Universitat Oberta de Catalunya

R&I

IN3 Internet Interdisciplinary Institute

Communication Networks & Social Change Research Group (CNSC)

Reports Series

Nº1 / September 2022

Pablo Iglesias Turrión (2022)

Informe de la investigación

Análisis de los discursos ideológicos en las redes sociales. El caso de la ultraderecha en España

1. Planteamiento inicial e hipótesis de la investigación

El proyecto para el grupo de investigación "Communication Networks and Social Change" del Instituto Interdisciplinario de Internet de la Universitat Oberta de Catalunya, proponía analizar los discursos ideológicos en las redes sociales, prestando especial atención a la comunicación política en red de la ultraderecha en España.

Nuestra propuesta de investigación partía de que la comunicación, además de representar el terreno predominante de la competición política durante las campañas electorales o en los momentos de agitación y movilización social, está ganando progresivamente terreno e importancia frente a la política entendida como administración pública. En nuestro proyecto señalábamos que la progresiva mediatización social y el desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la información y las comunicaciones hace que, cada vez en mayor medida, los ciudadanos contemplen la política y sus dinámicas conflictivas, desde su expresión estrictamente comunicativa, en tanto que conflicto ideológico y cultural.

Decíamos en el proyecto que el desarrollo de las redes sociales no solo transformaba las formas de socialización de todos los grupos generacionales y, en particular, de los más jóvenes, sino que también había configurado espacios de participación y expresión mucho más complejos que las formas de participación convencionales propias de los sistemas demoliberales.

Y señalábamos también que las redes sociales, en tanto que terreno de intervención política cada vez más central, tanto para los actores políticos convencionales como para los movimientos sociales, no paran de ganar protagonismo e importancia política. Desde mi propia experiencia, primero como investigador de los movimientos sociales en mi etapa doctoral, y después como dirigente político en Podemos, he podido constatar que los partidos y sus portavoces, así como los actores políticos no específicamente institucionales, cada vez emplean más recursos y esfuerzos en organizar su participación e interacción en las redes.

Partiendo de mi investigación doctoral en la primera década del siglo en la que estudié las formas de acción colectiva de los movimientos críticos con la globalización económica, decía en el proyecto que, en aquellos años, las redes sociales e internet se vieron como una gran promesa democratizadora llamada a facilitar la participación ciudadana y a disputar el protagonismo informativo los grandes poderes mediáticos. Esta hipótesis solo se ha cumplido parcialmente. Especialmente tras la experiencia trumpista en EEUU, las redes sociales aparecen cada vez más como un terreno de generación de *fake news* y discursos

de odio, desacomplejadamente hostiles a los valores democráticos. Además esos discursos cada vez influyen de forma más clara en los medios de comunicación convencionales. Indicábamos así mismo, que las fuerzas políticas de ultraderecha han asumido las redes como su terreno más fértil de intervención política.

Para el caso de España, objeto de nuestro análisis, considerábamos que nuestro sistema político está viviendo una transición en la que el auge de la ultraderecha política, apoyada en amplios sectores mediáticos y del Estado, es básicamente una reacción al independentismo catalán y a Podemos, que ha alterado la jerarquía de temas en la agenda mediática en España. Y decíamos que los discursos político-mediáticos de la ultraderecha habían "vampirizado" al Partido Popular hasta el punto de hacerlo inviable como derecha política liberal de estilo democristiano. A nuestro juicio, ello representa un grave riesgo de involución democrática para el sistema político español.

Partíamos de la hipótesis de que uno de los espacios de expresión más importantes de la radicalización trumpista de los discursos de las derechas y ultraderechas políticas y mediáticas españolas tenía que ver con las redes sociales y nos proponíamos analizar esos discursos en los que las *fake news* se han convertido en un paradigma de acción propagandística sin que las llamadas "agencias de verificación" hayan demostrado gran capacidad de contención ni de las mentiras ni de su influencia en los grandes medios.

Trabajar este curso con el grupo de investigación CNSC que analiza las nuevas formas políticas en movimientos y partidos fundamentadas en prácticas y tecnologías digitales emergentes, me ha permitido cooperar con una comunidad científica enormemente preparada y que acumula experiencias de investigación muy valiosas. Ha resultado extremadamente útil aprender e interactuar con investigadores que llevan años trabajando sobre la comunicación, la sociedad en red y los riesgos y posibilidades de la tecnología para la justicia social y la democracia. A todas ellas y ellos quiero mostrarles mi agradecimiento por este curso en la UOC.

