

## Internet, campo de batalla de la extrema derecha

---

XOÁN VÁZQUEZ :: 01/11/2018

El término “fachosfera” alude a la 'Patriosphere' para designar una extrema derecha que ha hecho de Internet uno de sus principales campos de batalla

En los últimos días circula en Internet y en las redes sociales, un llamamiento a bloquear Francia el próximo 17 de noviembre contra el aumento del precio de los carburantes. La convocatoria va acompañada de un video viral con más de 2 millones de visitas que ha sido realizado por el bloguero Frank Buhler, uno de los impulsores de la denominada 'Patriosphere' (Patriosfera).

Como señala en un comunicado la Union Syndicale Solidaires: “Detrás de este video, hay un interés oportunista cuya preocupación no es la defensa de los intereses de los trabajadores, ni la política de planificación, ni la ecología. Debemos negarnos a transmitir sus mensajes y videos e informar a aquellos que transmiten estas convocatorias de buena fe sobre el origen y la manipulación que constituyen”.

Las sospechas de la organización sindical se vieron corroboradas ayer cuando los líderes ultraderechistas franceses Marine Le Pen y Nicolas Dupont-Aignan hicieron un llamamiento apoyando la convocatoria.

Pero, ¿qué es la *Patriosphere*?

La presencia en Internet de sitios y redes sociales de “información” dedicados a difundir la ideología de la extrema derecha y sus acciones es un fenómeno que en Francia se remonta a principios de la década de 2000.

En un principio Internet se volvió necesario para pequeños grupos que sólo incluían unos pocos miembros pues una web o una red social permite una multiplicación de la militancia. La debilidad numérica es reemplazada por un hiperactivismo virtual que permite a muchos insertarse en una verdadera lucha cultural y/o política.

En 2016 se publica el libro de David Doucet y Dominique Albertini “*La Fachosfera. Como la extrema derecha gana la batalla de Internet*”. En él se acuña el término “fachosfera” para referirse a la Patriosphere y para designar una extrema derecha que ha hecho de Internet uno de sus principales campos de batalla. Un movimiento cuyas ambiciones son acordes con su dinamismo pues, según la empresa Linkfluence, especializada en análisis web, esta fachosfera es “el entorno político que más ha progresado en Internet” entre 2007 y 2013.

La Patriosphere como “red” que incluye webs, blogs, youtubers y cuentas de Facebook y Twitter surgió cuando la extrema derecha, que se considera a sí misma maltratada por los medios tradicionales, vio Internet como un lugar donde invertir para llegar al público directamente. La mayoría de sus principales actores actúan como grupos de presión y tratan de influir en el debate público.

Encargada de transmitir las posiciones políticas más reaccionarias, la Patriosphere no tiene nada de medio homogéneo: su diversidad es la de la extrema derecha. Allí cohabitan identitarios y católicos tradicionalistas, neonazis y derecha alternativa que se definen a sí mismos como un reagrupamiento de patriotas unidos por “un mismo combate contra la dictadura de la izquierda, la invasión de los inmigrantes y el Islam”.

### **“Armas de intoxicación masiva”**

Así denominaba Dominique Albertini, en un artículo publicado en el diario *Liberation*, al entramado de webs, blogs y cuentas de Facebook, y Twitter gestionadas por la ultraderecha.

Con más de un millón de visitas mensuales, Fdesouche, es el sitio más conocido de la Patriosphere. Consiste en una compilación de artículos angustiosos relacionados con el Islam y la inmigración. Su peculiaridad se debe a que se han extraído de los medios de comunicación o redes sociales “tradicionales” y van acompañados de comentarios del equipo de Fdesouche con el objetivo de alentar a sus lectores a “expresarse” sobre los temas más delicados.

Estas opiniones de los lectores sirven después para impulsar campañas de presión sobre políticos locales que han concluido con prohibiciones de conciertos de rap o negativas de solicitudes de apertura de mezquitas.

Autor de la frase “Marx en Francia votaría al Frente Nacional”, Alain Sorel es una de las “estrellas” de la “fachosfera”. Admirador de De Gaulle, Le Pen y Putin, ha convertido su organización-web “Egalité et Reconciliation” en una empresa rentable y un verdadero centro de formación ideológica del antisemitismo.

Antiguo militante del PCF y del Frente Nacional y luego candidato de la lista antisemita impulsada por el “humorista” Dieudonné, que ahora comparte con él un lucrativo negocio en la web de venta de camisetas, DVD y libros como *Mein Kampf*, Sorel es un provocador nato.

El 6 de julio de 2013, publicó un video comentando el asesinato del antifascista Clément Méric, al que insulta y describe como “burlón” y “grotesco”, burlándose de su físico. El video también incluye una declaración de Sorel solidarizándose con los neonazis como “minoría oprimida” y anunciando el envío de dinero a Esteban Morillo, el asesino de Clément.

