

LA ESTRATEGIA DE LA NUEVA EXTREMA DERECHA ESPAÑOLA EN INTERNET

Anna I. López Ortega

Universitat de València

alor5@uv.es

La estrategia de la nueva extrema derecha española en Internet (Resumen)

La gratuidad, inmediatez, anonimato y difusión que proporciona Internet es clave para analizar la estrategia de comunicación y propaganda de los partidos políticos de extrema derecha españoles. Actualmente están activas más de 90 webs vinculadas a estas formaciones y albergan más de 400 enlaces que revelan sus posibles intereses, políticos y culturales, y sus conexiones con organizaciones nacionales e internacionales con importante éxito electoral. El estudio de estas webs mediante la técnica snow-ball con el programa Ucinet muestra la nueva estrategia comunicativa de estos partidos, su grado de modernización y profesionalización y su efecto en los comicios electorales donde han experimentado un importante crecimiento.

Palabras clave: extrema derecha, populismo, partidos políticos, análisis de redes, propaganda, Internet, *websites*, radicalismo.

The strategy of the new far-right Spanish online (Abstract)

Gratuity, immediacy and anonymity that provides Internet dissemination is key to analyze the communication strategy and propaganda of political parties of the extreme Spanish right. Currently more than 90 active sites linked to these formations and are home to more than 400 links that reveal their potential interests, political and cultural, and its connections with national and international organizations with important electoral success. The study of these sites using the technique snow-ball with Ucinet program displays the new communication strategy of these parties, their degree of modernization and professionalization and its effect on the elections where they have experienced significant growth.

Keywords: right-wing, populism, hate crimes, network analysis, disinformation, Internet, *websites*, radicalism.

Internet constituye un instrumento cada vez más decisivo dentro de la comunicación corporativa de las organizaciones políticas, que permite –según Casero¹– romper el monopolio en la oferta informativa asumido por los medios de comunicación convencionales, producir y difundir flujos comunicativos de manera autónoma –es decir, sin contar con la necesidad de intermediarios para establecer un contacto directo con la ciudadanía– y aumentar el control sobre los mensajes que se desea que circulen, aplicando operaciones de selección.

Estas ventajas han sido incorporadas ya a la estrategia comunicativa de los partidos de extrema derecha europeos y, sólo más recientemente, de las formaciones españolas similares. Las *websites* constituyen un elemento imprescindible para fomentar la adaptación de un partido político a su entorno social inmediato, ya que a través de Internet una formación política puede emitir hacia su entorno mensajes y contenidos basados en la autoproducción², con finalidades diversas (*output*). Al mismo tiempo, puede recibir información del exterior a través de los canales que la interactividad pone a su disposición (*input*).

En este nuevo escenario de comunicación, el Informe de 2009 del Centro *Simon Wiesenthal* (Fundación judía contra el racismo y el antisemitismo) estimaba que al menos unas 10.000 webs promueven el odio a nivel internacional. Los extremistas y los grupos racistas utilizan cada vez más las redes sociales como *Facebook*, *MySpace* y *YouTube* como herramientas de propaganda para reclutar nuevos miembros. El informe, que se basó en "más de 10.000 páginas web, portales, blogs, chats, videos y juegos", afirma que se ha registrado un incremento del 25 por ciento en el número de grupos que alientan algún tipo de estigmatización social.

En 2001, durante la Conferencia de Durban (Sudáfrica), la Organización de Naciones Unidas reclamó la necesidad de intervenir más decididamente en este ámbito, actuando con mayor eficacia contra lo que se ha venido a denominar ciberodio, noción que se aplica a cualquier promoción de la xenofobia u odio racial mediante el uso de las comunicaciones electrónicas (webs, redes sociales, web 2.0, contenidos generados por los usuarios, páginas de contactos, blogs, juegos *online*, mensajería instantánea y *e-mail*, así como mensajes de texto en dispositivos móviles).

Aplicaciones tecnológicas, todas ellas, que muchos grupos radicales y chovinistas aprovechan tanto por las facilidades que brindan para una difusión masiva de sus ideas como por las resistencias que ofrecen a cualquier investigación criminal, ya que sus autores o bien se encuentran en Estados en los que este tipo de comportamientos no son delictivos o bien pueden alojar sus servidores en algunos países con una generosa regulación de la libertad de expresión, como por ejemplo Estados Unidos³.

Por otro lado, el actual discurso del odio que posteriormente se analizará, se alimenta de las reacciones xenófobas y racistas surgidas con la crisis de los refugiados que vive la Unión Europea. Naciones Unidas asegura que la guerra civil Siria ha desplazado a más de 11 millones de personas desde 2011 y la Comisión Europea cifra en 1,8 millones el número de migrantes que entraron irregularmente en la Unión Europea en 2015.

¹ Casero, 2007, p. 20.

² Mancini, 2002, p. 63.

³ Memoria Fiscalía de Delitos de Odio, 2010, p. 13.

El presidente del Consejo Central de musulmanes en Alemania, Aiman Mazyek, declaró el 13 de enero de 2016, “estamos viviendo una nueva dimensión del odio”⁴ ya que durante el mes de diciembre de 2015 y enero de 2016 recibió en sus oficinas “cientos de correos electrónicos, mensajes y cartas de amenaza de contenido muy violento y racista contra la asociación y contra los musulmanes”⁵. Además, el ministro de Justicia germano, Heiko Maas, también en enero de 2016 señaló el incremento de vigilancia de los grupos de neonazis y de ultraderecha.

Los debates provocados en las instituciones europeas para acoger a los refugiados, especialmente por la cuota de personas asignadas a cada estado, ha movilizado a numerosas organizaciones, Patriotas Europeos contra la Islamización de Occidente (Pegida) en Alemania e incluso partidos políticos en toda Europa con gran éxito electoral (Frente Nacional en Francia, el partido populista de derechas Alternativa para Alemania o España 2000 en España), especialmente en las redes sociales para convocar manifestaciones en contra de su admisión y con argumentos que los vinculan con el terrorismo *yihadista* y con la supuesta incompatibilidad de convivencia entre culturas diferentes (islamofobia).

En este contexto, el artículo comienza con el análisis del origen de las formaciones y el discurso de la nueva extrema derecha en Europa, principal responsable de la propaganda del odio difundida por Internet, además de establecer las semejanzas y diferencias respecto a los fascismos clásicos. Posteriormente se estudia el papel y la función que desempeña Internet para los partidos políticos de extrema derecha españoles, pero concentrando nuestra atención en algunos aspectos concretos: la organización de los distintos grupos de extrema derecha y sus relaciones a escala local, nacional e internacional; la formación de una comunidad/identidad, aspecto de especial relevancia, dado que estas organizaciones “comparten una fetichización por la identidad”⁶, o el grado de movilización y la cada vez mayor profesionalización en el uso de las tecnologías de la información. El análisis incluye los partidos políticos, las delegaciones autonómicas y las juventudes de los partidos (93 webs) y de manera secundaria la tipología de enlaces que contiene estas páginas (400 webs).

En concreto, el estudio se centra en las cuestiones empíricas siguientes:

- ¿En qué medida utilizan Internet los partidos de extrema derecha para establecer contactos con otros grupos similares a nivel local, regional, nacional e internacional?
- ¿En qué medida utilizan Internet los partidos de extrema derecha españoles como un medio de información y comunicación con sus posibles votantes? ¿Cuál es su estrategia, caso de haberla, para movilizar a su clientela ideológica?
- ¿Cómo y en qué medida los partidos extremistas utilizan Internet para la creación de un “sentido de comunidad” entre los seguidores del grupo?

En otro plano de la investigación, se analizan tanto el grado de posicionamiento en Internet como las similitudes y diferencias entre los distintos partidos políticos de todo ese mismo espectro ideológico. Los resultados se interpretan, finalmente, en el contexto

⁴ El Mundo, 12 de enero 2016, p. 5.

⁵ *Ibidem*, p. 5.

⁶ Antón-Mellón 2012, p. 257.

de la actual estrategia política implantada por los partidos políticos de extrema derecha en España.

