



REVISTA PRISMA SOCIAL N° 36

COMUNICACIÓN, DISCAPACIDAD Y EMPLEABILIDAD EN LA SOCIEDAD DIGITAL

1ER TRIMESTRE, ENERO 2022 | SECCIÓN ABIERTA | PP. 344-367

RECIBIDO: 23/10/2021 – ACEPTADO: 11/12/2021

DISCURSOS ULTRACONSERVADORES EN LA RED: EL CASO DE LA PLATAFORMA DE PETICIONES CITIZENGO

ULTRA-CONSERVATIVE DISCOURSE ON THE WEB: THE CASE OF THE CITIZENGO PETITION PLATFORM

JOSÉ MANUEL SÁNCHEZ-DUARTE / JOSEMANUEL.SANCHEZ@URJC.ES

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, MADRID, ESPAÑA

ISABEL BAZAGA-FERNÁNDEZ / ISABEL.BAZAGA@URJC.ES

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, MADRID, ESPAÑA

ESTA INVESTIGACIÓN SE HA DESARROLLADO DENTRO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PID2020-113574RB-I00, FLUJOS DE DESINFORMACIÓN, POLARIZACIÓN Y CRISIS DE LA INTERMEDIACIÓN MEDIÁTICA, FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

El siguiente artículo explora la actividad desarrollada por la plataforma de peticiones en línea CitizenGo durante la primera ola de la pandemia de COVID-19 en España. Esta plataforma digital se creó para «defender y promover, de una forma útil y efectiva, la vida, la familia y la libertad» mediante la realización de peticiones y acciones en la red. A través del análisis de 19 campañas desplegadas por esta organización durante la vigencia del estado de alarma (entre los meses de marzo y junio de 2020) se identifican los discursos de la entidad, así como las estrategias y recursos empleados en la red. El objetivo final es identificar los rasgos de las campañas, así como las configuraciones narrativas de esta asociación y determinar el patrón en la elaboración y difusión de las narrativas ultraconservadoras en Internet. Como conclusión podemos extraer como la pandemia del coronavirus supuso una oportunidad discursiva para que CitizenGo difundiese su agenda por medio estrategias de polarización y narrativas conflictivas y antagonicas de la realidad social.

PALABRAS CLAVE

Ultraconservadurismo; ciberactivismo; organizaciones posburocráticas; CitiZenGo.

ABSTRACT

The following article explores the activity developed by the online petition platform CitizenGo during the first wave of the COVID-19 pandemic in Spain. This digital platform was created to "defend and promote, in a useful and effective way, life, family and freedom" by means of petitions and online actions. Through the analysis of 19 campaigns deployed by this organization during the state of alarm (between the months of March and June 2020), the organisation's discourses are identified, as well as the strategies and resources used online. The final objective is to identify the features of the campaigns, as well as the narrative configurations of this association and to determine the pattern in the elaboration and dissemination of ultra-conservative narratives on the Internet. In conclusion, we can extract how the coronavirus pandemic provided a discursive opportunity for CitizenGo to disseminate its agenda through strategies of polarisation and conflictive and antagonistic narratives of social reality.

KEYWORDS

Ultra-conservative; cyber-activism; post-bureaucratic organizations; CitizenGo.

1. INTRODUCCIÓN. ORGANIZACIONES POSBUROCRÁTICAS EN LA RED

El uso de la red, como base y soporte para la acción colectiva (Van Laer y Van Aelst, 2010) ha definido nuevos modos organizativos y estructurales de participar e incidir en la política. Los protocolos de actuación y las estrategias centralizadas en estructuras clásicas de acción se combinan ahora con plataformas menos rígidas, sin membresías formales y con una participación intermitente y parcial. Estas redes descentralizadas de presión, pese a tener objetivos similares a las estructuras tradicionales (denuncia pública de abusos, demanda de mayor transparencia o visualización de posibles desequilibrios en el sistema democrático (Feenstra y Casero-Ripollés, 2014) aprovechan el entorno digital para la difusión de sus actividades (Cáceres, Brändle, Ruiz San Román y Morales, 2020).

Las organizaciones burocráticas tradicionales caracterizadas por un liderazgo fuerte, centralización de las decisiones y reglas, altos costes de movilización y fuerte especialización de las funciones desarrolladas por su personal (Flanagin, Stohl y Bimber, 2006) se combinan con otro tipo de estructuras posburocráticas (Bimber, 2003) y organizaciones híbridas (Chadwick, 2007). Estas nuevas estructuras se caracterizan por la integración organizativa de la comunicación digital, mezclan repertorios típicamente asociados con partidos, grupos de interés y movimientos sociales con otros nuevos y eminentemente digitales y desarrollan su infraestructura organizativa casi en exclusiva en la red (Chadwick y Dennis, 2017) (Copeland, Hasell y Bimber, 2016).