A continuación paso a exponer el desarrollo y conclusiones de la investigación.

2. Marcos teóricos para la investigación y propuesta de conclusión

Mi experiencia de trabajo académico en las etapas de elaboración de la tesis doctoral y de investigación y docencia postdoctoral, me mantenía familiarizado con los autores que proporcionaban herramientas teóricas para la investigación de los movimientos sociales (Tarrow, Della Porta, McCarthy, Zald, Diani, Tilly, Pérez Ledesma…), de la globalización capitalista como sistema histórico y

geográfico (Wallerstein, Arrighi, Harvey, Silver…), de los modos de producción y generación de identidad del capitalismo postfordista (Negri, Hardt, Lazzarato, Virno, Mezzadra…) y también con algunos autores de la Teoría crítica que había utilizado para en mis investigaciones y publicaciones sobre el cine como generador de imaginarios políticos (Adorno, Benjamin, Marcuse, Habermas, Fromm…).

Los primeros meses de investigación en la UOC los dediqué a repasar la bibliografía que ya había manejado de esos autores, en particular de los dos últimos grupos (postobreristas y Escuela de Fráncfort) que dan muchas claves para entender las sociedades mediatizadas y la importancia económica, política, cultural e ideológica creciente de las nuevas redes sociales.

Pero buscando referencias más precisas a la hora de analizar los discursos de la ultraderecha, me resultaron particularmente útiles los trabajos de los autores que podríamos categorizar como "izquierda lacaniana", creadores de una suerte de teoría política lacaniana. Las tesis de Laclau, Mouffe, Zizek, Badiou o el monográfico de Stavrakakis (2010) me han resultado referencias muy provechosas en mi trabajo ¿Por qué? Como señala Andrew Robinson en un influyente artículo en el "British Journal of Politics and International Relations" (2004), la popularidad del paradigma lacaniano en los estudios políticos no ha dejado de crecer y sólo el liberalismo analítico superaría en influencia a este enfoque en la teoría política. Hasta cierto punto, no deja de ser irónico que teóricos políticos vinculados originariamente al marxismo hayan acabado recurriendo a Lacan. En realidad la disputa académica histórica entre el marxismo y el liberalismo tiene muchos paralelismos con la disputa entre el psicoanálisis y el behaviorismo. De hecho, una de las preguntas de mi investigación tenía mucho que ver con la gran pregunta que, a propósito de la ideología, el marxismo no ha sido capaz de responder, a saber, que la ideología como estructura de valores sociales no se explica solo en relación a los intereses de las clases sociales. Hay, para los postmarxistas que se apoyan en Lacan, algo que tiene que ver con el "goce" y la "falta" a la hora explicar el funcionamiento de eso que Laclau llama agregación de demandas en torno a un significante vacío.

Como decimos, esta cuestión es importante para responder a una de las cuestiones claves de mi investigación: ¿Por qué funcionan de manera tan eficaz los discursos del odio, las mentiras y, en general, los mensajes de la ultraderecha? El marxismo elaboró quizá la teoría más completa y robusta sobre el funcionamiento del capitalismo como sistema histórico, pero quizá fue incapaz de hacer una teoría del deseo y sin eso es muy difícil analizar del todo como opera la ideología. Pero Lacan llegó en su ayuda.

He leído varios trabajos académicos que aterrizaban más esta cuestión. Entre ellos me gustó particularmente el artículo de Olivier Jutel "Donald Trump's Libidinal Entanglement with Liberalism and Affective Media Power". Este trabajo y otros que hemos podido analizar a propósito del trumpismo y de la nueva derecha estadounidense, nos ponen frente un mecanismo de construcción de lo político más emparentado con el fascismo que con las tradiciones liberales.

Mi primera propuesta de conclusión es que si la mentira funciona bien como mecanismo ideológico para el activismo político, mediático, ideológico y cultural de la ultraderecha, buena parte de las bases de sostenibilidad del orden político liberal se podrían venir abajo como ocurrió en varios países europeos (Italia y Alemania, pero también España) durante los años 30 del pasado siglo.

La normalización de la mentira y su creciente eficacia emocional e ideológica ponen en cuestión la legitimidad de los actores mediáticos y políticos que la practican y normalizan la práctica de un nuevo tipo de golpismo, más mediático que militar. Que las sociedades democráticas carezcan aún de mecanismos eficaces para defenderse de esta dinámica creciente, representa un riesgo de primer orden.