Además de Frank Buhler, otro bloguero ultraderechista, el bretón Boris Le Lay brilla con luz propia en la fachosfera. Con ayuda de la cámara, discute de sus muchas obsesiones: el Brexit, el “judeo-trotskyismo”, la “cruzada” contra “la secta mahometana”. Su violencia verbal le ha valido muchas condenas, incluidos dos años de prisión tras una diatriba virulenta contra un magistrado negro.

También se le considera autor de la publicación en un sitio web de los nombres y direcciones de treinta personas (activistas asociativas LGBT +, solicitantes de asilo, feministas, y artistas).

La pasada semana ha vuelto a ser noticia porque, según el diario *Le Monde*, el fiscal François Molins convocó sumariamente a nueve operadores de telecomunicaciones, entre ellos Orange, Bouygues, SFR y Free, para bloquear el sitio web “Démocratie Participative”. Ésta es la primera vez que algo así sucede en Francia.

Según *Le Monde*, Boris Le Lay es el administrador de este sitio creado hace dos años y lleno de artículos racistas, antisemitas, homófobos e islamófobos. El sitio incluye un llamamiento a la participación en la convocatoria del 17N que “debe ser una manifestación contra el pillaje financiero judío”.

La particularidad de este sitio es que está alojado en los EEUU. Por lo tanto, es difícil aplicar la ley francesa ya que el anfitrión de la plataforma está detrás de la primera enmienda a la Constitución de los EEUU, una enmienda que protege la libertad de expresión [según en qué casos].

Jean-Yves Le Gallou es uno de los teóricos de la “reinformación”. Procedente de la Nueva Derecha, fue a mediados de la década de 1980 el teórico que ayudó al Frente Nacional a desarrollar su teoría de la “preferencia nacional”. En 2002 abandonó la lucha política para reorientarse hacia la lucha cultural y la “reinformación”.

En 2003, creó la Fundación Polemia, activa en Internet, con el objetivo de combatir la “corrección política” de los medios tradicionales. Cada año, la fundación otorga “Golden Bobards”, con la intención de resaltar las supuestas mentiras de los medios dominantes en temas como inmigración, Islam... etc.

Para difundir las tesis de la extrema derecha, especialmente las identitarias, creó en 2014 *TV Libertés*, un canal de televisión en Internet. También es cofundador, en 2014, del Instituto Iliade, que promueve el pensamiento del historiador de extrema derecha Dominique Venner sobre la continuidad étnica de la población europea desde tiempos prehistóricos.

## **La fachosfera se internacionaliza**

En un extenso artículo de Agnese Marra, UnivisionNoticias se hacía eco hace unos días de la noticia de que WhatsApp, la red de mensajería móvil perteneciente a Facebook, había tenido un rol fundamental en los comicios que han llevado a la presidencia de Brasil al ultraderechista Jair Bolsonaro. Sin participar en debates televisivos ni hacer campaña en las calles, el excapitán del Ejército y su equipo han hecho de esta aplicación su pilar propagandístico para promover “fake news”.

El WhatsApp es la red más usada en Brasil. Al menos 120 millones de votantes, de los 147 millones que constituyen el electorado, consultan más de treinta veces al día esta aplicación. El 66% de ellos reconoce que consume y comparte información política a través de esta mensajería móvil. Y el 90% pertenece a uno o más grupos de WhatsApp, lo que facilita la difusión de propaganda y la desinformación electoral.

Señala la periodista Agnese Marra en su artículo que: *“Como sucedió en las elecciones estadounidenses en las que salió elegido Donald Trump y en los recientes comicios*

*mexicanos y colombianos, las fake news -en el caso de Brasil transmitidas mayoritariamente a través del WhatsApp- también se han convertido en el pilar propagandístico de la campaña”.*

*“Jair Bolsonaro es el político de Brasil con más seguidores en Facebook (8 millones) y en Twitter (casi 2 millones). Desde hace dos años, un ejército de jóvenes trabaja de manera voluntaria para gestionar sus videos y apariciones en las redes, crear y distribuir memes y fake news. Pero en esta campaña también se han sumado profesionales como la empresa de medios digitales AM4”.*

Del caso Trump habla Agustín Prats en un texto sobre el extremismo en Internet publicado en la web United Explanations: *“El ascenso y victoria de Trump en el camino hacia la Casa Blanca se debe, entre otros factores, a una muy bien elaborada campaña digital multiplataforma. En contrapartida a Hillary Clinton, cuya estrategia de marketing tuvo un cariz menos innovador -gran difusión televisiva-, Trump centró sus esfuerzos en la red. En Facebook, por ejemplo, se consolidaría como uno de los mayores recaudadores de dinero durante toda la campaña con hasta 250 millones de dólares -un 74% de los 334,8 millones totales que recaudó por su parte-. Mientras, en la red del pajarito marcaba con titulares de 140 caracteres una campaña que parecía a golpe de tweet; y cuando la misma estaba en sus momentos más cruciales, bombardeó a los estados indecisos con todo tipo de video-anuncios en YouTube.”*

Pero los casos Trump y Bolsonaro no son una excepción. En Europa, por ejemplo, la extrema derecha no sólo ha ocupado portadas por sus éxitos en las urnas o por la amenaza de tal éxito, sino que también están viviendo una época dorada en Internet. Si echamos una ojeada a Facebook, podremos ver que algunos de esos partidos de ultraderecha superan abrumadoramente en seguidores a partidos de izquierda o de derecha moderada.

