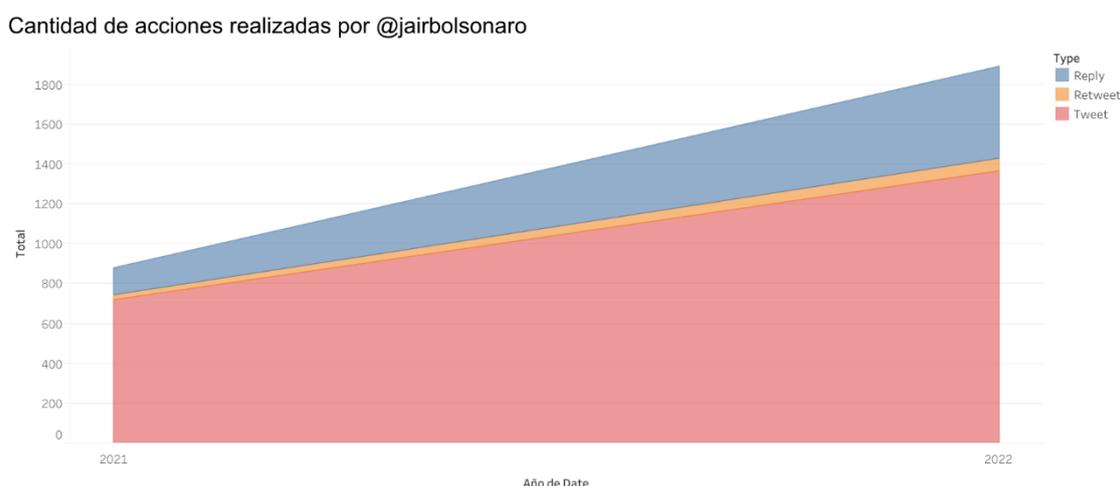


Podemos observar que la cuenta @jairbolsonaro presenta regularidad en su actividad en la red. En el *gráfico N° 1* se presenta la cantidad de tuit-retuit y reply emitidos desde la cuenta @jairbolsonaro y se observa que su funcionamiento en los meses de 2021 era menor a la que se registró en los meses de 2022. Sin embargo, existe regularidad en el uso diario, mensual y anual, mediante una presencia activa en Twitter como característica distintiva de la cuenta. En el período analizado realizó hasta 8 tuits diarios en los meses de mayo, junio y julio de 2022 registrando un máximo de 246 tuits mensuales. En los otros meses hay una menor cantidad de tuits emitidos, pero durante el año analizado se desprende que hubo más de 200 tuits diarios con un promedio de 6/7 tuits por día. La actividad del líder en el ambiente digital radica en

marcar la presencia mediante mensajes constantes, en el día a día. El liderazgo se encuentra marcado con su presencia mediante mensajes muestra y dice dónde está (lugar), qué hace (con quien está) y a qué hora genera el suceso político. Se acompaña con videos cortos o imágenes en cada tuit. El vínculo con los ciudadanos, sus seguidores y sus adherentes se mantiene activo y se retroalimenta con cada mensaje que es subido y puesto en circulación en la red. El liderazgo digital activa procesos de refuerzo a las ideas preexistentes y, a su vez, de la identidad política. Con cada tuit publicado y puesto en circulación en la red se construye en la esfera pública digital un mecanismo que genera y refuerza la identidad con sus seguidores. El líder político realiza la activación con cada mensaje en la red.