Metodología

Con el fin de identificar las *Uniform Resource Locator* (URL), cadena de caracteres que asigna una dirección única a cada página de cada uno de los documentos de la *World Wide Web* de los partidos políticos de la extrema derecha española (93 webs identificadas), se ha utilizado la técnica *snow-ball*⁷ partiendo de las investigaciones realizadas por diversas fuentes: Fiscalía de Delitos de Odio y de Discriminación de Barcelona, Informe Raxen de Movimiento contra la Intolerancia y la asociación de sindicatos de magistrados europeos *Magistrats européens pour la Démocratie et les Libertés*.

En segundo lugar, se ha establecido una búsqueda y localización secundaria a través de los “*links* amigos” que aparecían en estas páginas, considerando estos *links* un índice de “afinidad relaciones y una medida de la cercanía entre las organizaciones”⁸. Una vez identificadas las páginas webs vinculadas a los partidos políticos extremistas –un total de 313 *links* en total–, se han clasificado en diferentes categorías (partidos, organizaciones, blogs personales, medios de comunicación, webs de documentación y biografías, instituciones, distribuidoras, grupos de música, ultras deportivos) para, en una fase posterior, codificar los datos manualmente, midiendo las relaciones y flujos entre los partidos políticos y sus webs afines para, finalmente, elaborar el análisis de datos de la red a través de la aplicación *Ucinet 6*.

Tras recopilar toda la información necesaria, se han depurado los datos manualmente (búsqueda y eliminación de enlaces rotos y homogeneización de los nombres de las webs) y se ha traducido esta información a un formato legible por los programas de análisis estadístico de redes. En este estudio se ha utilizado el programa *Microsoft Excel* para construir los procedimientos y las tablas y generar los ficheros de salida necesarios.

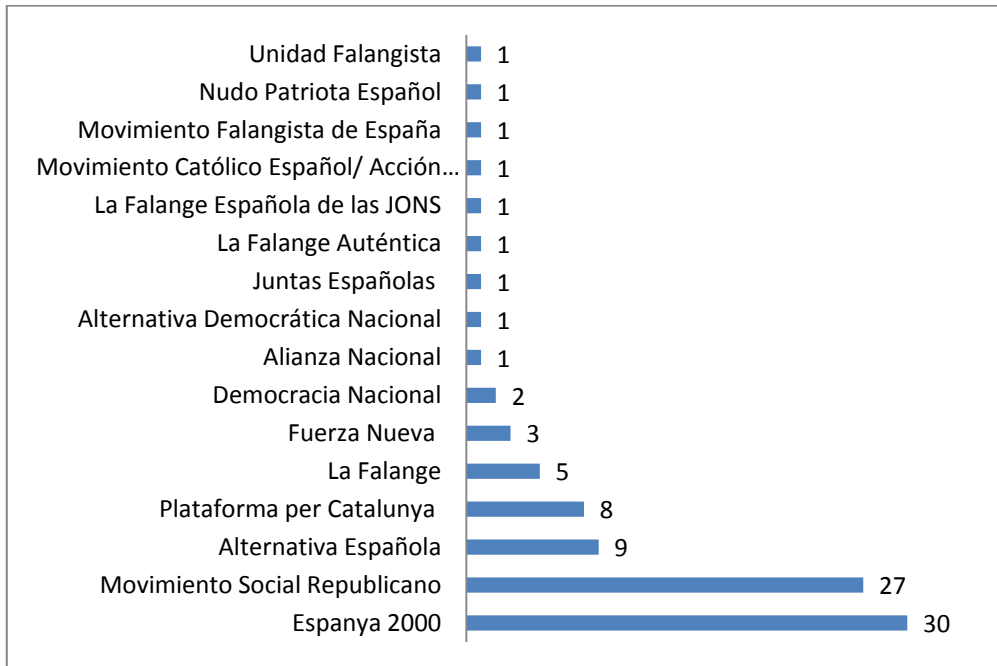
En el estudio de los datos se han seleccionado las medidas de comparación más comunes en el análisis de redes: la “centralidad” de un actor en una red (cuántos contactos recibe de otros actores), la “distancia media” (en promedio, el camino más corto para conectar dos actores de la red) y la “densidad” de la red (que expresa la relación entre los contactos existentes entre las organizaciones en la red y el número de posibles contactos)⁹.

En la segunda parte del estudio se ha realizado un análisis del contenido web de las páginas principales, delegaciones autonómicas y locales y juventudes de los partidos políticos (93 webs) (véase el cuadro 1). Para codificar e interpretar el contenido de los sitios web, se ha construido un libro de códigos, integrado por varios indicadores que se han considerado relevantes para un efectivo análisis, tanto de las características web formales –su usabilidad– como de la modernización de las formaciones de extrema derecha españolas.

⁷ Qin, *et al*, 2007, p. 25.

⁸ Burris, *et al*, 2000, p. 76.

⁹ Scott, 2000, p. 132.

Cuadro I: Páginas web analizadas de los partidos de extrema derecha españoles

Fuente: elaboración propia con datos del MIR.

Los indicadores han sido los siguientes:

La internacionalización y las relaciones. Estudio de las variables de relación territoriales a través de los enlaces locales, autonómicos, nacionales e internacionales y su papel en la (posible) construcción de estrategias comunes, la distribución de información y la compartición de contenidos e intereses con otro tipo de sujetos y organizaciones: a) partidos políticos, b) organizaciones, c) blogs personales, d) medios de comunicación, e) documentación y biografías, f) instituciones, g) distribuidoras, h) grupo de música, i) ultras del deporte.

Internet como herramienta de comunicación y movilización. Analizado a través de las variable de comunicación (presentación de la información o la página en varios idiomas, inclusión de botón de buscador en la web) y la de movilización (inclusión o no de agendas y *newsletter*).

Contenido e información. Examinando la variable de contenido (inserción de noticias, programas y documentos políticos, propaganda electoral y biografías).

La construcción de una identidad común. Rastreado a través de la variable de formación de identidad e interactividad (implantación de chats, encuestas, debates y foros).

Una aproximación a la derecha radical europea: origen y evolución

De acuerdo con el incremento de su presencia en Internet, los partidos de extrema derecha en Europa están aumentando también su popularidad en las urnas. Taguieff¹⁰ fecha el inicio del crecimiento de estas formaciones en el final de la década de los ochenta y lo califica como una “ola populista” que cimienta su éxito en el rechazo total a la población extranjera y la crítica a los partidos políticos tradicionales. Pero se trata de un conjunto heterogéneo de formaciones políticas en el que no existen ni una denominación exacta ni una definición precisa: se habla de “populismo de derecha radical¹¹”, “nueva extrema derecha¹²” o “derecha radical populista¹³”.

Sin embargo, en este artículo partimos del acuerdo sobre el origen en el terreno metapolítico de la Nueva Derecha europea, sus principales concepciones nucleares y su influencia en las organizaciones y partidos neopopulistas que ha analizado el catedrático Joan Antón-Mellón, y que están en buena medida, reflejadas también en el terreno de Internet, tal y como describe este estudio.

Como explica el profesor Antón-Mellón, la Nueva Derecha europea nace en Francia en la década de los setenta del siglo pasado como un intento de reformulación del tradicional ultranacionalismo francés, traumatizado por las derrotas de los procesos de descolonización y deslegitimado por el colaboracionismo de *Vichy*¹⁴. En su conjunto se define como un “laboratorio de ideas”, o una “escuela de pensamiento” y su combate es metapolítico, puesto que para ellos “no hay conquista previa del poder político si no hay conquista previa del poder cultural¹⁵”. Concretamente, esta Nueva Derecha europea es deudora de la francesa en general y de *Alain de Benoist* en particular, que se autodefine como “disidente de la derecha institucionalizada¹⁶” y cristaliza esta teoría en el grupo de estudios francés *Groupement de recherche et d'études pour la civilisation européenne* (GRECE) en 1968. En su ideario –como en el desarrollo de este estudio se refleja– acoge los argumentos “antidemocráticos prefascistas, fascistas y postfascistas, excluyendo sólo a los sectores integristas cristianos”. En España la reconversión de la vieja extrema derecha nace de Círculo Español de Amigos de Europa (CEDADE) en Barcelona en 1966 y de la mano de teóricos como J.J. Esparza.