Los 579.000 seguidores en Facebook del partido xenófobo y antinmigrante, UKIP; los 455.000 del Rassemblement National (antiguo Frente Nacional); o los 165.000 de Vox desconciertan a los analistas que se extrañan de que la ultraderecha esté utilizando Internet, que se suponía la esencia misma de la apertura, el progresismo y la tolerancia, para promover ideales opuestos. Sin embargo, lo cierto es que la extrema derecha a menudo ha acogido con entusiasmo los avances tecnológicos y desde los inicios de Internet se percató de su gran utilidad.

En los años 90 los supremacistas blancos de *Stormfront* fueron el primer movimiento político de EEUU que puso en marcha un sistema de boletín electrónico (BBS), que en aquel momento era una mezcla entre un foro y un sitio web, y en los ochenta fue la principal vía de acceso a la red para los primeros internautas. En 1995 Stormfront ya había conseguido convertir su sistema de boletín electrónico en una página web gestionada por el exlíder del KKK Don Black que afirmaba que el objetivo de la web era “proporcionar un medio de comunicación alternativo” y crear una comunidad virtual para el fragmentado movimiento de nacionalistas blancos.

Durante los años 2000, el Partido Nacional Británico, de extrema derecha, fue el partido del país con la página web más activa y mejor diseñada y actualmente es la derecha alternativa en EEUU quien está sacando más rentabilidad a Internet, pues solo representa una pequeña

fracción de la extrema derecha de EEUU y su influencia es considerablemente superior a su tamaño.

### **Redes propias y cambio de estrategia**

Cuando las redes sociales empezaron a cerrar o expulsar a [unos pocos] movimientos de extrema derecha, estos -que parece que se mueven bien por Internet- comenzaron a crear sus propias estructuras.

**Gab:** una red social para miembros de la extrema derecha creada en 2016 y desde ayer inactiva. Los mensajes antisemitas encontrados en su plataforma, firmados por el asesino de Pittsburgh, que causó once víctimas este 27 de octubre en una sinagoga ha provocado que el 28 de octubre se viese obligada a interrumpir su actividad y permanece actualmente inaccesible censurada por su proveedor de servicios de Internet.

**Metapedia:** creada por jóvenes suecos siguiendo el modelo de la célebre enciclopedia colectiva, acoge a los expulsados de sus páginas por los moderadores de Wikipedia. Poco a poco ha ido extendiéndose en nueve países de la Unión con la intención de “influir en los debates políticos y filosóficos y en la forma de presentar la cultura y la historia”.

**Altermedia:** ofrece en 17 países de la Unión una tribuna a los movimientos de la derecha identitaria que quieren disputar a la izquierda su tradicional supremacía en el campo ideológico y cultural.

También han cambiado su estrategia de intervención.

En los comienzos era la “propaganda”: el uso de los rumores y la teoría de la conspiración, la reintroducción y el uso estratégico del confucionismo. A veces se acudía a una mezcla de falso y verdadero, y especialmente de temas de derecha diluidos que se fusionan con referencias apolíticas o de izquierda. Esta confusión era particularmente evidente en temas como la ecología.

Posteriormente se pasó a la práctica de la desinformación y la re-información que se puede definir como una técnica de manipulación de la opinión pública mediante la difusión de información falsa, veraz pero truncada, o veraz con la adición de complementos falsos. Es una transformación de la información inicial por desnaturalización. En este sentido, la desinformación es también una técnica que apunta a sustituir la ideología por información.

El objetivo actual de la extrema derecha es difundir información real, pero truncada o manipulada, en un sentido favorable a los ideales de éstos, incluso pasarlos como provenientes de una fuente amistosa o neutral, para imponerlos. Un punto de vista, para influir en una opinión o para debilitar a un enemigo. Convertir sus medios en “un arma de reinformación masiva.

Visto esto parece que por ahora el slogan de la ultraderecha con relación a Internet es “siempre nos adaptaremos”.

*Marx21*

---

[https://www.lahaine.org/mm\\_ss\\_mundo.php/internet-campo-de-batalla-de](https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/internet-campo-de-batalla-de)