

PARA LEER Y COMPARTIR

MINIMANUAL DE INSURGENCIA INFORMACIONAL

o janonismo

POR @YACOBVS & @DENGXIAOPIX

INTRODUCCIÓN

Este minimanual nace de la experiencia brasileña del **Exército do Lula**, movimiento organizado según las concepciones y la movilización del diputado y estratega André Janones, y de su subdivisión independiente, **Comunicação Combate**, creada para ampliar el alcance de sus misiones en las elecciones brasileñas de 2026.

Nuestro objetivo es reunir, de manera directa y pragmática, las tácticas de comunicación y movilización política adecuadas para este terreno.

Las tácticas que aquí presentamos nacen de la experiencia práctica y de la experimentación en el propio campo de batalla digital, y han sido puestas a prueba en la lucha política concreta.

La máxima concisión es nuestro principio: cada contenido se reduce a lo esencial, dando prioridad a la consulta rápida y a la aplicación directa.



HECHOS BASICOS

La política es un juego permanente de fuerzas que actúan en distintos niveles, confluyen y/o chocan en la disputa por la hegemonía en la configuración de las realidades habitadas.

Las redes sociales son componentes fundamentales de la configuración de las realidades que las personas habitan hoy, conectadas constantemente a través de sus dispositivos. Por tanto, las redes son un **campo fundamental de disputa por la realidad**

.

Las redes que habitamos están dominadas por plataformas digitales pertenecientes a un pequeño grupo de grandes empresas norteamericanas, con sus propios intereses y prerrogativas supranacionales. Nuestras formas de construir realidades están sometidas a estas plataformas. Mientras no sea posible escapar de su captura, podemos utilizar su propia lógica de funcionamiento para **impulsar otros intereses** . Este es el camino que indicaremos.

Cada plataforma tiene su propia lógica, que es a la vez algorítmica, mercantil y vincular. Las plataformas son máquinas en las que los algoritmos capturan a las personas en determinado tipo de trance del que se extrae valor.

Entender la lógica de una plataforma es entender cómo produce y modula realidades. Por un lado, se trata de entender el tipo de comportamiento que favorece espontáneamente; por otro, de entender cómo intervenir y cambiar el curso de este proceso.

En la última década, ciertas fuerzas políticas alcanzaron esta comprensión y la utilizaron para tomar por asalto las democracias liberales del planeta, en connivencia con el poder financiero internacional. Lo que hoy se llama extrema derecha se alimenta de la espontaneidad de las plataformas, de un trance permanente que excita los impulsos más bajos del horror moral, del tribalismo, de la voluntad de destruir las diferencias, etc. El resultado es la entropización acelerada de las instituciones y de las convenciones más básicas de la coexistencia. La espontaneidad de las redes favorece el declive de todo el poco orden civilizatorio existente.

Las antiguas instituciones republicanas no cuentan con recursos para contener esta ola. Se convierten en rehenes y cómplices del nuevo régimen de poder mientras son socavadas progresivamente en favor de regímenes de características fascistas.

El janonismo propone la apropiación de esos mismos mecanismos de las plataformas por otras fuerzas. En lugar de lo que las redes favorecen espontáneamente, entrenar a una masa de usuarios que intervendrán de forma coordinada para secuestrar la di-

námica algorítmica.

Las redes sociales tienen un espacio y un tiempo limitados. No todo lo que se publica circula, y el algoritmo selecciona los contenidos según su capacidad para generar interacción espontánea: cuánto reaccionarán las personas, positiva o negativamente. Una ofensiva masiva de usuarios comprometidos consigue secuestrar el algoritmo de acuerdo con sus propios criterios.

Con los contenidos adecuados y, sobre todo, con un enorme poderío informacional dirigido, es posible desbordar y hacer estallar la dinámica de las burbujas y ocupar porciones cada vez mayores de la infosfera. La actividad favorecida por la espontaneidad de las redes es sustituida por la avalancha coordinada.