Esta Nueva Derecha aspira a tomar el relevo a las ideologías dominantes y convertirse en una tercera vía ideológica-política entre la izquierda (revolucionaria) y la derecha (conservadora). En su ideario, buscan redefinir los parámetros de democracia y de la libertad en contra de las “hegemónicas acepciones liberal-democráticas y socialdemócratas¹⁷”. Por eso, entre sus objetivos más relevantes, Antón-Mellón destaca “potenciar un nuevo-antiguo concepto de libertad comunitaria, sustituir la hegemonía de los valores burgueses por los valores aristocráticos, resucitar Europa, revitalizar la idea

¹⁰ Taguieff, 2007, p. 15.

¹¹ Betz, 2004, p. 141.

¹² Rodríguez, 2006, p. 32.

¹³ Mudde, 2007, p. 63.

¹⁴ Antón-Mellón, 2011, p. 35.

¹⁵ *Ibidem*, p. 29.

¹⁶ *Ibid*, p. 32.

¹⁷ *Ibid*, p. 35.

de comunidad y separar conceptos jurídicos de nacionalidad y ciudadanía, poner en primer plano los criterios etnonacionalistas y que los pueblos europeos vuelvan a tener conciencia de su verdadera identidad histórica-acabando con la hegemonía política de EEUU; combatir el igualitarismo y el universalismo y potenciar una auténtica democracia participativa, radical y plural¹⁸”.

La evolución de la cultura del odio: semejanzas y diferencias de los fascismos clásicos y la nueva extrema derecha

La derrota del Eje en 1946 pareció marcar el punto de partida de un escenario bipolar, caracterizado por la Guerra llamada Fría, entre un modelo de democracia liberal y su réplica comunista. Un escenario en el que los partidos de extrema derecha de signo fascista –asociados a los crímenes del nazismo– desaparecerían para siempre. Pero sin embargo sus ideas sobrevivieron lo suficiente como para mantener viva la llama –aunque débil y titilante– de una subcultura política contraria a los regímenes democráticos que se avivaba en períodos de crisis y conflictividad social.

Estos primeros partidos de la nueva extrema derecha y neofascistas –muchos de ellos ilegalizados durante la posguerra, como el fundacional Movimiento Social Italiano de Giorgio Almirante, creado en 1946– se dotaron de un ideario que se caracterizaba por la modernización de algunos de los elementos propios de la cultura del odio heredera de los fascismos clásicos. Como explica Antón-Mellón “ésta ha sido la muy complicada labor que la Nueva Derecha se impuso: reconvertir dichas ideas-fuerza adaptándolas a una época de predominio indiscutido de las ideas y valores democráticos. (...) Una identidad no idéntica disfrazada de nuevo paradigma más allá de la derecha y de la izquierda¹⁹”.

Teniendo en cuenta este largo proceso de *aggiornamento* ideológico, podemos destacar algunos de los elementos idiosincráticos de la cultura del odio actual. Una cultura que presenta semejanzas y diferencias respecto a los fascismos clásicos, como por ejemplo el hecho de que:

1) Las formaciones radicales actuales se caracterizan por un nacionalismo exacerbado y excluyente, que constituye un elemento de continuidad aunque renovado de los fascismos clásicos, cuyo nacionalismo estaba principalmente dirigido contra una nación vecina a la búsqueda de un imperio más o menos perdido; “nacionalsocialismo teoriza que la soberanía reside en el pueblo, el *volk*, la comunidad racial mientras que ahora, reside en la comunidad nacional, los nacidos en el territorio²⁰”.

2) La aparición de un nuevo chivo expiatorio: el inmigrante. Ahora los mensajes de odio se dirigen contra un colectivo inmigrante que se caracteriza por su escaso poder adquisitivo y que es claramente diferenciable por el color de la piel, el idioma y la cultura o las prácticas religiosas²¹. Se trata de un nuevo racismo que, a diferencia del

¹⁸ *Ibid*, p. 35.

¹⁹ *Ibid*, p. 91.

²⁰ *Ibid*, p. 71.

²¹ Rodríguez, 2006, p. 14.

racismo biológico²² utilizado por el nazismo, ahora es acuñado como “cultural”. Se ha sustituido la raza –un concepto hartamente problemático– por la cultura, incidiendo e insistiendo en una supuesta incompatibilidad genérica de culturas.

3) Existe un odio dirigido hacia la clase política actual, tanto de izquierdas como de derecha, a la que se considera causante de la crisis económica actual. Antón Mellón señala que “la opinión de la Nueva Derecha europea sobre la realidad occidental en el momento presente no puede ser más negativa. Vivimos una época de total decadencia, adocenamiento y alienación²³”. Por eso, en sus discursos, la extrema derecha se presenta como una alternativa legítima y viable al actual poder político; una alternativa que no se autodefine ni enmarca en una ideología de derecha o de izquierdas.

Hasta aquí las diferencias, aunque en realidad no se trata tanto de contrastes como de redefiniciones de un continuum ideológico, centrado en la estigmatización y la diferencia, que ha reubicado sus antiguos objetivos: de un nacionalismo expansivo y belicoso se ha pasado a otro defensivo y centrípeto; el nuevo chivo expiatorio ya no es el judío, marcado racialmente, sino el inmigrante entendido en su genérica y multiforme variedad; la centralidad axiológica de la (diferencia de) raza se ha desplazado en favor de las diferencias culturales (incluyendo la religión); y, en último término, la antigua impugnación de liberales y comunistas que caracterizaba las propuestas políticas del fascismo clásico se ha centrado ahora en la clase política europea, entendida como una nueva *nomenklatura* o clase social que utiliza el poder en beneficio propio –de manera casi hereditaria– y en detrimento del pueblo europeo, o cuanto menos sin atender sus intereses.

En cambio, como elementos claramente comunes a los fascismos clásicos destaca un conservadurismo tácito y la nostalgia por unos “valores familiares tradicionales” de base católica, que se sitúa directamente en contra de ciertas políticas liberales, como por ejemplo las del aborto. Otra de las similitudes que comparte la vieja y nueva extrema derecha es la afección por elementos más genuinos de los tradicionales movimientos populistas y fascistas, como el liderazgo carismático: la idea de un líder salvador y protector de los ciudadanos frente a los partidos tradicionales, capaz de regenerar una sociedad que presenta alarmantes síntomas de decadencia no sólo económica y política sino también moral.