Gráfico N° 2

Cantidad de acciones realizadas por @jairbolsonaro entre 2021-2022



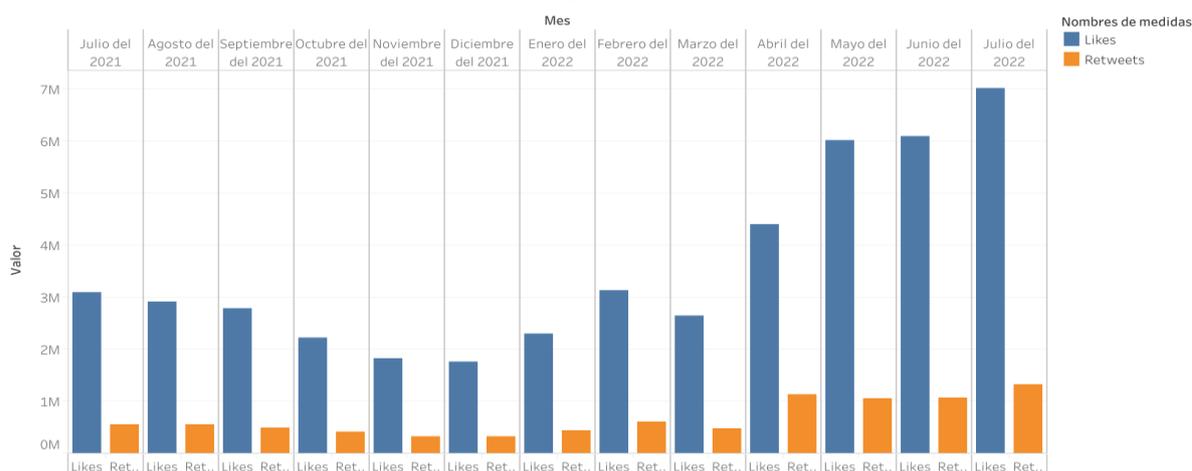
En el *gráfico N° 2* aparece la cantidad de acciones realizadas por @jairbolsonaro entre 2021 y 2022 y en la gráfica se observa el aumento en la actividad de su cuenta. No solo de tuits individuales sino de la interacción que cada tuit generó. La plataforma posibilita e incrementa el diálogo y la conversación entre los usuarios. Una de las características distintivas en la adhesión a las ideas y las propuestas del líder digital se evidencia cuando se pone en circulación, se comparte con otros en la red, el mensaje que realizó @jairbolsonaro y aparece inmediatamente en el *timeline* de cada seguidor. La herramienta del retuit utilizada por cada seguidor del líder para compartir y replicar el mensaje y el contenido. Esta acción expresa la adhesión del contenido puesto en circulación. Cada retuit es una acción de confirmación de la identidad individual y la confirmación de la identidad con el colectivo de seguidores. Otra de

las acciones que muestra el diálogo de los seguidores con el líder son los *reply*/respuestas ya que al responder a otra persona el tweet muestra el mensaje original. Esta acción de respuesta va en aumento desde 2021 a 2022. En el *gráfico N° 2* muestra que en los últimos meses de 2022 hay mayor cantidad de tuits por parte del líder y esto se ve traducido en mayor actividad de sus seguidores. Se produce mayor activación política al realizar respuestas y re-tweet del líder. Vemos que la esfera digital hace posible la circulación de mensajes, tuits, de manera abierta y esto permite la llegada a todos los adherentes. Por ello, los políticos la usan para potenciar la activación política de sus seguidores.

Gráfico N° 3

Cantidad de likes recibidos y retwits realizados entre Julio 2021 y Julio 2022 a @jairbolsonaro

Cantidad de likes y rtw entre julio 2021 y julio 2022 en @jairbolsonaro



En el *gráfico N° 3* se presenta la cantidad de likes recibidos y retwits realizados y se observa un importante incremento de la actividad de los seguidores y de los adherentes con el líder. En cada acción positiva de darle “*me gusta*”, likes, a cada tuit se reafirma la propia identidad política. El uso y las acciones que los seguidores de la cuenta realizan reafirman el apoyo de cada ciudadano al apropiarse de los contenidos que el liderazgo produce. La identidad de los usuarios se construye en base a interacciones con los mensajes que circulan y son visibilizados en cada *timeline* de cada usuario. Cada vez que los seguidores colocan me gusta, reafirman sus propios intereses e ideales políticos. Entendemos que los seguidores en la web realizan esta acción considerándola distintiva en la reafirmación del vínculo entre el líder y su público. Las reacciones que se muestran en la cuenta de Bolsonaro a partir de los likes y

