

## UN 97% DE FAKE NEWS EN WHATSAPP: ¿CAMPAÑA COORDINADA PARA QUE GANE BOLSONARO?

[VALERIA SACCONI. RÍO DE JANEIRO](#)

25/10/2018 16:09 - ACTUALIZADO: 29/10/2018 07:10

“¡Esto es fake news!”. Es la expresión favorita de los votantes de [Jair Bolsonaro](#) cada vez que en la prensa **aparece una noticia negativa sobre su candidato** a la presidencia. No importa si hay vídeos que atestiguan la veracidad de la información, como los que muestran a Bolsonaro denigrando a gays, negros y mujeres. El candidato ultraderechista sostiene puntualmente que son falacias o que  **fueron sacados de contexto**, mientras que los votantes se muestran dispuestos a creer a su versión, deseosos de que se produzca el tan ansiado cambio político en Brasil.

Nunca las 'fake news' habían tenido tanto protagonismo en una campaña electoral en este país tropical. El equipo de Bolsonaro, responsable de impulsar su candidatura hacia **un prometedor 59% en la intención de voto**, ha sido acusado formalmente de emplear noticias falsas contra el candidato del Partido de los Trabajadores (PT), Fernando Haddad, y está siendo investigado por la Policía Federal.

Una de las principales informaciones engañosas difundidas en los grupos de whatsapp pro Bolsonaro está relacionada con [la polémica del llamado kit gay](#). Se trata de un libro de educación sexual que, según afirmó el propio Bolsonaro durante una entrevista con la TV Globo al principio de la campaña, habría sido **aprobado por el Ministerio de Educación cuando Haddad estaba al frente**. El fin sería usarlo con niños de seis años. En realidad, el libro formaba parte del proyecto 'Escuela sin homofobia', aprobado de 2004 y originariamente [destinado a educadores](#). Sin embargo, nunca llegó a ser puesto en práctica. Tampoco el material didáctico fue aprobado, ni distribuido.

Por esta razón, el 16 de octubre el Tribunal Superior Electoral (TSE ) ordenó a Bolsonaro que **retirase los vídeos en los que acusaba injustamente a Haddad** de ser el autor intelectual del supuesto kit gay. Pero el daño ya estaba hecho. “Haddad quiere pervertir a los más pequeños. No es admisible que unos niños de seis años tengan que descubrir tan pronto cómo funciona el aparato reproductor o que puede haber sexo entre niños”, se quejaba con El Confidencial Meirelys Bastos, feligresa de una de las principales [iglesias evangélicas](#) de Río de Janeiro. A pocos días de la segunda vuelta, que se celebrará el próximo 28 de octubre, **muchos votantes de Bolsonaro siguen convencidos** de que Haddad introdujo el kit gay en las escuelas de Brasil, como ha podido comprobar este periódico en numerosas entrevistas y tras acompañar algunos grupos de whatsapp de seguidores del ultraderechista.

Otra de las 'fake news' que más han perjudicado a Haddad es la que le atribuye la autoría de **un proyecto de ley que autorizaría la legalización de la pedofilia**. Según este hipotético texto legislativo, practicar sexo con niños a partir de 12 años dejaría de ser un crimen. En realidad la propuesta de ley original, que nunca llegó a ser aprobada en el Senado, planteaba bajar la edad de 14 a 12 años **para que cualquier relación sexual sin consentimiento sea considerada una violación**. Haddad no tuvo nada que ver con su tramitación, ya que nunca fue diputado ni senador.

### Una noticia falsa no es un rumor

Entre las noticias falsas que propagada en los grupos de apoyo a Bolsonaro, cabe destacar la que asegura que Adélio Bispo de Oliveira, el hombre que [apuñaló a Bolsonaro durante un acto electoral](#) el pasado 6 de septiembre, **era afiliado al PT**. Este dato fue reproducido tantas veces por whatsapp y en sitios web afines a Bolsonaro que acabó convirtiéndose en dogma. Este periódico ha acompañado un grupo de fans de Bolsonaro desde el inicio de la campaña y pudo comprobar que, en el maremágnum de noticias falsas, **el atentado contra Bolsonaro es atribuido al PT** como si de un hecho demostrado se tratara.