Internet como herramienta relacional

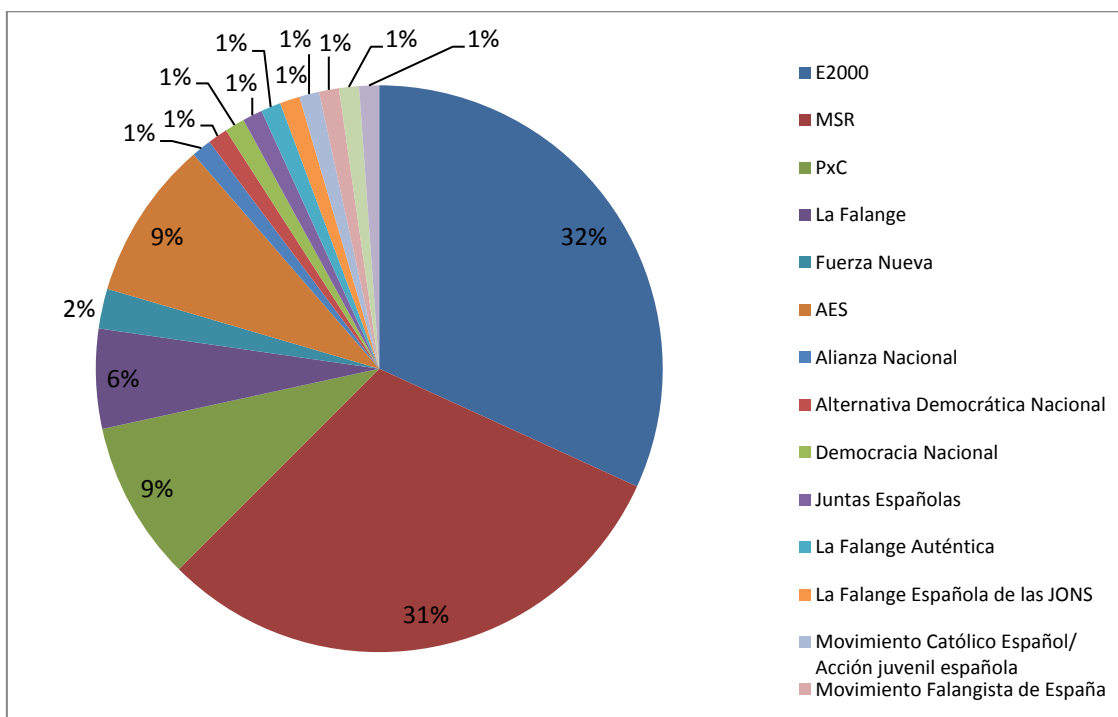
La red de partidos políticos de extrema derecha españoles en Internet, que hemos detectado en nuestro estudio de campo, comprende 92 páginas oficiales y 313 enlaces que redirigen al usuario a webs de contenido diverso y de ámbito local, autonómico, nacional e internacional.

²² El racismo biológico se vincula al establecimiento de la teoría de las razas, basada en las clasificaciones realizadas por los biólogos en sus inicios y apoyada posteriormente por los genetistas. Lévi-Strauss, considerado uno de los principales representantes del racismo biológico, señala que el vínculo existente entre el patrimonio genético a la moralidad o lo intelectual, privilegiando a determinadas razas encontraba su origen en la herencia genética (Strauss, 1993, p. 40).

²³ Antón-Mellón, 2011, p. 71.

Una de las primeras y más evidentes conclusiones de nuestro estudio es que el conjunto del espacio web ocupado por los *sites* de los partidos extremistas españoles está claramente liderado por dos formaciones: España 2000 (con un 33%) y el Movimiento Social Republicano (31%). Con menos presencia se encuentra Plataforma per Catalunya (9%) y AES (9%). El resto de partidos, de tendencia mayoritariamente nostálgica y revisionista, sólo cuentan con la web oficial (véase el cuadro 2).

Cuadro 2. Distribución de los *links* de los partidos políticos extremistas españoles



Fuente: elaboración propia.

Estas flagrantes diferencias son testimonio de distintas estrategias políticas: por una parte, están las formaciones (E2000 y MSR) que intentan ampliar su base electoral y su implantación geográfica. Por eso también son estas webs las que más se han modernizado, implementando *tools* propios del entorno 2.0. Al mismo tiempo, han incluido contenidos de proximidad, siempre relacionados con temas de actualidad o tópicos del ideario extremista: campañas en contra de la construcción de las mezquitas, la inmigración y los casos de corrupción del municipio y/o la Comunidad Autónoma en concreto.

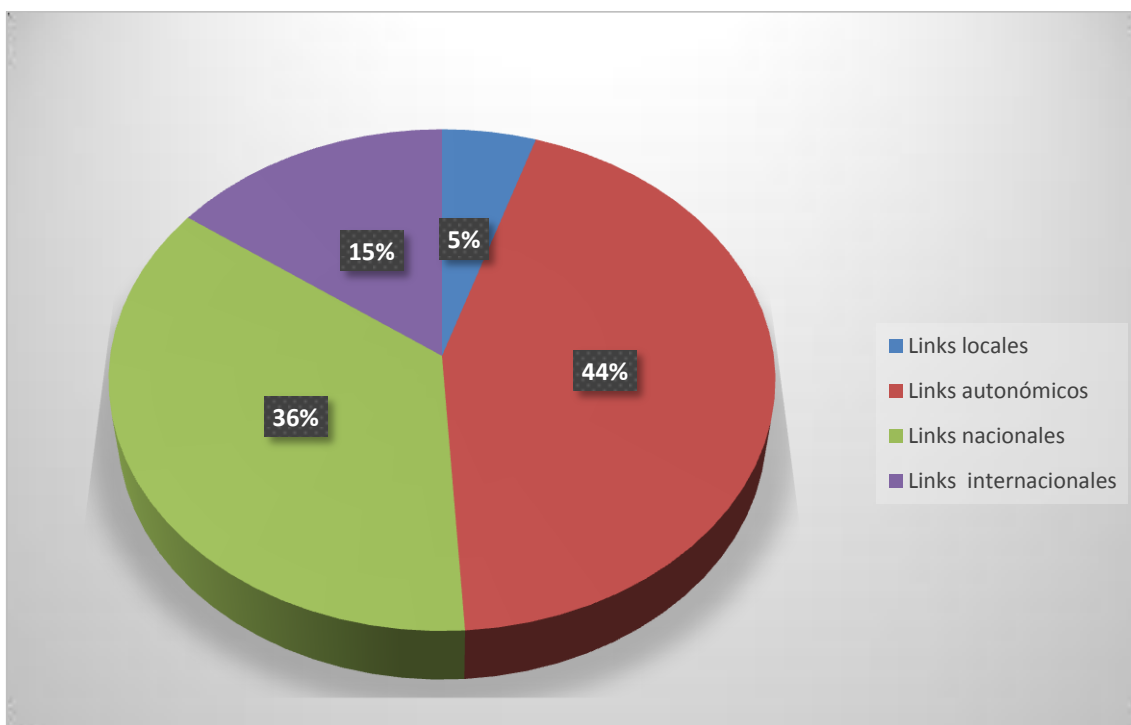
Conviene tener en cuenta que estas estrategias son precisamente las más indicadas para captar el interés y el voto de un sector joven de la población, comprendido en la franja de edad de los 15 a 20 años que, según la Fundación *Orange*²⁴ están inscritos el 98 por ciento a algún tipo de red social, un 20 por ciento más de fidelidad respecto al 78 por ciento del total de los internautas españoles (de cualquier franja de edad) que están en alguna red social. Precisamente ése es el sector de la población menos implicado en la

²⁴ Fundación Orange, 2012, p. 76.

política tradicional: alrededor del 40 por ciento de los jóvenes de 18 a 34 años prefirieron no votar en las elecciones general del 20 de noviembre de 2011, según el último barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de marzo de 2013²⁵. Un dato que coincide con el estudio de Evans²⁶ al señalar que los mejores resultados que obtienen estas formaciones son resultado de la concentración del voto en la franja de población joven –menor de cuarenta años– que presentaría una menor fidelidad electoral a las formaciones políticas tradicionales, una de las muchas razones que las predispondría a dar su voto a un nuevo partido político²⁷.

La tendencia hacia la fragmentación y la poca cohesión interna entre los partidos políticos se mantiene invariable con respecto al 2011, según los datos recogidos y las conclusiones derivadas por Caiani y Parenti. Lo que sí que es apreciable, sin embargo, es que en apenas dos años ha aumentado la proliferación de delegaciones territoriales de estas formaciones políticas extremistas: un tercio de los *links* analizados pertenecen a las páginas de las delegaciones autonómicas y locales (véase el cuadro 3). Una ramificación territorial que parece cohesionada a nivel real, pero no tanto en el dominio virtual: el espacio web extremista se caracteriza por una red de contactos –entre las formaciones políticas españolas– todavía muy poco definida y menos aún afianzada. Incluso podría decirse que existe una nula relación en línea entre ellas, a pesar de compartir –o competir por el mismo– espectro político.