El surgimiento de estas organizaciones posburocráticas no se limita a ámbitos geográficos concretos (pese a la tradición anglosajona con entidades como MoveOn, SumOfUs, Avaaz, 38Degrees o GetUP) o a espectros ideológicos delimitados. Si bien siempre se ha asignado esta práctica a la arena progresista, estos «medios alternativos» han surgido tanto a derecha como izquierda empleando sus recursos tanto con fines contra-hegemónicos, como por razones religiosas o culturales (Haller, Holt, y Brosse, 2019).

Tomando estas consideraciones como punto de partida, los objetivos de este trabajo se centran en:

- Investigar el caso de la plataforma de peticiones CitizenGo como ejemplo de organización posburocrática en red importando el modelo de experiencias progresistas, pero en el ámbito ultraconservador.
- Identificar las estrategias de creación de discurso en la red desplegadas por este tipo de organizaciones. Estas argumentaciones se adaptan a diferentes lenguajes y códigos y se vehiculan a través de formatos muy diversos. La plataforma de petición de firmas CitizenGo puede ser uno de los canales empleados por grupos ultraconservadores (no sólo a nivel de España, también de manera internacional) para construir y diseminar discursos más polarizados.
- Estudiar si un periodo de alta intensidad informativa y política como la crisis sanitaria derivada de la primera ola de COVID-19 supone una fase aceleradora de narrativas radicales y de odio.

1.1. PLATAFORMAS ULTRACONSERVADORAS EN INTERNET

Las acciones de las plataformas ultraconservadoras en red tienen objetivos muy similares a las de grupos progresistas para facilitar el reclutamiento; llegar a una audiencia global para encontrar y mantener contactos con otros grupos extremistas y difundir material de propaganda (Caiani y Wagemann, 2009) En definitiva, siguen las estrategias y los recursos que proporciona la red para crear, difundir discurso y movilizar a sus partidarios. En definitiva, si los grupos de extrema-derecha y ultraconservadores han mirado tradicionalmente al pasado ahora se están multiplicando en su presencia en la red (Caiani, Della Porta y Wagemann, 2012) apropiándose del potencial de las tecnologías para incrementar el impacto de sus acciones políticas y la difusión de los mensajes (Peters, 2015)

Tabla 1: Características de las plataformas ultraconservadoras en Internet

Objetivos	Facilitar el reclutamiento de afines y simpatizantes Llegar a una audiencia global Tejer alianzas con otros grupos ultraconservadores Crear y difundir propaganda Movilizar a los/as partidarios/as
Estrategias	Uso complementario (no excluyente) de acciones, eventos, lenguajes y códigos en la red Uso de sistemas de comunicación integrados (webs y plataformas alternativas) redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) y servicios de mensajería instantánea (WhatsApp y Telegram) Búsqueda de impacto y visibilidad en medios convencionales

Fuente: elaboración propia

De igual modo, este tipo de instituciones se caracterizan por su estrategia de difusión. Las organizaciones posburocráticas recurren a un uso complementario (nunca excluyente) de acciones, eventos, lenguajes y códigos. La acción colectiva contenciosa también es acción informativa en un contexto de campos de comunicación múltiple, sistemas multicapa o sistemas de comunicación integrados (Caiani y Wagemann, 2009)

Los grupos ultraconservadores emplean sus propias redes de medios, servicios web y plataformas alternativas para explotar divisiones culturales, reclutar y difundir su propaganda (Castelli y Bouron, 2019) pero también hacen un uso intensivo de herramientas más comunes y de alta implantación. En los últimos años se han identificado multitud de grupos de «nacionalistas blancos», «antisemitas», «seguidores de la «alt-right» y grupos conservadores en Facebook, Instagram, Youtube y Twitter (Rogers, 2020) (Koc-Michalska, Schiffrin, Lopez, Boulianne y Bimber, 2019). La estructura de recomendación interna de contenido de estas plataformas resulta especialmente útil para grupos extremistas políticos (O’Callaghan, Greene, Conway, Carthy y Cunningham, 2015). De igual modo, y de manera más reciente, se aprecia un uso masivo de

redes de mensajería instantánea como WhatsApp y Telegram por su privacidad y relevancia no sólo en términos de canal de comunicación si no como herramientas de organización¹.

El uso y empleo de herramientas y plataformas digitales también se concibe como «vehículo de significados» para compartir valores, marcos e identidades (Caiani y Wagemann, 2009) Así, la construcción y difusión del discurso ultraconservador asume las formas y códigos de la red abarcando desde formas más beligerantes a lenguajes paródicos o irónicos (Udupa y Pohjonen, 2019). Este tipo de tácticas, de apariencia inofensiva, representan una cultura de Internet potencialmente tóxica (y a veces racista, sexista y extremista) que se traslada a campañas políticas fuera de línea (Lamerichs, Nguyen, Melguizo, Radojevic, y Lange-Böhmer, 2018) Maura Conway admite que este tipo de memes, chistes especializados y jerga que domina los espacios de la extrema derecha son una «corriente constante de pensamiento ideológico altamente destilado» que refuerza las creencias extremistas de estas comunidades virtuales (2020).