retuits a sus contenidos dan muestra de la constante participación e interpelación de las construcciones identitarias de los seguidores de @jairbolsonaro. Asimismo, en el gráfico se observa que los tipos de acción que se generan en la cuenta van en un considerable aumento hacia los meses de Mayo, Junio y Julio de 2022 logrando las mayores adhesiones en Julio de 2022 con más de 7M de likes a los tuits generados en la propia cuenta. En este sentido, fue posible identificar las reacciones de los seguidores a los contenidos producidos por @jairbolsonaro y cómo los usuarios respondieron mediante su activación política en la web. (Gráfico N° 3).

Tabla N° 1

Cantidad de likes y retuit sobre acciones realizadas por @jairbolsonaro

Cantidad de likes y Rtw sobre las acciones realizadas por @Jairbolsonaro

Type	Likes	Retweets
Reply	1.468.350	119.806
Retweet	0	553.894
Tweet	44.825.419	8.138.322

En la *tabla N° 1* aparece la cantidad total en la actividad de la cuenta del líder. El dato significativo radica que en este período se registraron 44 millones de likes a esa cuenta. En estos meses de 2022 aparecen en la plataforma mensajes reafirmando lineamientos de alto impacto en la vida cotidiana de la ciudadanía de la política del gobierno. Asimismo, se reiteran las diferenciaciones con la política llevada adelante por el PT a partir de tuits que incluyen menciones de actos de corrupción. En varios intercambios se mencionan las políticas públicas: aumento en la asignación del programa Bolsa Brasil; baja en el precio de las naftas; aumento de la ocupación en el mercado de trabajo; subsidio a la producción; mensajes con refuerzo de números positivos en la gestión gubernamental: baja histórica en el índice inflacionario de Brasil.

Aquí podemos ver como se presenta la activación política de los seguidores, la adhesión a lo que se dice, contenido del tuit. Se desprende que “al compartir tuits consideramos no solo el contenido de la publicación, sino también la intención comunicativa del autor” (CALVO y ARUGUETE, 2020, p.65). Además, la acción del retwits por parte de los seguidores permite una rápida propagación de los mensajes en el ambiente digital. Otro rasgo que se debe mencionar es que quien lo dice, en su cuenta personal @jairbolsonaro, es el líder produciendo una activación y adhesión inmediata por parte de los seguidores. Al retwitear un mensaje cada usuario le asigna un valor positivo al contenido, dado que comparte información del líder e indica que implícitamente acuerda con el contenido del tuit. (*Tabla N° 1*).

CONCLUSIONES

Los liderazgos políticos han ganado gravitación política a costa del formato partidario y el elemento ideológico que caracterizaba a estas formaciones del siglo XX. Claro está que ni los partidos políticos ni las ideologías desaparecieron, sin embargo, perdieron centralidad. En este escenario político resulta preciso ubicar el papel de los liderazgos en un contexto signado por lo digital. Así, es preciso describir sus nuevas formas, lógicas y dinámicas de acción política en un contexto novedoso e incierto, donde lo digital se constituye en un eje dominante.

Nadia Urbinati (2014) ha caracterizado el declive de la relevancia de los cuerpos intermedios como una “revolución”, cuyas transformaciones pueden consignarse desde el último tercio del siglo XX. Estos cambios se han montado sobre la crisis de la democracia en su inflexión liberal, concepción que se ha impuesto luego de la segunda guerra mundial.

Para capturar este clima de época se ha acudido a un sinnúmero de conceptos. Uno de los más sobresalientes ha sido el de populismo. En esta dirección diversos autores han propuesto definiciones mínimas (MUDE y KALTWASSER, 2019; SOUROUJON, 2021; WEYLAND, 2017) y otros han enfatizado en que consiste en una lógica de acción política (PANIZZA, 2009; LACLAU, 2005) en el que el elemento ideológico no resulta ser definitorio de la misma. A su vez, en un contexto de digitalización de la vida cotidiana, otros plantearon la emergencia de un “populismo 2.0” (REVELLI, 2017) y el de “populismo digital” (CESARINO, 2020).

