

De la derecha a la ultraderecha Nuevos discursos, nuevas tribunas

TERCER NETWORKING EN HISTORIA ACTUAL

Barcelona, Universitat Autònoma, 3 de marzo, 2017



El pasado mes de marzo el GReHA organizó la Tercera Networking en Historia Actual, la segunda dedicada a la nueva ultraderecha con el título genérico: *From the Right Wing to the Far Right: New Discourses, New Stages*. En esta ocasión, en efecto, se hacía hincapié en la importancia que habían tenido lenguaje y discurso en el reciente auge de la ultraderecha en Europa y América. Ese interés venía reforzado por las noticias sobre la trascendencia de Facebook en la reciente victoria electoral de Donald Trump, el protagonismo de Robert Mercer en ello (y también en el triunfo del Brexit tras el referéndum de junio de 2016 en el Reino Unido), la polémica levantada por el concepto de la “postverdad”, las obras y análisis de autores especializados como Evgeny Morozov, Andrew Keen o el sociólogo Dan Ariely y en general, el auge de la ultraderecha en los Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Holanda y Austria.

Precisamente por ello habían sido invitados expertos en el análisis del discurso político como los profesores Barbara De Cock (Université catholique de Louvain) y Maarten van Leeuwen (Universiteit Leiden) y en el recurso a los medios de comunicación y redes sociales, como los investigadores del Reuters Institute (Oxford), Heidi T. Skjeseth y Alexander Fanta. Por parte de las universidades catalanes participaron los profesores Enric U. Da Cal (Universitat Pompeu Fabra), Francisco Veiga (Universitat Autònoma de Barcelona) y Steven Forti (Universitat

Autònoma de Barcelona) y los doctores e investigadores Carlos González Villa (Center for Advanced Studies – South Eastern Europe, Sveučilište u Rijeci) y Mairiona Lloret (Universitat Pompeu Fabra), así como la doctora en Arquitectura Jelena Prokopljević (Institut Ramon Llull).

El evento comenzó a las 10 de la mañana del día 3 de marzo y se prolongó hasta las 18 horas, con un flujo muy vivaz de intercambio de ideas, informaciones y opiniones. En líneas generales, se siguió una dinámica de análisis que iba desde un primer nivel, con discusión de ideas preliminares, a un segundo nivel más centrado en el núcleo de la temática central y las conclusiones finales. También se prestó cierta tención a consensuar y acuñar algunos conceptos nuevos.

En líneas generales, las conclusiones obtenidas pueden recapitularse así:

a.- En el contexto global de deconstrucción de los mensajes políticos tradicionales, hasta ahora articulados y estructurados, viene cobrando relevancia el “microdiscurso”, la “actitud”, la gestualidad, canalizados frecuentemente a través de las redes sociales. En ocasiones, esta tendencia desemboca en sentimientos primarios. Según otro planteamiento recogido por Andrew Keen (*Internet no es la respuesta*, 2015) la emoción que más se propaga por redes sociales es la ira, seguida a mucha distancia por la alegría. Somos más dados a compartir nuestra indignación con los desconocidos que la alegría (p. 210). Esta ira no posee un color político determinado, pero es evidente que las opciones radicales son las que salen más beneficiadas. [Concepto: “*haters on line*”].

La mentira es otro de los factores que ha cobrado relevancia en las redes sociales y los medios de comunicación, a raíz del Brexit, así como la campaña electoral de Donald Trump y su estrenada presidencia, asociada a conceptos como la “postverdad”. – Sin embargo, a partir de los trabajos de Dan Ariely catedrático de Psicología y Economía conductual en la Universidad de Duke, queda en evidencia que la mentira descarada ha tenido mucho que ver con recientes escándalos financieros como el desastre de Enron o la misma recesión de 2008. Precisamente, el estilo del presidente Trump parece tener mucho que ver con una mentalidad de hombre de negocios agresivo: no importa exagerar o mentir con tal de vender el producto.

b.- En ese proceso, la izquierda ha perdido mucho terreno frente a una ultraderecha que se beneficia más del discurso desestructurado y primario en redes sociales, reforzado además por la utilización de robots (bots) que amplifican y difunden el impacto de este lenguaje. La izquierda, inmersa en unas tácticas de naturaleza ritualista, cargadas con una pesada dosis de fatalismo” (Nick Srnicek

& Alex Williams, *Inventar el futuro. Poscapitalismo y un mundo sin trabajo*, 2016) ha tendido al victimismo y a la desorientación y le han faltado reflejos para encarar la "ofensiva desestructural" de la ultraderecha (Concepto: "Weeping Left"). En este sentido, la ultraderecha actual parece poseer una estructura antifrágil, en términos de Nassim Nicholas Taleb (*Antifrágil. Las cosas que se benefician del desorden*, 2013).

c.- En realidad, casi se podría hablar de un fenómeno que denominamos "*Mayo del 1968 Invertido*". En mayo de 1968, los manifestantes de la izquierda radical parisina organizaron lo que parecía ser una revolución inminente, espontánea y desorganizada que no era tal. Y recurrieron a un arsenal de eslóganes que buscaban "*épater les bourgeois*". La televisión, medio dominante, era el vehículo de esas imágenes. Hoy en día, las redes sociales son el medio dominante y las frases y gestos para escandalizar a los bienpensantes políticamente correctos, son concebidos y difundidos en ellas por la extrema derecha. De hecho, forman una verdadera "*cultura del troll*" (concepto), basada en la suposición de Andrew Keen sobre los *haters on line*. La *quenelle* (ideada por el cómico francés Dieudonné) es otro ejemplo válido: un gesto que se supone antisemita pero es además gamberro. Es la nueva derecha iconoclasta versus la " *Weeping Left* ", que ha caído en la trampa neoliberal de lo políticamente correcto. Ahí es donde la extrema derecha está obteniendo votos, no en serias campañas políticas. Ese espíritu une a Marina Le Pen con Trump o Farage. El formato de frase corta de las redes sociales es el campo de acción perfecto.

d.- Este efecto refuerza a escala popular la perspectiva de que el neoliberalismo globalizador ha sufrido un revés importante con el cambio político acaecido en los Estados Unidos y también en el Reino Unido con el Brexit. Si precisamente las potencias que lideraban a escala internacional ese proceso han virado dramáticamente hacia el proteccionismo nacionalista, parece evidente que los países de la Unión Europea han quedado situados en una posición incómoda. La ultraderecha bebe en parte de esa situación al señalar a Estados Unidos y Gran Bretaña como modelos a seguir a fin de desmontar la Unión Europea y aplicar políticas proteccionistas, en lo económico y en lo social (ante la crisis de los refugiados). Lo cual en parte coincide con el programa de la izquierda radical, que la ultraderecha ha venido fagocitando en países como Austria y Francia. Por lo tanto, la ultraderecha europea se ha venido posicionando como una eficaz gestora del cambio, desde la globalización neoliberal a unas políticas populistas supuestamente más sociales a partir de posiciones proteccionistas y antiglobalización.

e.- Para concluir, el auge de la ultraderecha no quiere decir que forzosamente lleve a repetir la historia, con la reaparición de un Hitler y una nueva guerra eu-

TÍTULO DEL MONOGRÁFICO

ropea, un nuevo 1939. De la misma forma que la izquierda marxista no logró volver a desencadenar una revolución como la soviética de 1917 en el mundo occidental, la ultraderecha e incluso el neofascismo no tienen por qué volver a ser lo que fueron entre 1919 y 1945. No sería descabellado considerar que el siglo XXI también traiga un desgaste fatal para esa opción política, que estaría jugando ahora mismo una batalla de retaguardia.