Por último, hay que destacar algo en relación con la difusión de los discursos por parte de estas organizaciones. Pese a que las prácticas de producción de medios en línea a menudo disuelven la separación entre el consumidor y el productor de contenido mediático (Noppari, Hiltunen y Ahva, 2019) sigue vigente la lógica mediática y de acción política tradicional. Las organizaciones posburocráticas ultraconservadoras reclaman la autoridad y legitimidad de los medios convencionales (Ellinas, 2009) combinando eventos puramente online con otro tipo de acontecimientos y acciones tradicionales como puedan ser elecciones, referéndums, manifestaciones o concentraciones.

1.2. ESTRATEGIAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO POR ORGANIZACIONES ULTRA CONSERVADORAS EN PLATAFORMAS DIGITALES

La construcción del discurso por parte de las organizaciones ultraconservadoras en la red se ha basado en el uso de tres recursos principales: controversia y enfrentamiento, construcción del otro y retórica discursiva: simplificación, personalización y emocionalidad (Tabla 2).

¹ Aunque con diferencias sustantivas en cuanto a acceso a grupos, creación de canales, número de personas en chats grupales, etc. remarcamos aquí únicamente la capacidad de estas dos herramientas para difundir mensajes y favorecer la acción colectiva.

Tabla 2: Finalidad y recursos para la construcción y difusión del discurso ultraconservador en la red

Finalidad	Recurso	Autores
Elaboración del discurso	Identificación del agravio y generación constante de controversias-enfrentamiento	Castelli y Bouron (2019)
	Construcción del "otro/a" como eje discursivo. Dualidad antagónica y simplificación del conflicto (ellos/as vs. nosotros/as)	Caiani, Della Porta y Wagemann (2012); Kluknavská y Hruška (2018); Salgado, (2019); Jagers y Walgrave, (2007); Ben-David y Matamoros-Fernández (2016)
	Retórica discursiva: campañas personalizadas, uso masivo del afecto, simplificación, emotividad	Chadwick y Dennis, (2017); Salgado, (2019); Heidenreich, Eberl, Lind y Hajo Boomgaarden (2019); Sintés-Olivella, Casero-Ripollés y Yeste-Piquer (2020)

Fuente: elaboración propia

La acción colectiva, entendida como la manifestación de una demanda ante quienes ostentan el poder (Tarrow, 2012) parte de la identificación de un agravio. En el caso de las organizaciones ultraconservadoras estas controversias se muestran de dos maneras: a través de visibilizar un conflicto intergrupual subyacente (divisiones sociales presentes en una comunidad) o por medio de narrativas conflictivas sobre la realidad social (dos relatos antagónicos que proporcionan una plataforma desde la cual dividir las comunidades) (Bliuc, Betts, Vergani, Iqbal y Dunn, 2020).

Precisamente, la construcción de dos bloques es una de las estrategias empleadas de una manera más sistemática por estas organizaciones. El uso de dicotomías simplifica la complejidad social identificando los/as «buenos/as» frente a los/as «malos/as» (Salgado, 2019) definiendo al «nosotros/as» y al «ellos/as» dentro de la estructura de conflictos y alianzas de un movimiento (Tarrow, 2012) Los/as «otros/as» son identificados como victimarios, como la causa y beneficiarios de una situación concreta frente a «nosotros/as», víctimas de problemas sociales y sufridores/as de un trato injusto, privación o injusticia (Caiani, Della Porta y Wagemann 2012).

Identificar a los/as «otros/as» de manera clara implica especificar una pieza crucial para la movilización ultraconservadora, en especial en tiempos de crisis políticas y sociales (Kluknavská y Hruška, 2018) La construcción de los opuestos suele combinar desde narrativas patrióticas (contra los/as inmigrantes, los/as que no son de aquí) discursos antiestablishment (contra las élites políticas, económicas, intelectuales o relatos de traidores de la tradición (destrucción de la sociedad y de los valores, los principios morales o la religión). Con frecuencia, estos discursos se asientan en el uso constante de palabras como (la) gente, (el) público, (el) ciudadano (s), (el/

la) votante(s), (el/la) contribuyente(s), (el/la) residente(s), (el/la) consumidor/a(s), (la) población (Jagers y Walgrave, 2007) y pueden adaptarse a contextos, problemas y situaciones locales (Ben-David y Matamoros-Fernández, 2016).