3. Marco temporal histórico-político de la investigación y propuesta de conclusión

Para entender la emergencia y el auge de los discursos de ultraderecha en las redes sociales en España, resultaba clave entender el fin del sistema de partidos del 78 tal y como se desarrolló, al menos hasta 2014. Es precisamente ese el contexto en el que surge un relativamente nuevo reaccionarismo español en el que se ubica nuestro objeto de estudio.

Trabajamos con algunos estudios sobre el surgimiento del sistema de partidos durante la Transición. Destacaré aquí el de Emmanuel Rodríguez "Por qué fracasó la democracia en España. La Transición y el régimen del 78", "La Transición contada a nuestros padres" de Juan Carlos Monedero, y "El PCE y el PSOE en (la) transición" de Juan Andrade. Entre los estudios que abordan la crisis de régimen actual que hemos consultado quiero destacar dos: "Ibex35. Una historia herética del poder en España" de Rubén Juste y "La política en el ocaso de la clase media. El ciclo 15M-Podemos", también de Emmanuel Rodríguez.

La conclusión que extraemos de esta parte de la investigación es que a la estabilidad del sistema de partidos de la Transición le sucede, como consecuencia de la crisis económica, del crecimiento del independentismo en Catalunya y de la emergencia de Podemos, el fin de un modelo bipartidista

imperfecto en el que a los dos grandes partidos de ámbito estatal se le sumaban los dos partidos alfa de los subsistemas vasco y catalán (PNV y CiU). A partir de 2014, ese sistema se viene abajo y una de sus primeras consecuencias será la cristalización de un movimiento mediático y político de nacionalismo reaccionario español cuyos discursos se harán muy presentes en las redes. Ese movimiento ideológico primero se referenciará en el PP y en Ciudadanos (como nueva derecha "progresista" ubicada en el momento ideológico post15M) pero después tendrá en VOX la cristalización ideológica del avance del momento ideológico reaccionario. Este nuevo estilo ideológico en las redes sociales, como ha explicado en analista de redes Julián Macías en numerosos hilos de Twitter y entrevistas, es claramente identificable con Bannon y la Alt Right. Apoyándonos precisamente en los análisis de Macías, hemos podido estudiar las claves ideológicas de los mensajes de la nueva ultraderecha española en Twitter.

Nuestra segunda propuesta de conclusión es que los destinatarios privilegiados de esos discursos en las redes son los cuadros del Estado. El discurso ultra en las redes, amplificado por grandes medios de comunicación, se ha querido dirigir a jueces, policías, militares, altos funcionarios y ha tenido efectos notables a la hora de condicionar su estado de ánimo (los casos de los jueces ultraderechistas con cuentas de twitter más o menos públicas que hemos podido analizar, son muy reveladores). Ello se apoya en una especificidad de la ultraderecha española que analiza bien Steven Forti (2021). Como explica el profesor italiano afincado en Catalunya, en España la ultraderecha no surge fuera del sistema, sino precisamente en su interior como movimiento reaccionario frente a lo que nosotros consideraríamos el desafío destituyente del independentismo y el desafío reformista de Podemos.

4. Investigación en redes, análisis bibliográfico y propuesta de conclusión

Hemos investigado las especificidades discursivas de la ultraderecha española, así como sus estrategias narrativas en diferentes redes sociales (YouTube, Twitter, Facebook y hasta TikTok) así como en sistemas de mensajería (Telegram y WhatsApp).

Entre las publicaciones que trabajamos sobre la metodología para la investigación política en redes sociales quiero destacar el artículo de Andreu Casero-Ripollés (2018) en el que examina el enorme impacto de las plataformas digitales en la producción, distribución y consumo de información política. Sobre la relación entre la ultraderecha y los nuevos medios, en clave discursiva, quiero destacar los textos de Atton sobre el British National Party (2006) y el de Alvares y Dahlgreen sobre el extremismo en los medios (2016). Respecto a la ultraderecha en YouTube, me fueron muy útiles el trabajo de los investigadores de la Universitat

Jaume I, Aarón Rodríguez-Serrano, Shaila García y Marta Martín-Núñez (2019) sobre las estrategias narrativas audiovisuales de desinformación en YouTube y un trabajo de fin de master de la UOC muy interesante de Carlos Tavera (2021).