El sueño de un espacio público digital para deliberar mediante argumentos racionales se acabó. Solo una fuerza suficiente para producir hegemonía en la infosfera puede hacer frente a los procesos políticos que depredan nuestra escasa civilización.

Es necesario movilizar FUERZA BRUTA INFORMACIONAL.

CARACTERÍSTICAS DEL «JANONISMO»

El janonismo se basa en una estructura de comunicación centralizada y muy ramificada. Un canal en una aplicación de mensajería popular, en Brasil WhatsApp, aunque también podría ser Telegram, emite las órdenes, las «misiones», que deben propagarse entre todos los participantes, los «soldados». A partir de ellos, deben propagarse a todas las redes sociales posibles en un intervalo breve, preferiblemente dentro de una hora, para producir una ola de relevancia algorítmica. Los participantes también retransmiten las órdenes a canales o grupos secundarios dentro de las propias aplicaciones de mensajería, además de enviarlas a sus contactos. Hay que ocupar todos los espacios, forzar y romper las membranas de las burbujas.

La idea es reunir al máximo número posible de personas en ese grupo central para ganar la batalla informacional por fuerza bruta, siguiendo una lógica similar a la de un ataque DDoS. Es necesario disponer de canales alternativos ante un ataque judicial que busque favorecer a los adversarios o un ataque directo de la propia plataforma utilizada. La centralización es importante.

El objetivo es expandir la infosfera favorable a la causa defendida e incorporar a cada vez más personas a esa causa. Los adversarios más distantes y endurecidos no se convertirán. Renuncia a eso. Se busca hacer vacilar a los indecisos, sacar a las personas de su posición de neutralidad, producir contagio con el entusiasmo, la euforia y la avalancha informacional.

Las órdenes indican temas que deben difundirse, hashtags que deben impulsarse, imágenes que deben compartirse, una guerra relámpago de «me gusta» / compartidos / guardados / reenvíos en publicaciones de interés, términos de búsqueda en Google que deben promoverse, etc. Vale cualquier forma de dominar artificialmente los parámetros y las métricas de las plataformas.

Las órdenes deben ejecutarse. El janonismo es una estrategia de acción en un régimen político secuestrado por las plataformas, no un ideal de participación. Pide al participante, sobre todo si es de izquierda o progresista, que suspenda momentáneamente su «conciencia crítica» en favor de la causa en cuestión. El participante en la acción janonista no es el «sujeto autónomo» de la Ilustración, sino un nodo de ampliación en una red coordinada de comunicación que busca la hegemonía en las redes.

La persona que dirige el canal, en el caso brasileño el propio diputado André Janones, debe estar atenta para movilizar a los soldados, coordinar su acción y alinear su actividad en las redes con las directrices de la acción. Debe recurrir a la cercanía y la constancia, utilizando su propia voz y su propia imagen para generar y mediar los vínculos entre los soldados. Las misiones deben ser claras para que la militancia esté gamificada y sea fácil de ejecutar. Se necesita una confianza muy grande y una eficacia ya demostrada en las acciones antes de pedir a los soldados que encuentren soluciones propias. Sobra decir que esa persona debe entender cómo funciona cada plataforma y saber leer el clima de las redes en cada momento.

El contenido que debe circular no se ajusta necesariamente a los criterios estéticos o intelectuales de un público universitario, pero hay que hacerlo circular. Por ejemplo, comunistas y centristas socialdemócratas deberán interactuar con las publicaciones de los demás. Lo importante es producir una masa informacional de la coalición aliada. El janonismo se opone al perfil bajo, al pedantismo intelectual y al sectarismo. La eficacia exige ensuciarse las manos.

PRINCIPIOS ESTRATEGICOS

Una regla general es no interactuar con contenido adversario bajo ninguna circunstancia. La interacción es interacción y le indica al algoritmo que el contenido debe alcanzar una mayor difusión. «Positivo» y «negativo» no tienen sentido en este nivel: insultar o elogiar, defender o atacar a alguien, burlarse o caer en el ragebait, denunciar moralmente o estar vehementemente de acuerdo, da lo mismo. Incluso ver un video ya es señalar interés y aumentar su relevancia y su potencial de circulación. En el calor de la guerra, la indicación es intentar reducir a cero la interacción con el adversario, vaciar su alcance.