La comunicación de estas organizaciones pretende ser reactiva (generar reacciones en la ciudadanía) y conflictiva (identificar una demanda y un enfrentamiento entre dos bloques enfrentados) empleando recursos populistas que ayudan a la generación de conflictos (Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden, 2019) Como indican Sintés-Olivella, Casero-Ripollés y Yeste-Piquer, el populismo realiza una comunicación similar a una escenificación teatral prevaleciendo «las emociones, la intimidación, los tabúes, el vulgarismo y los afectos negativos, así como la ambivalencia y los mensajes contradictorios, ambiguos y alarmistas» (2020).

El relato en torno a los agravios y las denuncias expuestas por estas organizaciones se personalizan en historias próximas. Más que reivindicaciones en el terreno macro de la ideología los problemas tienen nombre y apellidos, se desarrollan en espacios reconocibles y son narrados en primera persona, con proximidad y en forma de campañas. El uso de la personalización en las historias, así como el empleo masivo del afecto y la emocionalidad, ayudan a construir la solidaridad entre los miembros de una comunidad (Chadwick y Dennis, 2017).

2. DISEÑO Y MÉTODO. CASO DE ESTUDIO

CitizenGo es una plataforma autodefinida como «una comunidad de ciudadanos que se reúne con la finalidad de facultar e impulsar su participación en la vida pública de sus países y en el ámbito internacional» promoviendo de forma «útil y efectiva la vida, la familia y la libertad a través de peticiones y acciones online»².

El origen de la plataforma radica en 2013³ cuando la asociación ultraconservadora y ultracatólica HazteOir funda esta herramienta con el fin de ampliar su incidencia en la red y para difundir sus peticiones a nivel internacional. HazteOir, además de desarrollar numerosos nexos internacionales con organizaciones católicas, antiabortistas y pro-familia mantuvo una fuerte actividad contra todo tipo de políticas progresistas. Su acción con mayor impacto consistió en el denominado «autobús de la libertad» que recorrió numerosas ciudades del mundo con el lema: «Los niños tienen pene, las niñas tienen vulva, que no te engañen. Si naces hombre, eres hombre. Si eres mujer, seguirás siéndolo» (Political Research Associates, 2018) y que generó numerosas protestas de activistas de izquierda y pro-derechos queers y trans.

Como indica la Fundación Rosa Luxemburgo en su informe sobre la derecha radical en España y el fundamentalismo religioso, la red de HazteOir está compuesta por una veintena de organizaciones diversas que abarcan desde asociaciones juveniles, jurídicas, provida y a favor de la unidad de España (Fundación Rosa Luxemburgo, 2021) (Imagen 1).

² <https://www.citizengo.org/hazteoir/conocenos#what> [Consultado el 11/01/22]

³ https://www.youtube.com/watch?v=ExEXwQjN9_A&feature=emb_logo [Consultado el 11/01/22]

Imagen 1: Red de organizaciones afines o dependientes de HazteOir



Fuente: Rosa Luxemburgo Stiftung

En 2017, CitizenGo absorbe HazteOir, tanto a nivel organizativo como de marca, integrándose por completo en su estructura. Como ellos mismos señalan la vocación de CitizenGo es claramente internacional con presencia en 15 ciudades de cuatro continentes, campañas en más de 12 idiomas e influencia en más de 50 países diferentes⁴ en un intento de convertir el conservadurismo moral en un movimiento transnacional (Permoser y Stoeckl, 2020) y servir como caja de resonancia ante nuevas discriminaciones y agravios como por ejemplo las sufridas en nombre de la «ideología de género» (Núñez-Puente y Gámez, 2017). Para ello establecen contactos y vínculos con organizaciones ultraconservadoras internacionales como: Acton Institute (Instituto para el estudio de la religión y la libertad), Atlas Network (red de grupos de presión ultracapitalistas), la Red Política para los Valores, la Organización Internacional para la Familia, la Fundación «The Family Watch» o el Centro Internacional de Explotación Sexual⁵.

El estudio de CitizenGo es relevante por diversas cuestiones. La primera es porque realiza la transición desde un modelo analógico de presión a uno digital centrando sus acciones en la red y replicando modelos de incidencia política experimentados y desarrollados en su mayoría en el ámbito progresista (MoveOn, SumOfUs, Avaaz, 38Degrees o GetUP). Esto la sitúa como un intento transnacional de organización posburocrática ultraconservadora, así como contraparte ideológica a este tipo de plataformas (Whyte, 2017) identificadas como progresistas.