Sobre la ultraderecha en Twitter leí varios trabajos de entre los cuales destaca el de Oleaque Moreno (2019) así como uno específico sobre las estrategias de comunicación de VOX en TikTok de Andrea Castro Martínez y Pablo Díaz Morilla (2021). De entre las lecturas sobre fake news querría destacar el trabajo de los investigadores radicados en Sevilla Macarena Hernández Conde y Manuel Fernández García (2019) en el que analizan la relación entre VOX y la web Caso Aislado en las elecciones andaluzas de 2018. Sobre la desinformación en las redes de mensajería instantánea quiero destacar también el estudio de María Díez Garrido, Cristina Renedo Farpón y Lorena Cano-Orón (2021) sobre los canales de Telegram de la ultraderecha española.

Mi propuesta de conclusión es que la llamada guerra cultural de la ultraderecha opera en un sistema reticular de comunidades cada vez más separadas. La lógica de nichos que ya condiciona el consumo audiovisual en las nuevas plataformas opera también aquí. De esta forma puede afirmarse un fin tendencial tanto del espectador medio como del votante medio, así como otra tendencia general hacia un mayor antagonismo político (lo que la ultraderecha llama sin complejos “guerra cultural”). A nuestro juicio, es la ultraderecha la que mejor entiende esta nueva realidad y la que mejor ha adaptado a la misma su estrategia en las redes sociales.

En estos momentos me encuentro redactando un artículo académico en el que estoy volcando las conclusiones expuestas en este informe, que espero concluir en unas semanas. Pediré asesoramiento a quienes han sido mis responsables de investigación en la UOC para decidir a qué publicación académica enviar el artículo.

Bibliografía citada en el informe

-Alvares, Claudia y Dahlgreen, Peter (2016): "Populism, extremism and media: Mapping an uncertain terrain". *European journal of communication,* v. 32, n. 1, pp. 46-57.

-Andrade, Juan (2012): *El PCE y el PSOE en (la) transición. La evolución ideológica de la izquierda durante el proceso de cambio político.* Siglo XXI.

-Atton, Chris (2006): "Far-Right Media on the Internet: Culture, Discourse and Power'". *New Media & Society* 8: 574-582.

-Casero-Ripollés, Andreu (2018). "Research on political information and social media: Key points and challenges for the future". *El profesional de la información*, v. 27, n. 5, pp. 964-974.

-Castro Martínez, Andrea y Días Morilla, Pablo (2021): "La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox". *Dígitos. Revista de Comunicación Digital,* (7), 67-89.

-Díez-Garrido, María, Renedo Farpón, Cristina y Cano-Orón, Lorena (2021): "La desinformación en las redes de mensajería instantánea. Estudio de las fake news en los canales relacionados con la ultraderecha española en Telegram". *Miguel Hernández Communication Journal*, 12: 467-489.

-Forti, Steven (2021): *Extrema derecha 2.0. Qué es y cómo combatirla*. Siglo XXI

-Hernández Conde, Macarena y Fernández García, Manuel (2019): "Partidos emergentes de la ultraderecha: ¿fake news, fake outsiders? Vox y la web Caso Aislado en las elecciones andaluzas de 2018". *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 16 (1), 33-53.

-Juste, Rubén (2017): Ibex35. *Una historia herética del poder en España.* Capitán swing.

-Jutel, Olivier (2017): "Donald Trump's Libidinal Entanglement with Liberalism and Affective Media Power". *Boundary2 Online*, online first: 1-18.

-Monedero, Juan Carlos (2011): *La Transición contada a nuestros padres.* Catarata.

-Oleaque Moreno, Joan Manuel (2020): “El discurso en positivo de Vox: los medios difundido en Twitter por la extrema derecha”. *Cuadernos AISP*I,16/2: 45-62.

-Robinson, Andrew (2004): “The Politics of Lack”. *British Journal of Politics & International Relations* 6(2): 259-269.

-Rodríguez, Emmanuel (2016): *La política en el ocaso de la clase media. El ciclo 15M-Podemos*. Traficantes de sueños.

-Rodríguez, Emmanuel (2015): *Por qué fracasó la democracia en España. La Transición y el régimen del 78*. Traficantes de sueños.

-Rodríguez-Serrano, Aarón, García-Catalán, Shaila y Martín-Núñez, Marta (2019): “Estrategias narrativas audiovisuales de desinformación en YouTube de la nueva extrema derecha europea”. *Profesional de la información,* 28(3).

-Stavrakakis, Yannis (2010): *La izquierda Lacaniana: Psicoanálisis, teoría, política.* Fondo de Cultura Económica.

-Tavera, Carlos (2021) “Cámaras de eco de la ultraderecha en España: VOX y su ecosistema digital en You Tube”. TFM dirigido en la UOC por Gemma Gómez Bernal. Disponible en https://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/134706