Actualización de André Janones: « ¡ATENCIÓN! ¡La gente está traduciendo mal lo que dije! **NUNCA** dije que las personas debieran bloquear las cuentas de extrema derecha. ¡Dije que debían **IGNORAR SUS PUBLICACIONES** ! Bloquear, en realidad, va en contra de esta estrategia, porque el algoritmo entenderá que no viste el contenido simplemente porque bloqueaste la cuenta. En cambio, cuando aparece una publicación en tu feed y la ignoras, no la lees, no le das “me gusta”, no la comentas ni interactúas con ella de ninguna manera, el algoritmo interpretará ese contenido como irrelevante, porque te lo mostró y elegiste no interactuar con él. **¡HAY UNA ENORME DIFERENCIA ENTRE BLOQUEAR EL CONTENIDO E IGNORARLO!** »

Hay que romper el circuito por el cual personas que se consideran progresistas, defensoras de la democracia y de las minorías, etc., contribuyen al fortalecimiento de la extrema derecha en la infosfera. Esa comezón de manifestar escándalo moral o señalar el ridículo del adversario para ganar puntos, likes, entre los pares es exactamente lo que las redes sociales convierten en alimento para ese mismísimo adversario, mediante retroalimentación. Esta dinámica creó un mercado próspero de figuras especializadas en provocar la ira de los izquierdistas para obtener interacciones, que se convierten en personalidades de extrema derecha y consiguen cargos electivos. Es una máquina de producir bolsonaros.

En lugar de la interacción negativa, que no es más que interacción adicional, la táctica janonista se basa en el principio del espejamiento. La propia estructura de organización refleja lo que los grupos de extrema derecha han desarrollado en los últimos diez años. El espejamiento consiste en movilizar medios y contenidos análogos, pero con el signo invertido, con mayor interacción y en favor de otras causas. En un espejamiento exitoso, la imagen invertida que se produce anula la fuerza de aquello a lo que se opone. Este principio se manifiesta en distintas tácticas posibles en las redes sociales, que se indican a continuación.

En el caso brasileño, la causa en favor de la cual surgió el janonismo es la defensa de lo que queda de la Nueva República, fundada a partir de 1985 con el fin de la dictadura militar, y la elección del líder popular Luiz Inácio Lula da Silva, del Partido de los Trabajadores, frente a la amenaza inminente del movimiento bolsonarista aliado con las grandes tecnológicas y el gobierno de Donald Trump.

Apropiarse de los medios que se vienen utilizando para acelerar la entropización nociva del tejido social por los algoritmos, un ambiente en el que la extrema derecha obtiene beneficios políticos y económicos, pero para avanzar un proyecto alineado con los mejores intereses de los brasileños, dadas las alternativas disponibles.

Cabe señalar al menos dos particularidades del caso brasileño que impulsan el éxito del janonismo. La primera y más evidente es que la magnitud de la adhesión al canal de WhatsApp **Exército do Lula**, liderado por el diputado André Janones, así como la adhesión a las misiones, dependió enormemente de la figura de Lula, el mayor líder popular de la historia del país y uno de los mayores del mundo, que ya había ejercido tres mandatos presidenciales: 2003-2006, 2007-2010 y 2023-2026. Otro factor es que la confluencia hacia el janonismo solo se produjo después de un resultado catastrófico en la primera vuelta de las elecciones presidenciales, con el adversario a la cabeza. Esto provocó una irrupción de energía que se canalizaría hacia la insurgencia informacional, garantizando la victoria de Lula. Queda por saber si la reproducción del janonismo puede prescindir de esos dos factores y qué mutaciones serán necesarias en cada contexto.