“El fenómeno de las fake news se fundamenta en hechos que sucedieron en una circunstancia concreta y que son citados de una forma completamente descontextualizada. En otros casos, los hechos son exagerados o se inventa una narrativa basada en especulaciones, que es **presentada como un hecho fáctico**”, analiza Pablo Ortellado, profesor de Gestión de Políticas Públicas de la Universidad de São Paulo (USP) y columnista del diario Folha de S. Paulo. Uno de los aspectos más llamativos de este nuevo fenómeno es la migración desde el rumor hacia la noticia falsa. “En las elecciones presidenciales de 2014, por ejemplo, había **muchos rumores, pero no tanta noticia falsa**. Parecen cosas semejantes, pero hay diferencias profundas. En el rumor, la fuerza de persuasión procede del testigo, de alguien que está en contacto con alguna persona destacada de una institución reconocida y que tendría una información exclusiva. La noticia falsa tiene otro formato. Su fuerza de persuasión reside en que una cierta información **supuestamente pasó por un filtro periodístico**”, explica Ortellado.

Muchas de estas noticias falsas son difundidas a través de Whatsapp, la red social más popular en Brasil. Es utilizada por el 66% de los electores, lo que equivale a 97 millones de personas, según la encuesta Datafolha. La propia empresa tecnológica reconoce que **120 millones de brasileños usan su aplicación**. Un [reciente estudio](#) del periódico Folha de S. Paulo, realizado sobre 1.339 mensajes enviados por lectores, indica que el 97% de las noticias compartidas por whatsapp por los seguidores del excapitán **son falsas o distorsionadas**. Los datos de Datafolha, además, revelan que 6 de cada 10 electores de Bolsonaro se informan mayoritariamente a través del Whatsapp.

Para contrarrestar el acoso llevado a cabo en la privacidad de los grupos de whatsapp, Haddad pidió una investigación sobre **el dinero que estaría costeadando la “central” de noticias falsas contra él**, sugiriendo que podría tratarse de una financiación ilegal. Según el Monitor del Debate Político de la Universidad de São Paulo (USP), los seguidores de Bolsonaro fueron **responsables de 38 millones de interacciones**, cuyos contenidos son básicamente antifeministas, anti-PT y hostiles hacia los medios de comunicación tradicionales.

“¿Quién es que está haciendo la contratación de este esquema? **¿Quién está metiendo dinero en eso?** Tiene un coste y no es bajo, y eso no está en la prestación de cuentas de él [de Bolsonaro]. ¿Cómo se explica?”, afirmó Haddad [a un periódico brasileño](#). “Con esta campaña de diseminación de informaciones falsas, sea cual sea el resultado de las elecciones, **Brasil de cualquier forma ha perdido**. Brasil saldrá de estas elecciones más pequeño de como entró”, añadió el candidato del PT a la presidencia.

La frase

### **2,8 millones de inversión**

Cinco días después, el escándalo sobre las fake news alcanzó una nueva dimensión cuando el diario Folha de S. Paulo [lanzó una bomba informativa](#) al publicar que **un grupo de empresarios habría invertido al menos 12 millones de reales** (2,8 millones de euros) para comprar **paquetes de mensajes masivos de Whatsapp** con contenido denigrante para el PT. Según la investigación llevada cabo por este periódico, varias empresas de tecnología estaban preparando una gran ofensiva mediática para la última semana de la campaña.

La primera reacción de Bolsonaro fue afirmar que no es responsable de las acciones espontánea de sus seguidores. “Yo no tengo control **si hay un empresario que simpatiza conmigo y hace esto**. Yo sé que viola la legislación. Pero no tengo control, no tengo cómo saber y adoptar medidas. Puede ser que sean personas incluso ligadas a la izquierda que dicen que están conmigo para intentar complicar mi vida, denunciándome por abuso de poder económico”, [afirmó inicialmente](#) el candidato a la presidencia.

Posteriormente, durante las manifestaciones multitudinarias que el domingo pasado **llenaron las calles en apoyo a Bolsonaro y en contra del PT**, el candidato de la ultraderecha envió un vídeo que fue proyectado en el centro de São Paulo. “La Folha de S. Paulo es la mayor fake

news de Brasil. Vosotros no tendréis publicidad institucional. Prensa vendida, mis condolencias”, [llegó a decir](#) el ultraconservador.

Tan grave es la situación que el Ministerio Público [está intentando averiguar](#) si realmente existe **un esquema profesional en la campaña electoral de Bolsonaro** para la propagación de fake news con el objetivo de perjudicar a otros candidatos. Paralelamente, la Policía Federal también abrió una investigación, que de momento está bajo secreto. No obstante, la fábrica de noticias falsas es mucho más rápida y **supera con creces la capacidad de reacción** de las autoridades competentes.