Cuadro 3. Distribución de *links* locales, autonómicos, nacionales e internacionales del espacio web radical español



Fuente: elaboración propia

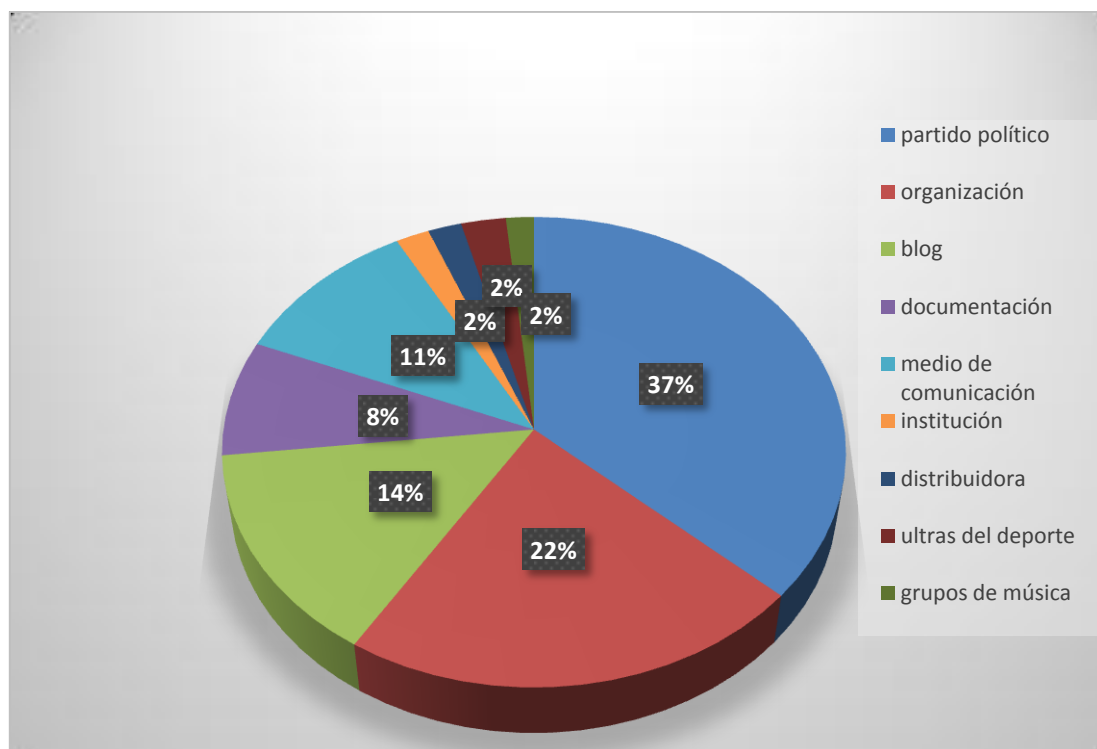
²⁵ Centro de Investigaciones Sociológicas, 2013, p. 31.

²⁶ Evans, 2005, p. 42.

²⁷ Hernández-Carr, 2012, p. 191.

No obstante, esta tendencia cambia sensiblemente cuando el análisis abarca los *links* que redirigen a otro tipo de webs que no son estrictamente partidos políticos (organizaciones, blogs personales, medios de comunicación, documentación y biografías, instituciones, distribuidoras, grupo de música, ultras deportivos). De un total de 313 enlaces estudiados, alrededor del 20 por ciento son organizaciones vinculadas a esos partidos y un 13 por ciento son blogs personales de los líderes y miembros más visibles de estas formaciones (destacan los blogs del líder de Pxc, Josep Anglada²⁸, Mónica Lora²⁹, Samuel Azor³⁰ y Ernesto Milà³¹), una línea estratégica considerada como relevante para la obtención de votos en esta familia de partidos, siempre afectos al caudillismo, también en red (véase el cuadro 4). No obstante, Eastwell³² subraya que algunos líderes carismáticos tienen un importante papel en los éxitos electorales de sus partidos. En cuanto a la organización interna de las formaciones en la red, destaca la similitud de los enlaces en el MSR. En el 95 por ciento de sus páginas incluyen la lista de todas sus delegaciones distribuidas a nivel autonómico, *links* de carácter cultural (incluye la enciclopedia Metapedia, música *wagneraria* y lecturas de *Nietzsche* en castellano) y enlaces europeos a partidos afines (*Fiamma Tricolore*, *Movimento Sociale Europeo*, *Casa Pound*, *Blocco Studentesco*).

Cuadro 4. Distribución del total de *links* encontrados en las webs de los partidos políticos radicales españoles



Fuente: elaboración propia.

²⁸ <<http://www.josepanglada.blogspot.com/>>.

²⁹ <www.monicaloracisquer.blogspot.com>.

³⁰ <<https://patriotases.wordpress.com/tag/samuel-azor/>>.

³¹ <<http://www.infokrisis.blogia.com/>>.

³² Eastwell, 2007, p. 35.

Es altamente significativo también el protagonismo –en la panoplia de enlaces habituales de las webs extremistas españolas– de los medios de comunicación: el 11 por ciento de los enlaces pertenecen a esta categoría. La mayoría no son, sin embargo, enlaces a medios generalistas, sino a sus propios canales de información. Otro dato destacable es el porcentaje de *links* destinados a webs de carácter protestatario que coinciden con los argumentos y tópicos programáticos e ideológicos de estos partidos (aborto, subida de impuestos, donaciones de sangre, desahucios) y sintonizan con el denominado discurso populista *antiestablishment* político³³ que ha sido una de las claves ideológicas –junto con el rechazo frontal a la inmigración– del notable repunte electoral que estas formaciones han experimentado en una Europa diezmada por la crisis económica que estalló en 2007.

Analizar los datos desde la metodología SNA (*Systems Network Architecture*), que permite caracterizar y comparar las estructuras relacionales que surgen cuando diferentes organizaciones o individuos interactúan, se comunican o colaboran a través de diversos procesos o acuerdos, bilaterales o multilaterales³⁴, es especialmente útil para trabajar con múltiples niveles de análisis y estructuras de datos multimodales. Hemos partido de la estrategia desarrollada por Robert Hanneman³⁵ para la elección de los individuos-sujeto, en nuestro caso, webs de extrema derecha española, entiendo que “todos los miembros de una aula, organización, club, vecindario o comunidad pueden constituir una población de este tipo. Son estos grupos o redes articuladas de manera natural. Por tanto, los estudios de redes sociales trazan a menudo en cierto modo los límites alrededor de una población que se sabe, a priori, que es una red. Alternativamente, un analista de redes puede asumir un enfoque más demográfico” o “ecológico” para definir los límites de la población³⁶.

De nuestro estudio de redes se desprende que la “distancia media” entre las organizaciones –es decir, el nivel en que otros actores deben pasar a través de un actor focal para comunicarse con el resto de los actores– es de 2’980, lo que significa que en promedio las organizaciones de esta red están a dos nodos (actores) –casi tres– de distancia el uno del otro. Por otra parte, el “grado medio” –en el lenguaje SNA el grado representa el nivel de la actividad comunicativa o la capacidad de comunicar directamente con otros– es de 4,650. Es decir que una formación de extrema derecha española está vinculada, de media, con cerca de cinco otras organizaciones. Por lo tanto, muchos actores sólo pueden comunicarse unos con otros a través de trayectorias largas. Finalmente, la densidad global –número de nexos reales en la red como proporción de los nexos totales posibles– es de 0,05. O, lo que es lo mismo, sólo el 5 por ciento de todos los posibles contactos entre las organizaciones está realmente activos (véase el cuadro 5).

³³ Rydgrén, 2005, p. 415.

³⁴ Sanz Menéndez, 2003, p. 22.

³⁵ Robert Hanneman, 2003, p. 73.

³⁶ Hanneman, 2003, p. 9.

Estas cifras revelan que la internacionalización sigue siendo una de las asignaturas pendientes de la extrema derecha española: prácticamente la totalidad de las webs siguen presentándose exclusivamente en castellano –a excepción del partido Movimiento Social Republicano, que sí ofrece la posibilidad de seleccionar varios idiomas– y Plataforma per Catalunya, que incluye la versión castellana y catalana, pero eso responde más a su marcada regionalización electoral que a ninguna voluntad políglota ni mucho menos internacionalista.