De igual modo, el surgimiento y la implantación de CitizenGo se enmarca en una tendencia de mayor visibilidad y representación parlamentaria de opciones e iniciativa políticas de esta ideología. Si bien los partidos ultraconservadores se suelen organizar en torno a líderes carismáticos, necesitan otro tipo de iniciativas y organizaciones que aglutinen e incentiven a una

⁴ <https://www.citizenngo.org/hazteoir/conocenos#where> [Consultado el 11/01/22]

⁵ <https://www.publico.es/politica/hazte-oir-patrocina-cumbre-internacional-ultraconservadora-hungria-miembros-atlas-network.html> [Consultado el 11/01/22]

militancia latente. Más cuando este tipo de activistas no tienen visibilidad ni están concentrados o focalizados en una opción política de manera clara (o al menos visible). La constitución de estas redes busca aumentar la comunicación entre seguidores y facilitar la comunicación y eficacia de movilizaciones especialmente a través del «ciberactivismo» y las redes sociales (Castelli y Beau, 2020).

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

El artículo se centra en el análisis de las 19 de peticiones que difundió CitizenGo entre los meses de marzo y junio de 2020 en España durante la vigencia del estado de alarma por el COVID-19 decretado por el gobierno (Tabla 3). La relevancia de analizar este periodo se debe a su excepcionalidad en una situación de emergencia sanitaria derivada de la pandemia y la alta intensidad política desarrollada entre el 14 de marzo y el 21 de junio.

Tabla 3: Peticiones de CitizenGo entre marzo y junio de 2020

Campaña	Fecha	Petición
1	Marzo 2020	Cese de Carmen Calvo e Irene Montero por el 8-M
2	Marzo 2020	Hazte socio de Hazte.oir y comprométete contra el virus
3	Marzo 2020	Petición del premio Princesa de Asturias para Amancio Ortega
4	Marzo 2020	Cese de Pablo Iglesias. (P.I. el otro virus)
5	Marzo 2020	Banderas a media asta en honor de las víctimas
6	Abril 2020	Nuestros mayores chivos expiatorios del virus
7	Abril 2020	Señores políticos apriétense el cinturón
8	Abril 2020	Cancelar la serie "Diarios de la cuarentena" en TVE
9	Abril 2020	Libertad de culto durante el coronavirus
10	Abril 2020	El Gobierno amordaza la libertad de pensamiento. Cese de G. Marlaska
11	Abril 2020	Stop aborto en casa
12	Abril 2020	Podemos fuera del Gobierno YA
13	Abril 2020	Quieren prohibir la comunión
14	Abril 2020	El SOS de los héroes sanitarios. ¡Ayúdalos!
15	Mayo 2020	Casado, ¡Diga NO al estado de alarma!
16	Mayo 2020	Nos quieren colar una ley educativa totalitaria
17	Mayo 2020	La izquierda criminaliza al Cardenal Cañizares
18	Mayo 2020	¡Gobierno Dimisión!
19	Junio 2020	El Gobierno contra una jueza

Fuente: CitizenGo

El objetivo central de la investigación se basa en analizar los discursos en las peticiones de CitizenGo prestando especial atención en los recursos narrativos empleados por las organizaciones ultraconservadoras en la red (Tabla 2).

En el presente estudio se siguieron los siguientes pasos analíticos.

- a) Se descargaron los textos de las 19 peticiones lanzadas por CitizenGO en las fechas seleccionadas y se clasificaron en archivos individuales. Estos textos suponen las llamadas de atención (en formato argumental) para obtener el refrendo y el apoyo de la ciudadanía por medio de una firma a cada una de las campañas. Su intención es claramente persuasiva y en muchas ocasiones tienen un tono de arenga, más en el terreno de lo emocional que de lo racional.

Imagen 2: Ejemplo de petición en la plataforma CitizenGo

The image shows a screenshot of a petition page on the CitizenGo platform. At the top, the logo for HAZTEOIR.ORG is visible, along with navigation links: INICIO, CONÓCENOS, CAMPAÑAS, SALA DE PRENSA, DONAR, and SOCIO. The main heading of the petition is 'Marlaska, dimisión'. Below the title is a photograph of Fernando Grande-Marlaska, the Minister of the Interior, with his hands clasped. A progress bar indicates that 46,061 out of 50,000 signatures have been collected. The petition is dated 20/04/2020 by J. Villamor. The text of the petition is in Spanish and discusses the Minister's attempt to obstruct a judicial investigation into the political responsibilities of the 8M feminist demonstration. It includes a quote from the Minister and a concluding statement: 'Gracias por su atención.'