Este tipo de insurgencia informacional no sustituye la ocupación de las calles y los espacios públicos por manifestantes. Las dos formas de movilización se retroalimentan positivamente. Las grandes manifestaciones atraen a más personas a la militancia informacional, que difunde y amplifica, mediante la circulación de imágenes, la magnitud de las movilizaciones. Hay que ocupar las calles y las redes.

EL MÉTODO

1. IMPULSAR AL PROPIO BANDO.

En una situación de movilización, es obligatorio dar «me gusta», republicar, guardar y compartir, o utilizar las funciones equivalentes de la plataforma en cuestión, todas las publicaciones del bando aliado, sobre todo las de su figura principal. Es necesario que el máximo número de perfiles de ese bando se sigan mutuamente y produzcan

una masa de contenidos que se amplificarán enormemente. Si se trata de un video, verlo hasta el final. Hay que interactuar al máximo, despertar el interés del algoritmo y generar la mayor interacción posible por unidad de tiempo de pantalla. La idea es inundar la infosfera de contenido favorable y ocupar el tiempo y el espacio de las redes y de los usuarios.

2. NO INTERACTUAR NUNCA CON EL BANDO ADVERSARIO.

Tan importante, o incluso más, que impulsar al propio bando es no interactuar **NUNCA** con las provocaciones adversarias: no responder, insultar ni burlarse. No permitas que el adversario determine tu agenda. Sigue los movimientos de la oposición sin convertir cada provocación en una disputa pública. **NUNCA** interactuar con **NINGUNA PUBLICACIÓN** del adversario. El algoritmo solo contabiliza la **CANTIDAD** de interacción. Tu interacción no hará más que alimentar al adversario. ¿Una publicación apareció en tu feed? **DESLIZA RÁPIDAMENTE** para que el algoritmo no te muestre más. Reprende duramente a los soldados que incurran en esos comportamientos y exige que **borren** sus publicaciones.

3. VIGILANCIA EN LAS REDES.

Seguir la dinámica de los hashtags, los temas en circulación y la cobertura de los medios tradicionales. Mantener una rutina de **rondas por los territorios digitales**, diagnosticar los frentes amenazados, en qué plataformas están ganando espacio los adversarios, y evaluar continuamente los resultados de las acciones.

4. CENTRALIZACIÓN DE LAS PUBLICACIONES.

Mantener la coherencia de los hashtags utilizados y de las imágenes y los videos publicados, evitando dispersar las iniciativas. Seguir su circulación en un día y horario determinados. Todos pueden converger en un mismo contenido, cuya difusión adopta la **forma de una ola**. Una consigna necesita continuidad, reconocimiento y una dirección común. La dispersión excesiva fragmenta la atención y debilita la identidad de las iniciativas. En la elección brasileña de 2026, un ejemplo fue la convocatoria de Janones para que sus seguidores publicaran simultáneamente, exactamente a la misma hora, fotografías con la camiseta de la selección brasileña y formando una L con las manos. El gesto común articuló la presencia de miles de perfiles en una manifestación colectiva y se vinculó con la disputa por los símbolos nacionales. **DEBEMOS REPENSAR A LENIN**: extraer de su experiencia revolucionaria lo que sigue vivo

para nuestro tiempo, la articulación entre propaganda, agitación y organización. Los hashtags y los contenidos compartidos pueden funcionar como consignas y puntos de convergencia, siempre que estén integrados en un **vector político reconocible**, ya sea táctico y circunstancial, ad hoc, o estratégico y de largo plazo.

5. INFLUENCIA DEL ROSTRO.

Los franceses Deleuze y Guattari ya lo sabían: **el Rostro es una máquina**. En Brasil, el janonismo produjo la revolución de quienes mantenían un perfil bajo: personas comunes empezaron a exponer sus posiciones políticas en sus cuentas personales, con banners, fotografías y marcas de agua políticas. La política adquirió rostros conocidos más allá de las figuras públicas y los activistas. Un rostro conocido transforma el mensaje en una posición asumida, afecta a su entorno y politiza las relaciones cotidianas. **No subestimes la potencia de aparecer.**