No obstante, de este indicador no deberíamos deducir que los partidos políticos españoles no tengan ningún contacto ni difusión internacionales. Cuanto menos, manifiestan un cierto interés por lo que ocurre en el marco al menos europeo: las webs españolas analizadas sí que se incluyen noticias relacionadas con partidos europeos. Los casos más destacados, en este sentido, corresponden a las formaciones con más votos recibidos en las últimas elecciones y con más delegaciones webs abiertas (E2000, PxC, MSR). Conviene tener en cuenta, además, que nuevos desarrollos tecnológicos permiten que, en entornos digitales, la traducción a otro idioma sea prácticamente instantánea, aunque no demasiado solvente. Lo que facilitaría los intercambios entre webs europeas de igual signo ideológico, aunque –obviamente– no puede considerarse un marcador útil para nuestro estudio.

En cambio –y en sentido totalmente contrario al de sus homólogos europeos– los partidos de extrema derecha españoles manifiestan una tendencia cada vez mayor hacia la regionalización: no es gratuito que la mitad de las *websites* analizadas sean de carácter local y autonómico –44 por ciento de las webs pertenecen a las delegaciones autonómicas de los partidos y un 5 por ciento a delegaciones locales–.

Una estrategia virtual que coincide, en la realidad, con la apertura de sedes locales de estos partidos y explica su auge en las urnas principalmente a escala local y autonómica, aunque con resultados poco considerables a escala nacional.

Internet como herramienta de comunicación, movilización e impunidad

Nuestro análisis de contenido de *websites* de los partidos de extrema derecha española revela la utilización de Internet como espacio de difusión de propaganda, de información periodística y de herramienta de transmisión de actividades. Los datos muestran que, desde el 2011, se ha incrementado notablemente el uso de Internet como medio de propaganda de sus campañas y ha aumentado el grado de internacionalización, ya que utilizan diseños y contenidos cada vez más similares a los de sus homólogos europeos.

Como se puede apreciar en la similitud de las temáticas recurrentes que aparecen en sus respectivas páginas *web* y que acaban por configurar una especie de prontuario ideológico compartido por todo el espectro ideológico de la extrema derecha europea: hablamos, por ejemplo, de su hincapié en la inmigración como factor causante/agravante del paro o como factor disolvente de supuestas identidades nacionales, étnicas y religiosas; también de la corrupción de la clase política o de

aquellas cuestiones más específicas de la política nacional o geográficamente localizadas, como es el caso de los desahucios en España (véase la figura 1). Una tendencia que ha variado respecto al 2011, en el que sólo un tercio de las organizaciones contenían este tipo de material (artículos, audiovisuales, cartelera, comentarios, folletos e informes de problemas políticos y sociales actuales).

Figura 1: Propaganda de webs de partidos radicales españoles e internacionales



Fuente: elaboración propia extraída de las webs de España 2000³⁸, Movimiento Social Republicano³⁹, Plataforma per Catalunya⁴⁰ y Front National.

En concreto, el contenido que más ha aumentado es el de tipo propagandístico (cartelería, folletos y audiovisuales), junto con noticias vinculadas a partidos radicales europeos. Por el contrario, se ha reducido el contenido destinado a las biografías, libros y obras de personajes nostálgicos o intelectuales tradicionales y tradicionalistas del nacionalismo español, como Franco o Primo de Rivera. Ahora este espacio lo ocupan programas e iniciativas políticas propias, comunicados, noticias de actualidad y convocatorias. Es decir que, además de modernizar el estilo visual de sus

³⁸ <<http://www.espana2000.org>>.

³⁹ <<http://www.msr.org.es>>.

⁴⁰ <www.plataforma.cat>, <www.frontnational.com>.

páginas, los partidos políticos extremistas han equiparado tanto sus contenidos como su usabilidad al de los partidos políticos hegemónicos o representados en el arco parlamentario, que suelen contar con más recursos humanos, económicos y profesionales.

En 2013 tan sólo un 5 por ciento de las webs de los partidos políticos de extrema derecha española contienen este tipo de simbología, llamémosla nostálgica. Podría decirse que la mayoría de formaciones han profesionalizado su imagen virtual para acercarse cada vez más a la de un partido político electoralmente representativo: con un aspecto –cada vez más marcado– de neutralidad ideológica y visual, pero con elementos comunes con sus homólogos europeos. Hablamos de una cierta tendencia moderadora en la presentación del discurso para conseguir que el partido salga de la posición de marginalidad electoral y de la estigmatización a la que se ve recurrentemente sometida la derecha radical europea. Un ostracismo electoral que es más evidente en el caso español, toda una excepción nacional ante el avance común europeo de las posiciones electorales de extrema derecha.

Dentro de los motivos que explicarían esta excepcionalidad española están, entre otros, “la excesiva vinculación que ha mantenido la extrema derecha española con el legado del régimen franquista, la relativa juventud del sistema democrático español, la no consolidación de la inmigración como un eje de confrontación política de primer orden y la monopolización del potencial espacio electoral de la derecha radical populista por parte del partido hegemónico de la derecha española, el Partido Popular⁴¹”.

Además, el nivel de actualización con información relativa a las actividades políticas, conferencias y jornadas ha crecido considerablemente –el 68 por ciento de las *sites*– respecto al 2011, cuando Caiani y Parenti constataron que sólo el 10 por ciento de los grupos ofrecen “documentos relacionados con las conferencias y reuniones” en sus sitios.

Por lo tanto, los nuevos datos muestran que si, hasta hace poco, la utilización de Internet por los partidos de extrema derecha española se caracterizaba sobre todo por replicar contenidos más propios de otros formatos –librarios o panfletarios– y desarrollar más bien poco los atributos más específicos del entorno 2.0 (instantaneidad, conectividad, propaganda y movilización), apenas tres años después se percibe una notable evolución de sus páginas web –en cuanto contenido, usabilidad y resolución gráfica–, que empiezan a homologarse técnica y tácticamente a las de sus correligionarias europeas.

Uno de los factores que mejor ilustran cómo y en qué sentido ha mejorado y se ha profesionalizado la utilización de Internet por parte de los partidos de extrema derecha española, es la opción de la ayuda en la navegación: el 45 por ciento contiene ya un buscador. Pero otros indicadores señalan que, para equipararse a sus correligionarios europeos, todavía les queda camino por recorrer: sigue siendo escaso –un 11 por ciento– las páginas que incorporan un contador de visitas –recordemos que era de un 60 por ciento en el caso de los partidos italianos–, aunque prácticamente la totalidad (92%)

⁴¹ Casals, 2006, p. 52.

ofrecen información de contacto –dirección de correo electrónico, dirección postal y de teléfono–.

En 2010, las páginas web apenas contenían espacios de debate e intercambio de opiniones y sólo un entre un 10 y 20 por ciento incluían *newsletter* o boletín electrónico, chats en línea, foros de discusión y/o listas de *mailing*. Esta situación se ha transformado radicalmente hasta el punto de que en 2013 prácticamente la mayoría de las webs (88%) contienen *newsletter*. Además, los espacios de foros y encuestas que, según Caiani y Parenti apenas ocupaban un lugar privilegiado en las webs españolas, ahora se han trasladado a las aplicaciones más propias del entorno 2.0, como *Facebook* y *Twitter*, cuyos enlaces están incorporados en las totalidad de las páginas (93%) y son utilizados de forma activa. Esta traslación de los espacios de debate a las redes sociales ha otorgado más libertad, anonimato e impunidad a los usuarios de estas webs, al ser más difíciles de controlar los discursos egresados o vertidos en estas redes sociales.

En cuanto a la capacidad de movilización, la extrema derecha española ha aumentado la convocatoria de actos propios en sus agendas en un 73 por ciento, aunque mantiene en niveles muy bajos la inclusión de actos ajenos pero ideológicamente concomitantes (sólo un 6,2 por ciento). Un indicador altamente significativo de la fragmentación y la falta de sinergias organizativas que sigue caracterizando a la extrema derecha.