Fuente: CitizenGo

b) Los 19 archivos fueron cargados en un proyecto Nvivo (Versión 1.3.1). Este software cualitativo facilita la elaboración de la investigación identificando, recuperando y almacenando datos relevantes de una manera más práctica y visual (Paulus, Woods, Atkins y Macklin, 2017).

c) Para el estudio de las campañas se diseñaron tres categorías analíticas a identificar en cada una de las 19 peticiones. Las dos primeras, identificación de agravios y construcción de los/as otros/as, se centran en señalar los conflictos, así como en analizar las causas, beneficiarios y alianzas y coaliciones. La tercera, retórica discursiva, se trataría de una categoría transversal, presente en las dos anteriores y centrada en las formas de narración de los conflictos y los problemas abordados (Tabla 4) Las referencias teóricas para la creación de estas categorías provienen de literatura académica sobre la creación de discursos y narrativas ultraconservadoras en la red: Bliuc, Betts, Vergani Iqbal y Dunn (2020); Chadwick y Dennis (2017); Salgado (2019); Heidenreich, Eberl, Lind y Hajo Boomgaarden (2019);

Sintes-Olivella, Casero-Ripollés y Yeste-Piquer (2020); Tarrow (2012); Caiani, Della Porta y Wagemann (2012).

Tabla 4. Categorías de analíticas del discurso en las peticiones de CitizenGo

(1) Identificación del agravio	(2) Construcción de "otro"
<ul style="list-style-type: none"> - Conflicto intergrupalo subyacente (divisiones sociales presentes en una comunidad) - Narrativas conflictivas sobre la realidad social (dos relatos antagónicos que proporcionan una plataforma desde la cual dividir las comunidades) 	<ul style="list-style-type: none"> - Causas y beneficiarios de una situación concreta (problema, injusticia, privación) - Estructura de conflictos y alianzas de un movimiento (nosotros frente a ellos)
<p>(3) Retórica discursiva</p> <p>Narrativas patrióticas y bélicas Discursos antiestablishment Relatos de traición a las tradiciones Emocionalidad y afectividad Personalización</p>	

Fuentes: Bliuc, Betts, Vergani, Iqbal y Dunn (2020); Chadwick y Dennis, (2017); Salgado, (2019); Heidenreich, Eberl, Lind y Hajo Boomgaarden (2019); Sintes-Olivella, Casero-Ripollés y Yeste-Piquer (2020); Tarrow (2012); Caiani, Della Porta y Wagemann (2012)

d) Una vez identificadas las categorías se realizó un análisis crítico del discurso. Los/as autores/as se decantan por esta técnica ya que la actividad de CitizenGo aborda cuestiones políticas y de poder (tanto en la denuncia de su práctica o imposición como por los intentos de mantener el estatus de unos grupos sobre otros) (Van-Dijk, 2000, 2015). De igual modo esta práctica permite dar testimonio de la existencia de relaciones de lucha y conflicto (Wodak y Meyer, 2009) y también de dominación a través del lenguaje (Wodak, 2015).

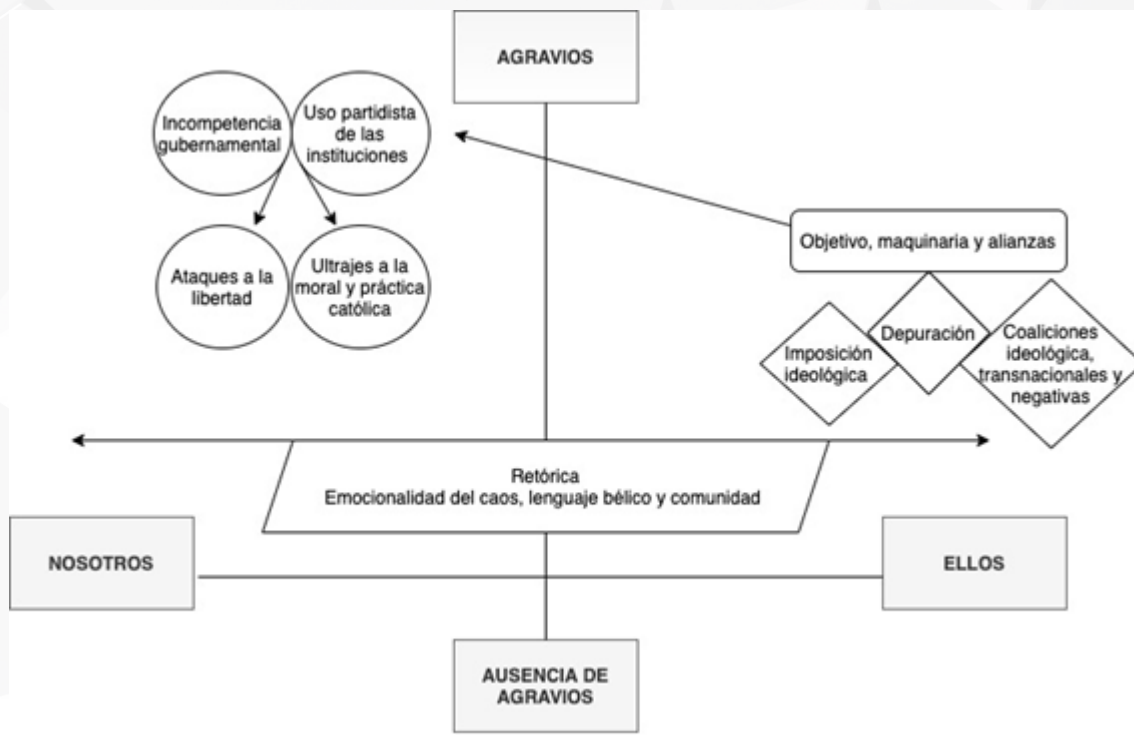
e) Por último, y en el terreno práctico, se empleó como herramienta de análisis la identificación de las configuraciones narrativas empleadas por CitizenGo en sus campañas. Se entiende como configuraciones narrativas las «formas de reflejar en el lenguaje el conjunto de tensiones y conflictos sociales y simbólicos que atraviesan la aproximación que cada grupo desarrolla en relación con el objeto de la investigación» (Conde, 2009). Si bien es cierto que esta herramienta de análisis opera mejor en textos con menor grado de formalización, permite efectuar una reconstrucción crítica de los sentidos ligados a un contexto