A diferencia de la lógica de la identificación que prevalece en las conceptualizaciones del populismo, también se ha desarrollado una línea investigativa de la representación política entendida como “proximidad” (ROSANVALLON, 2009; ANNUNZIATA, 2021; CHERESKY, 2015). La “representación de proximidad” se desarrolla en un contexto de declive

de los cuerpos intermedios. La misma refiere a un tipo de lazo representativo caracterizado por la escucha y por la empatía del representante respecto del representado. La identificación, en tanto lazo político, persiste. Sin embargo, a diferencia del formato populista, en la representación de proximidad se plantea, desde esta perspectiva, un liderazgo anti-carismático, es decir, despojado de sus cualidades o atributos extraordinarios y, por ende, son proclives a enfatizar la empatía a partir de la capacidad de compartir las vivencias de la ciudadanía. Lo que construye el lazo de identificación es lo común y lo que se comparte, y, no así lo extraordinario y lo que se admira.

Miradas en conjunto, estas interpretaciones y conceptualizaciones intentan capturar un rasgo definitorio del clima de época: la política sin mediaciones o la política inmediata. Esto rebasa los esquemas ideológicos – derecha/izquierda – y las tradiciones políticas – liberalismo/democracia/conservadurismo/republicanismo, etc.– y nos interpela acerca de una forma que está asumiendo la política. El término “liderazgo digital” obtiene una característica relevante en el escenario político del presente siglo, reponiendo un término que no es novedoso en un contexto político con rasgos ciertamente inéditos. Por ello, entendemos por “liderazgo digital” aquel proceso de identificación política que reconoce en la esfera digital como piedra basal para la construcción de identidades políticas/digitales y, asimismo, se apoya y utiliza la esfera pública física como su arena de amplificación y reforzamiento identitario. Se trata de una experiencia política que no se inicia en lo que frecuentemente conocemos como “sociedad civil” o que remite a los movimientos sociales donde la ciudadanía desarrolla su participación política en post de una causa. El liderazgo digital activa procesos de aclamación que se construyen en la esfera digital y que se replican en el espacio público físico para reforzar su construcción identitaria. La interacción entre ambas esferas –la digital y la física– es fundamental para la comprensión de este tipo de liderazgo. No hay antagonismo entre ambas sino, más bien, complementariedad y reforzamiento. Esta forma de la política, que evita mediaciones e intermediaciones, resulta ser una constante de nuestra época producto de ecosistema digital que atraviesa las prácticas políticas.

El liderazgo digital activa procesos de refuerzo a las ideas preexistentes y, a su vez, posibilita la construcción de identidades políticas. Con cada tuit publicado y puesto en circulación en la red se construye en la esfera pública digital un mecanismo que genera y refuerza la identidad con sus seguidores. El lazo entre representante y representado se mantiene vivo con cada mensaje en la red. Son las redes digitales y sus plataformas -Twitter, Facebook, Instagram o TikTok- las que se han vuelto parte de nuestro mundo cotidiano donde los políticos

buscan sobresalir con ideas y propuestas. Pero también son los seguidores y los adherentes los que mediante la circulación y propagación de mensajes, videos, reels potencian la presencia de los líderes digitales en las pantallas de los ciudadanos. Las redes modelizan el tipo de contacto que los políticos poseen con los ciudadanos. Estas redes potencian y exacerban las experiencias, las acciones y activaciones políticas que realizan los ciudadanos.

Finalmente, cabe destacar que las redes se encuentran mediadas por sistemas automáticos -programados y reprogramados que ofrece a los usuarios en su *timeline* sus intereses-que a modo de mayordomos digitales ponen a disposición mediante el algoritmo las conexiones y mensajes posibles. Por ello, y, siguiendo a Van Dijck (2016) la sociabilidad en las redes actuales esta tecnológicamente codificada y convierte a los individuos en objetos gestionables y manipulables. Las prácticas y acciones políticas (tuits, post, reel) que atraviesan las plataformas y los consumos son direccionadas y analizadas previamente por los mayordomos (algoritmos) en el ambiente digital. No se visualiza todo, solo lo que reafirma los intereses, las creencias políticas y los gustos musicales y recreativos.