Además, las páginas españolas –en el camino hacia su profesionalización– han implementado la geolocalización, que permite el mejor posicionamiento de las *web* en los buscadores y la localización geográfica de cualquier tipo de información, bien sea una fotografía, un *tweet*, la dirección de una empresa o una noticia. Por otra parte, y en lo que atañe a las herramientas tecnológicas usadas para la creación de las páginas, es destacable que tan sólo las webs matrices de los partidos no utilizan blogs (18) mientras que prácticamente la totalidad de las páginas subsidiadas –generalmente, sedes locales– se construyen como *blogs*, mayoritariamente a través de *Blogger* (88%), y *WordPress* (11%) –tan sólo ha aparecido un caso de la creación en el portal Terra–. Esta tendencia se explica por la facilidad, rapidez, mantenimiento y el menor coste que implica la creación de *blogs*, a diferencia de las *webs*, que requieren para su puesta en marcha y mantenimiento de una mayor competencia profesional y de una también mayor inversión económica.

Finalmente conviene destacar que, en todo aquello que tiene que ver con la promoción de una identidad colectiva y las estrategias de refuerzo del sentido de pertenencia a una comunidad –dos de las estrategias señeras y más emblemáticas de la extrema derecha, tanto de la clásica como de la moderna– los datos de nuestro estudio muestran el especial interés que se toman estos partidos en definir claramente su identidad y sus objetivos inmediatos como grupo político: el 84 por ciento de los *webs* de partidos tienen una sección denominada “Quiénes somos” o “Nosotros” donde incluyen el organigrama del partido –en el caso de las páginas principales– o, en el caso sobre todo de las autonómicas y regionales, las referencias al representante político en ese territorio. Es significativo también –hablando desde el plano ideológico– que el tradicional discurso basado en la afirmación de una supuesta identidad cultural propia, endémica y trascendente se haya visto progresivamente complementado con aquellos otras líneas discursivas, más inmanentes, que pretenden defender la sociedad y los

valores occidentales frente a la amenaza que, según un tropo ya clásico de estos partidos, representa el Islam⁴².

Conclusiones

Una de las consecuencias inevitables de los últimos éxitos electorales de los partidos de la nueva extrema derecha europea consiste en que, dada su capacidad para influir en los debates y la agenda política nacional e internacional, se han convertido en un actor político de primer orden en la Europa de las tres últimas décadas. España, que parecía uno de los pocos países europeos ajenos a este fenómeno político, ha visto en cambio cómo, en apenas cinco años, ha ido aumentando y consolidándose progresivamente el suelo electoral de esta familia de partidos. Un aumento que se ha traducido en 100.000 votos, pero que también es rastreable en el desarrollo y la mejora de una nueva utilización estratégica del espacio *web*, donde las medidas de seguridad democráticas son mucho más flexibles y permiten salvar las –en el caso de España, pocas– barreras legales que los partidos y grupos de extrema derecha puedan encontrarse en su andadura política.

De nuestro estudio se desprende que la totalidad de partidos de extrema derecha españoles tienen un espacio *web* –incluso aquellos más nostálgicos y revisionistas nacidos en los años ochenta– y que la cifra de las *sites* a escala local creadas es muy alta, si la comparamos con otros países europeos como Italia, donde se han detectado unas 54 *webs*⁴³. Esta cifra se ha incrementado durante el período 2011-2013, lapso temporal que coincide nada casualmente con el agravamiento de la crisis económica y financiera, lo que ha permitido –junto a muchos otros factores, aunque quizás no de tanta relevancia– a algunos partidos extremistas españoles empezar a obtener resultados significativos en las urnas, sobre todo en los comicios autonómicos y locales. Pero, además, no sólo ha aumentado el número de *webs*, sino también su profesionalización y modernización, tanto en el diseño como en el contenido ideológico y propagandístico, como lo demuestra por ejemplo el progresivo abandono –por parte de algunas formaciones de reciente creación, sobre todo PxC y MSR– de imágenes y símbolos que evoquen, homenajeen o recuerden al franquismo y el nacionalsocialismo, atributos programáticos tradicionales de estas formaciones hasta hace bien poco.

Por otra parte, si bien no ha crecido el número de partidos políticos radicales respecto al año 2000, sí se ha roto la tendencia a la excesiva fragmentación, concentrándose la oferta política extremista principalmente en tres formaciones que han conseguido implementarse a escala autonómica y regional, tanto en lo que se refiere al espacio *web* como al representativo. Los partidos extremistas españoles empiezan, por tanto, a aprovechar la instantaneidad, impunidad y amplitud de alcance que ofrece Internet para pergeñar, en apenas dos años, una estrategia de comunicación y organización propias en el espacio digital, que en muchos casos está más avanzada que la de los partidos hegemónicos, que sólo utilizan internet como una herramienta complementaria a la de los otros –y mayoritarios– canales de información que ya controlan o a los que tienen un acceso privilegiado, como la televisión, la radio y la prensa escrita.

⁴² Hernández-Carr, 2012, p. 284.

⁴³ Caiani y Parenti, 2011, p. 12.

La investigación muestra que las *webs* extremistas españolas empiezan a establecer su propia estrategia de comunicación; una estrategia que gira en torno a los ejes programáticos de participación –que aglutina los procesos de identificación o simpatía ideológica– y movilización –que canaliza y vehicula en la acción política esas previas estrategias de identificación–, aprovechando los muchos intersticios y las numerosas grietas que la agudización de la crisis económica está abriendo en el edificio político de los estados europeos. Estas vías se desarrollan en el caso español a través de las redes sociales: prácticamente la totalidad de las *webs* pseudo o institucionales de estos partidos incorporan enlaces a las redes sociales *Facebook* y *Twitter* y se han eliminado los tradicionales canales de comunicación y discusión –chats, foros y encuestas–. Uno de los motivos es el escaso control y seguridad que existe y permiten las redes sociales, lo que las convierte en un instrumento idóneo para difundir todo tipo de contenido, incluso aquel que roza la legalidad, a diferencia de los canales de intercambio de opinión incorporados en las *webs* oficiales. El uso de las redes sociales permite, además, conectar –tanto tecnológica como ideológicamente– con aquellas franjas de edad más jóvenes y alejadas de los discursos y la identificación política tradicionales que, además, está alfabetizada digitalmente, lo que conforma un *target* electoral especialmente apetecible de futuros simpatizantes, militantes o votantes.

Estas nuevas estrategias comunicativas se ven además especialmente favorecidas en el caso español por su mayor debilidad legislativa en cuanto a restricción de la actividad o ilegalización de partidos políticos (Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos), en contraste con lo que sucede en la mayoría de los países democráticos –especialmente en Alemania, que tiene una muy restrictiva normativa jurídica contra los delitos de incitación al odio– que admiten la ilegalización de partidos por razones estrictamente ideológicas, sin que medie correlación terrorista ninguna. En España la causa de ilegalización de un partido nunca son las ideas que defiende y los objetivos que propugna, sino las actividades y las conductas que lleva a cabo, con la cautela añadida de que sean “realizadas de forma reiterada y grave”. Sólo en ese caso un partido puede ser considerado contrario, tanto en su ideario como en su programa político, al Estado democrático de derecho. Lo que se ha traducido en la práctica en que los partidos y grupúsculos españoles de inspiración extremista disfruten de una mayor facilidad e impunidad a la hora de difundir sus mensajes que la que han tenido sus homólogos europeos. O al menos que lo hayan hecho sin tantas restricciones ni cortapisas legales.

Claro que eso también podría ayudar a explicar por qué los partidos de extrema derecha españoles no hayan echado de menos –al menos hasta hace bien poco– la impunidad que ofrece Internet. Ni tampoco que hayan necesitado maquillar sus propuestas doctrinales con una barniz de neutralidad discursiva, como sí se han visto obligados a hacer la mayoría de sus homólogos europeos.

Recursos digitales y bibliográficos

ANTÓN-MELLÓN, Joan. La teoría de la nueva derecha europea. *Claves de Razón Práctica*. 2014, vol. 2, núm. 14, p. 26-37.