6. CONTENIDO ROMPEBURBUJAS.

Aprende a reconocer y producir contenidos capaces de circular fuera de los circuitos politizados: música, montajes, humor, cultura pop, deporte y entretenimiento. La operación actúa tanto en la selección de materiales, identificando aquellos con un discurso favorable a los aliados y potencial para atravesar burbujas, como escenas de películas, canciones o publicaciones de artistas, como en la producción deliberada de contenidos cuya fuerza de circulación precede a su lectura política. Janones comprendió la importancia de este registro. El contenido rompeburbujas no es solo aquel que no parece propaganda: puede ser propaganda y, aun así, atravesar la burbuja. Esto depende de sus puntos de contacto y de su posibilidad de pasar e incitar el deseo de compartir. Los «desafíos» y los «juegos», por ejemplo, pueden encajar en esta categoría.

7. PRODUCCIÓN MASIVA Y ESTÉTICA DE IA.

Las herramientas de inteligencia artificial están al alcance de cualquiera con acceso a internet y han extendido el acceso a la producción rápida de imágenes. Es necesario inundar las redes de materiales políticos en imágenes estáticas o videos, con todas las estéticas posibles, desde el atractivo popular del kitsch hasta la sofisticación artística o el shitpost. Las parodias de fotografías o videos famosos, como escenas de películas, reality shows, memes o videoclips, en las que los personajes se sustituyen por figuras políticas a las que se quiere promover o desprestigiar, tienen un gran potencial de interacción.

8. ESPEJAMIENTO.

El espejamiento puede utilizarse de distintas maneras. La propia estructura de comunicación del janonismo refleja la del adversario, pero de una forma más organizada y con soldados entrenados. La extrema derecha cuenta en gran medida con el favoritismo de las plataformas y con la compra de visualizaciones para impulsar la «interacción espontánea». Se toman las formas y los patrones de los memes, imágenes y videos del adversario, invirtiendo sus referentes. Por ejemplo, montajes de video de mogging que exaltan a la figura central del bando aliado. También se puede reflejar e invertir el sentido de un mensaje. Por ejemplo, a una publicación que dice «Vamos a jubilar a Lula» no se responde con comentarios en defensa del presidente, sino con **otra publicación** que diga «Vamos a jubilar a los Bolsonaro». Esta se impulsará mediante acciones coordinadas de interacción y **se impondrá** a la primera. Una narrativa falsa puede reflejarse en una contranarrativa que produzca inversiones para ridiculizarla. En la disputa entre hashtags, el espejamiento se vuelve especialmente visible. A una etiqueta adversaria que esté ganando fuerza se le puede oponer una etiqueta favorable que utilice algunos términos en común con la primera. Cuando supera la popularidad de la adversaria, la etiqueta favorable la desplaza. El espejamiento disputa simultáneamente el sentido, al inundar la infosfera con un mensaje, y la atención, incluida la del propio bando adversario, que generará interacción. Lo más importante es tener poderío suficiente para que el espejamiento se imponga. Es una cuestión de fuerza.

9. APROPIACIÓN Y DESESTABILIZACIÓN DE SIGNOS.

La insurgencia debe intervenir sobre las significaciones impuestas por el bando adversario, que coloniza los símbolos, los signos y el propio lenguaje. Inundar la infosfera con un signo desplazado de su sentido habitual basta para explotar su ambigüedad, de modo que el adversario ya no pueda contar con la estabilidad semántica. Este es un desarrollo específico del punto anterior. En Brasil, la extrema derecha se había apropiado de símbolos nacionales como la emblemática camiseta de la selección brasileña de fútbol y la bandera nacional. Una de las acciones del janonismo consistió en recuperar esos símbolos. Hay que destacar varios aspectos. 1. Esto rompió un tabú en el bando pro-Lula, que había desarrollado una aversión tribal hacia esos símbolos; 2. La acción apeló instrumentalmente a la carga afectiva que la temática nacionalista aún puede activar entre los brasileños, sobre todo en una elección que transcurrió claramente bajo intervención extranjera y amenazas a la soberanía nacional; 3. Generó una sensación de paranoia en los medios de extrema derecha, acostumbrados a identificar automáticamente como aliado a quien vistiera de verde y amarillo; 4. Produce un efecto de desmoralización del grupo adversario,

inundado de imágenes del enemigo ostentando los símbolos que creía suyos. Es evidente que esta instrumentalización de los símbolos y del nacionalismo debe adaptarse al contexto de cada país.