y una posición social determinada (Requena, Conde y Rodríguez, 2019) y realizar una primera aproximación a la actividad de CitizenGo.

4. RESULTADOS

Las 19 peticiones desplegadas por CitizenGo en España entre los meses de marzo y junio de 2020 se centraron en la crítica a la acción de gobierno y sus intentos por asentar una agenda contraria a los valores tradicionales del país. Las apelaciones constantes al cese de varios ministros (Igualdad, Interior o Educación) compartían espacio con una defensa a ultranza de la religión católica (amenazada por la libertad de culto o la reforma de la ley educativa) o el ataque al aborto. La actividad de esta organización a lo largo de esos meses presenta dos vectores claros. El primero transita entre la dualidad antagónica del «nosotros/as» y el «ellos/as» con una clara oposición entre ambas posturas. El otro eje discurre entre la ausencia o la presencia de un agravio determinado e identificable. La presencia de estas configuraciones narrativas determina el marco de discurso de CitizenGo así como el encuadre y la interpretación de la realidad.

Imagen 3. Configuraciones narrativas en las peticiones de CitizenGo



Fuente: Elaboración propia

4.1. AGRAVIOS: INCOMPETENCIA, USO PARTIDISTA DE LAS INSTITUCIONES Y RESTRICCIÓN DE LIBERTADES

La identificación de los agravios se concentra en cuatro categorías no excluyentes entre sí y que ordenan sentidos conectando ofensas similares y complementarias. Estas cuatro dimensiones

abordan la incompetencia del gobierno en la gestión de la pandemia, el uso partidista de las instituciones, los ataques a la libertad y los ultrajes a la moral y la práctica católica.

Tabla 5: Agravios identificados en las peticiones de CitizenGo

Impompetencia del gobierno en la gestión de la pandemia	Uso partidista de las instituciones	Ultrajes a la moral y la práctica católica	Ataques a la libertad
---	-------------------------------------	--	-----------------------

Fuente: Elaboración propia

En el primero de los casos la ineficacia gubernamental se debe a una evaluación errónea de la situación por parte de las autoridades y a la incapacidad para adoptar medidas adecuadas para frenar el virus: «El Gobierno de Pedro Sánchez no ha sabido afrontar una crisis que se veía venir, la ha subestimado, ha puesto en riesgo la vida de los ciudadanos y las consecuencias de su negligencia podrían ser desastrosas» (petición 1) Sin embargo, más allá de que esta crítica pudiese limitarse a la falta de formación o a una toma de decisiones errónea, CitizenGo indica otra serie de responsabilidades. Los «motivos ideológicos» (petición 5) se esconden detrás de las muertes. La imposición de una «agenda macabra» de izquierdas y progresista se antepuso a la salud y la vida de los españoles: «El Gobierno quiere borrar toda huella de su responsabilidad criminal en la propagación del virus por haber alentado las marchas feministas del 8-M, a sabiendas de que estaban enviando a los ciudadanos al matadero» (petición 19).

Por tanto, la incompetencia gubernamental es consciente. La dejadez de funciones, la falta de previsión y evaluación responden a un plan premeditado para imponer un programa de clara orientación ideológica a todos los niveles: sanitario, educativo e incluso económico intentando imponer medidas orientadas a «nacionalizar ciertas empresas», «golpear la propiedad privada» o «regular los alquileres» (petición 4) El virus es la coartada y el estado de alarma el paraguas legal oportuno que ampara esas medidas.