ANTÓN-MELLÓN, Joan. *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid: Tecnos, 2006.

ANTÓN-MELLÓN, Joan. Las benévolas de J. Littel. La cosmovisión nacionalsocialista. *Claves de Razón Práctica*. 2011, vol. 6, núm. 213, p. 68-72.

ANTÓN-MELLÓN, Joan. *El fascismo clásico (1919-1945) y sus epígonos*. Madrid: Tecnos, 2012.

BETZ, Hans-Georg. *La droite populiste en Europe. Extrême et démocrate?* Paris: Autrement, 2004.

BLUMLER, Jay; KAVANAGH, Dennis. La tercera era de la comunicación política: Influencias y características. *Comunicación Política*. 1999, vol. 3, núm. 16, p. 209-230.

BURRIS, Val.; SMITH, Emery. *et al.* White supremacist networks on the Internet. *Sociological Focus*. 2000, vol. 2, núm. 33, p. 215-235.

CAIANI, Mariana; PARENTI, Loisa. The Spanish extreme right and the Internet. *Análise Social*. 2011, vol. 4, núm. 17, p. 719-740.

CASALS, Xavier. *Ultrapatriotas. Extrema derecha y nacionalismo de la guerra fría a la era de la globalización*. Barcelona: Crítica, 200 p.

CASERO, Ángel. Los websites de los partidos políticos: nuevos instrumentos de la comunicación corporativa en el escenario online. *Razón y palabra*. [En línea]. Febrero-marzo 2007, núm. 55. [Consulta: 11 de octubre de 2015]. <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/acasero.html>>.

CENTRO SIMON WIESENTHAL. How Social Media Outlets Impact Digital Terrorism and Hate. En: *Centro Simon Wiesenthal*. [En línea]. 13 de mayo de 2009. [Consulta: 15 de noviembre de 2015]. <<http://www.wiesenthal.com/atf/cf/%7B54d385e6-f1b9-4e9f-8e94-890c3e6dd277%7D/NY-RELEASE.PDF>>.

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS. Barómetro de opinión. [En línea]. Madrid: CIS, 2013. [Consulta: 8 de noviembre de 2015]. <http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14010>.

EATWELL, Roger. Hacia un nuevo modelo de liderazgo carismático de derecha. En SIMÓN, Miguel Ángel (ed.). *La extrema derecha en Europa desde 1945 a nuestros días*. Madrid: Tecnos, 2007.

EVANS, Jocelyn. The Dynamics of Social Change in Radical Rightwing Populist Party Support. *Comparative European Politics*. 2005, vol.12, núm.3, p. 76-101.

FISCALÍA PROVINCIAL DE BARCELONA. SERVICIO DE DELITOS DE ODIO Y DISCRIMINACIÓN BARCELONA. *Memoria de delitos de odio*. Barcelona: Fiscalía Provincial de Barcelona Servicio de Delitos de Odio y Discriminación, 2010.

FUNDACIÓN ORANGE. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de información en España. En *Fundación Orange*. [En línea]. 14 de julio de 2014. [Consulta: 15 de noviembre de 2015]. <www.proyectosfundacionorange.es/docs/eE2012.pdf>.

HANNEMAN, Robert. *Introducción a los métodos del análisis de redes sociales*. California: Universidad de California Riverside, 2003.

HERNÁNDEZ-CARR, Aitor. Inmigración y desafección política en el espacio local: el caso de Plataforma per Catalunya. *IX Congrés sobre Democràcia: inclusió i diversitat*. Málaga: Universitat de Màlaga, 2008, p.12-16.

HERNÁNDEZ-CARR, Aitor. La derecha radical populista en Europa: discurso, electorado y explicaciones. *Revista española de investigaciones sociológicas*. 2001, vol. 4, núm. 136, p. 141-160.

IGNAZI, Piero. *Extreme Right Parties in Western Europe*. Oxford: Oxford University Press, 2003.

LACLAU, Ernest. *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2005.

LÉVI-STRAUSS, Claude- *Raza y Cultura*. Madrid: Cátedra, 1993.

MANCINI, Paolo. *Manuale di comunicazione pubblica*. Roma: Laterza, 2002.

MAYER, Nonna. Le vote Front National au pluriel. *Le Banquet*. 2002, vol. 2, núm. 10, p. 65-89.

MAZZOLENI, Giorgio; SCHULZ, Walter. Un desafío para la democracia: la mediación de la política. *Comunicación Política*. 1999, vol. 3, núm. 16, p. 47-261.

MCQUAIL, Dennis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2000.

MÉNDEZ, Antonio. *Perspectivas sobre comunicación y sociedad*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València, 2004.

MOVIMIENTO CONTRA LA INTOLERANCIA. *Informe Especial Raxen. Europa en Crisis: Tolerancia o Barbarie: Racismo, Xenofobia e Intolerancia en Internet*. Madrid: Movimiento contra la Intolerancia, 2012.

MUDDE, Cas. *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007.

NORRIS, Pippa. *Derecha radical. Votantes y partidos políticos en el mercado*. Madrid: Electoral Akal, 2005.

NAVARRO, Beatriz. La UE financia las actividades de partidos de extrema derecha. *La Vanguardia*, 15 de marzo de 2011, p. 14.

Asamblea General de Naciones Unidas. Declaración contra el Racismo, la Discriminación Racial. *Naciones Unidas*. Sudáfrica: Naciones Unidas, 2001.

QIN, Joice; ZHOU, Yannis; *et al.* Analyzing terror campaigns on the Internet: Technical sophistication, content rightness and web interactivity. *International Journal of Human Computer Studies*. 2007, vol. 3, núm. 65, p. 71-84.

PARDOS, Sergio; MOLINS, Joaquim. The emergence of rightwing radicalism at the local level in Spain: the Catalan case. *International Journal of Iberian Studies*. 2010, vol 3, núm. 22, p. 201-218.

RODRÍGUEZ, Jose Luís. De la vieja a la nueva extrema derecha, pasando por la fascinación por el fascismo. *Historia Actual on line*. [En línea]. 2006, núm. 9 [Consulta: 8 de septiembre de 2015]. <<http://www.historia-actual.org/Publicaciones/index.php/haol/article/view/138>>.

RYDGREN, Jens. *The populist challenge: political protest and ethno-nationalist mobilization in France*. New York: Berghahn Books, 2004.

RYDGREN, Jens. Is Extreme Rightwing Populism Contagious? Explaining the Emergence of a New Party Family. *European Journal of Political Research*. 2005, vol. 12, núm. 44, p. 413-437.

SANZ, Luís. Análisis de Redes Sociales: o como representar las estructuras sociales subyacentes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*. 2003, vol. 7, núm. 6, p. 21-29.

SCOTT, John. *Social Network Analysis: an Handbook*. London: Sage, 2000.

TAGUIEFF, Pierre André. Las metamorfosis ideológicas del racismo y la crisis del antirracismo. En: ALVITE, Juan Pedro (coord.). *Racismo, antirracismo e inmigración*. Donostia: Hirugarren Prensa, 2005.

TAGUIEFF, Pierre André. Interpretar la ola populista en la Europa contemporánea: entre resurgencia y emergencia. En: SIMÓN, Miguel Ángel (ed.). *La extrema derecha en Europa desde 1945 a nuestros días*. Madrid: Tecnos, 2007.

VALERO, Carmen. Ataques xenófobos y amenazas a musulmanes en Alemania. *El Mundo*, 12 de enero de 2016, p. 5.

VALLÈS, Josep M. *Ciencia Política*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A, 2000.

©Copyright: Anna I. López Ortega, 2016

©Copyright: Aracne, 2016

Ficha bibliográfica:

LÓPEZ ORTEGA, Anna I. La estrategia de la nueva extrema derecha española en Internet. *Ar@cne. Revista Electrónica de Recursos de Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, nº 205, febrero de 2016, 23 p. [En línea]. <<http://www.ub.edu/geocrit/aracne/aracne-205.pdf>>. ISSN: 1578-0007.