10. HIPERSTICIÓN MEMÉTICA.

Disputar el imaginario es intervenir en la producción de lo real. Apropiarse de los memes, producir caricaturas y reconfigurar los símbolos colectivos permite introducir narrativas que, al circular, abren posibilidades de acción. En la elección brasileña de 2026, André Janones anticipaba la victoria de Lula antes incluso del inicio de la segunda vuelta. Repetía el pronóstico en el llamado pretérito profético, enunciando la futura victoria de LULA como un acontecimiento consumado. La recurrencia de este gesto discursivo contribuyó a consolidar su imagen de «profeta» entre sus seguidores. No se trataba de un uso ingenuo del lenguaje, pues la anticipación de la victoria se reveló, solo después, como productora de una figura de enunciación que introducía el futuro deseado en la percepción del presente. **¿FINGIR HASTA CONSEGUIRLO?** Dar presencia actual a lo que se pretende realizar. La operación hipersticional exige comprender esta retroalimentación entre el imaginario y lo real.

11. TODO VALE.

Valen cualesquiera temas y métodos, siempre que favorezcan la causa defendida y tengan potencial de interacción. En las elecciones brasileñas se utilizaron cosas tan distintas como la defensa de símbolos religiosos populares atacados por el adversario, la difusión de iniciativas del gobierno directamente favorables a los derechos de los trabajadores de los sectores formal e informal, el uso de desnudos y de publicaciones que atraen mediante el deseo sexual, shitposting, la adhesión de artistas e influencers de distintos estratos, el lanzamiento de canciones de diferentes géneros, etc., etc., etc.

12. MOVILIZACIÓN FUERA DE LAS REDES.

La movilización digital debe convertirse, siempre que sea posible, en intervención en los espacios físicos, que, a su vez, **retroalimentará la circulación digital**. Repartos de panfletos y volantes, carteles, pegado de materiales con códigos QR, marchas, caminatas, manifestaciones callejeras, cacerolazos, actos públicos, movilizaciones sincronizadas, paralizaciones e intervenciones visuales componen un amplio repertorio de acción. La difusión debe pensarse en continuidad con los demás puntos de este manual. Los códigos QR conectan la presencia física con la circulación digital y

conducen directamente a videos, montajes, publicaciones y páginas de campaña. Otra posibilidad consiste en despertar la curiosidad mediante preguntas breves, capaces de llevar a las personas a buscar determinado tema en los motores de búsqueda. En la elección brasileña de 2026, Janones exploró este registro con llamadas como «¿QUIÉN ES MARIANA?». La pregunta funciona como un dispositivo de paso entre la calle, la curiosidad y la búsqueda de información. Lo importante es que el contenido encontrado corresponda al interés despertado. **DEBEMOS ERRADICAR el espíritu misionero y catequético que heredamos de ciertas tradiciones del marxismo** : la fantasía de que la tarea política consiste en «transmitir la conciencia» se derrumbó. El propio término concientización ya no sirve para nada. **LO QUE VERDADERAMENTE IMPORTA ES EL CONTAGIO.**

POSFACIO

Este libro es un **MANUAL** : pragmático y panfletario.

A quienes les interese la elaboración conceptual que lo sustenta: esperen.

La teoría bruta se difundirá pronto bajo los mismos seudónimos: [@YACOBVS](#) & [@DENGXIAOPIX](#)

SIN COPYRIGHT: ¡DIFUNDAN!

Hecho por una persona ciudadana de Francia que ama su país y está firmemente decidida a arrancarlo de las manos de los fascistas.

El texto no es mío, solo lo difundo. ¿Por qué no tú?