El 22 de octubre, el hashtag #HaddadNaoECristao [Haddad no es cristiano] se convirtió en trending topic global después de la enésima noticia falsa contra el candidato del PT. La razón de tanto revuelo es **una Biblia que Haddad recibió el fin de semana pasado** durante un acto electoral en Fortaleza, en el nordeste del país, y que el diputado estatal André Fernandes de PSL, el mismo partido de Bolsonaro, supuestamente encontró en la basura. Haddad se ha apresurado a aclarar que la Biblia fue robada junto a un móvil y **que él jamás se deshizo del libro sagrado**. Sin embargo, en las redes sociales ya había sido crucificado.

Partidarios de Bolsonaro en Río de Janeiro, el 7 de octubre de 2018. (Reuters)

#### **La única novedad es el ritmo de difusión**

Frente a esta compleja situación, varios observadores han criticado **la lentitud y la tibieza con la que ha actuado el Tribunal Superior Electoral (TSE)**, que el 15 de octubre [determinó la retirada de 50 posts de Facebook](#) con informaciones no verídicas contra el candidato Fernando Haddad y su vice, Manuela D'Ávila. Pocos días antes, la corte responsable del correcto desarrollo del proceso electoral lanzó [una página web](#) para ofrecer aclaraciones a los votantes brasileños sobre informaciones falsas que circulan en las redes sociales. Esta página **no solo se encarga de desmentir los bulos**, sino que además ofrece links de agencias especializadas en contrastar noticias sobre los asuntos más espinosos, al mismo tiempo que alerta sobre los riesgos de la desinformación.

Por su parte, la presidenta de este tribunal Rosa Weber ha afirmado que las noticias falsas no representan ninguna novedad y que **solo ha cambiado la velocidad con la que son difundidas**. También ha negado que la Justicia Electoral esté fallando en el combate de la divulgación de informaciones falsas durante las elecciones de este año. “Si alguien tiene una solución para evitar o cohibir las fake news, por favor, que nos avise. Todavía no hemos descubierto el milagro”, [afirmó Weber](#), para quien las noticias falsas **son una lacra mundial**.

La utilización y propagación de noticias falsas responde a una estrategia deliberada que resultó decisiva en las últimas elecciones en los Estados Unidos. Para el politólogo de la Universidad de Brasilia, Waldir Pucci, esta práctica es **extremamente nociva para salud democrática de Brasil**. “La democracia se basa en un discurso verdadero o en una comunicación real entre el elector y el candidato. En el momento en que el candidato comienza a utilizar recursos falsos para crear empatía, acaba perjudicando la democracia”, señala este profesor. “Creo que este fenómeno de las noticias falsas no representa la enfermedad, sino el síntoma. **La enfermedad se llama polarización política** y muestra la gran división que hay en la sociedad de brasileña y no solo de nuestro país. Estados Unidos, Venezuela, Argentina y Francia está pasando por lo mismo”, agrega Pablo Ortellado.

El presidente estadounidense Donald Trump es un maestro en el uso de las fake news y, en general, en crear confusión al tildar noticias reales de falsas. No es de extrañar que el clan Bolsonaro recurriese a la ayuda de los mejores. El pasado mes de agosto Eduardo Bolsonaro, hijo de Jair y desde el 7 de octubre el diputado federal más votado de la historia de Brasil, se encontró con [Steve Bannon](#), el asesor que llevó a Trump hasta la victoria. Eduardo Bolsonaro **divulgó a bombo y platillo** en sus redes sociales que Bannon sería un consejero

ocasional en la campaña de su padre. Hay que recordar que Bannon fue responsable del sitio de extrema derecha Breitbart News y que también colaboró [con Cambridge Analytica](#), la empresa contratada por Trump durante la campaña para las elecciones de 2016 y que contribuyó al triunfo del Brexit en el Reino Unido.

Para los politólogos brasileños la primera vuelta de las elecciones de Brasil ha dejado claro que **las redes sociales han adquirido una influencia superior a la televisión**. Algunos insinúan incluso que el país tropical se ha convertido en un laboratorio para experimentar nuevas técnicas de marketing electoral. En los próximos meses tendrán la difícil tarea de estudiar hasta qué punto las fake news influyeron en el resultado electoral. Por lo pronto, el lunes pasado Facebook anunció que **ha eliminado 68 páginas y 43 cuentas** que distribuían contenido favorable a Bolsonaro con capacidad de alcanzar a varios millones de personas.

En: [https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-10-25/jair-bolsonaro-fake-news-elecciones-brasil\\_1635334/](https://www.elconfidencial.com/mundo/2018-10-25/jair-bolsonaro-fake-news-elecciones-brasil_1635334/)

Consulta 2/2/19