REFERENCIAS

ANNUNZIATA, R. **La representación de proximidad: Conceptos, variaciones y límites.** En: *Democracias críticas, democracias inciertas.* En *Aportes y conjeturas*, Marcelo Maina y Bernado Carrizo (Comp.), Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral; Pp. 112-139, 2021.

CALVO, E. y ARUGUETE, N. ***Fake News, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales.*** Buenos Aires: Siglo XXI, 2020.

CASTELLS, M. “**El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global**”. En *C@mbio: 19 ensayos clave acerca de cómo Internet está cambiando nuestras vidas.* pp. 127-148. 2014. Disponible en: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/> . Recuperado: 10/07/2023.

CESARINO, L. **Como Vencer uma eleição sin sair de casa: a ascensão do populismo digital no Brasil, *Internet y Sociedad*, N. 1, V. 1, Pp. 91-120, 2020.**

CHERESKY, I. **El nuevo rostro de la democracia.** Fondo de Cultura Económica, 2015.

LACLAU, E. ***La razón populista.*** Buenos Aires: Fondo de cultura Económica, 2005.

MARTUCCELLI, D. **Las sociedades y la polarización.** En *Revista EUROLATINOAMERICANA DE ANÁLISIS SOCIAL Y POLÍTICO*, 1(1), 105-120, 2020.

PANIZZA, F. (Ed.). ***El populismo como espejo de la democracia.*** Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2009.

ROCHA, C. y SOLANO, E. (2021). *A ascensão de bolsonaro e as classes populares*. En Leonardo Avritzer, Fábio Kerche y Marjorie Marona (coords), *Governo Bolsonaro: retrocesso democrático e degradação política*, (pp. 21-34). São Paulo: Autêntica Editora.

URBINATI, N. **La democracia en directo. Nuevos retos de la democracia**. *Revista Papeles de Campo Abierto*, 1, 3-30, 2014.

REVELLI, M. **Populismo 2.0**. Turín: Eunaidei, 2017.

ROSANVALLON, P. *La legitimidad democrática: imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Buenos Aires: Manantial, 2009.

SINGER, A. **O lulismo em crise: um quebra-cabeça do período Dilma (2011-2016)**, Companhia das letras: Rio de Janeiro, 2018.

SOUROUJON, G. **Las definiciones mínimas de populismo. Problemas y potencialidades**. En *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, 24(2), 1–12. Recuperado a partir de <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/Sociales/article/view/3141>, 2021.

SOUROUJON, G. **La venganza de los incorrectos. La derecha radical populista y la política del resentimiento**. En *Revista Stultifera*, 5(2), 2022. Pps. 101-123.

VAN DIJCK, J. **La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales**. Buenos Aires: Siglo XXI, 2016.

WEYLAND, K. **“Populism: A Political-Strategic Approach”**. En Cristobal Rovira Kaltwasser (et. al.) *The Oxford Handbook of Populism*. Oxford, Oxford University Press. Pp. 68-98, 2017.

NOTAS

ⁱ En este trabajo se mantiene el nombre original de la red social Twitter (desde Julio 2023 paso a llamarse “X”) ya que la recolección de los datos se realizó en 2022. Además se deja constancia que se utiliza para cada mensaje la nomenclatura de tuit en el idioma español.

ⁱⁱ Tableau es un software que proporciona un conjunto de herramientas para el análisis, presentación y gestión de datos. Las herramientas que ofrece realizan una lectura a partir de variables ordenadas por columnas. Estas pueden contener datos que expresan valores numéricos y/o categorías de análisis cualitativas que las denomina como dimensiones. La lectura de los datos puede ser sumada en cada columna o realizar cruces con las denominadas dimensiones, donde cada una de éstas se asocia a un dato de cantidad contenido en las variables de la suma.