Pero no sólo eso, para llevar a buen término su plan «femi-comunista» necesita algo más que un marco normativo. Las instituciones del estado se ponen al servicio de los intereses gubernamentales. Para CitizenGo el plan es claro. En primer lugar, las instituciones del estado son sometidas a un ataque y a un desgaste constante, desde la Jefatura del estado a la acción más insignificante de un policía: «El Vicepresidente del Gobierno alimenta el odio a la Corona de España con caceroladas en plena crisis, desgastando los cimientos del Estado cuando más lo necesita» (petición 4).

Así, la erosión de las instituciones favorece la desconfianza de los ciudadanos en sus acciones: «En plena crisis en la que nos vemos inmersos por el maldito coronavirus, lo único que faltaba era que uno de los dos partidos de Gobierno se dedicara a minar la confianza de los españoles en las instituciones» (petición 12) Una vez erosionado su prestigio son ocupadas (en este caso por el gobierno y los partidos que lo sustentan) cambiando sus objetivos y alineando sus funciones al servicio de la agenda gubernamental:

«Primero fue Iglesias como un matón, amenazando con meter en la cárcel a los periodistas díscolos; después, Tezanos en el CIS jugueteaba con la peligrosa idea de que solo debería haber un canal oficial de información... Y ahora, Marlaska queda al descubierto: la Benemérita es usada por el Gobierno para controlar las opiniones de los ciudadanos y minimizar las críticas a su gestión». (petición 10)

De esta manera, la pandemia ha sido empleada con fines ideológicos y partidistas aprovechando la excepcionalidad de la situación, el empleo torticero de las instituciones (jueces y Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado) e incluso con la connivencia de una parte importante de la derecha y del centro derecha parlamentario. Tanto el Partido Popular como Ciudadanos son acusados de contribuir al establecimiento de los valores y programas de la izquierda a través del apoyo a la prórroga del estado de alarma y señalados como «colaboracionistas»:

«La continuación del estado de alarma la tenía Sánchez asegurada después de que ayer supiéramos que Arrimadas consumaba la traición de Ciudadanos apoyando el totalitarismo social comunista.

El deber del Partido Popular era oponerse al desmantelamiento del Estado de Derecho que el PSOE y Podemos llevan a cabo desde que formaron gobierno, y que la crisis del coronavirus no ha hecho más que impulsar. A pesar de este desolador panorama, Pablo Casado se abstuvo». (petición 15)

Las consecuencias a corto plazo de la negligencia gubernamental durante la pandemia y el uso interesado de las instituciones se materializan en ataques contra libertad y la religión católica. Las maniobras del gobierno implican no sólo la mentira o la imposición dogmática, también la prohibición de opinar y el derecho de reunión: «El Gobierno de Sánchez omite información, miente y restringe las libertades de la ciudadanía con este estado de sitio camuflado como estado de alarma» (petición 8) El plan se completa con la vigilancia y el castigo. «La deriva totalitaria del régimen sanchista» se asemeja «al 1984 de Orwell» (petición 10).

Y en especial, la «represión» y el centro de los ataques se dirigen de manera acentuada contra los católicos. Como se recogen la petición 9: «El acoso a los feligreses y a los sacerdotes empieza a resultar preocupante, todos los días se produce una nueva profanación de la misa». La prohibición del rito cristiano no sólo «deja a miles de creyentes sin el alimento espiritual» (petición 13) sino que culmina con el plan represivo y totalitario oculto tras las restricciones derivadas del estado de alarma:

«Argumentan motivos sanitarios, pero es falso... su agenda apunta más bien a un cambio de régimen encubierto, que ha comenzado por restringir el acceso a los lugares de culto como paso previo a la prohibición de cualquier manifestación religiosa en público». (petición 17)

4.2. «EL VIRUS SON ELLOS/AS». LA CONSTRUCCIÓN DEL NOSOTROS/AS FRENTE A LA IMPOSICIÓN IDEOLÓGICA Y TOTALITARIA

La lucha contra el virus también implica una lucha contra la imposición de normas e ideas. La pandemia supone una ventana de oportunidad para que determinados actores políticos (ellos) determinen una agenda totalitaria a través del uso del dolor y la depuración de los «enemigos»

y con la complicidad de alianzas ideológicas y transnacionales, lobbies de presión y coaliciones negativas. La identificación de los agravios no supone la única herramienta para la construcción del discurso de este tipo de organizaciones. Para su articulación es preciso construir de manera clara y eficaz a los/as «otros/as». De esta manera el debate se simplifica en dos mundos antagónicos en los que los problemas e injusticias derivados del virus tienen beneficiarios/as y que delatan una estructura de conflictos y alianzas al servicio de unos pocos/as y en oposición a un «nosotros/as».

Tabla 6: Construcción del «nosotros/as vs. ellos/as» en las peticiones de CitizenGo

<p>Pandemia: ventana de oportunidad para que actores políticos (ellos/as) determinen una agenda totalitaria</p>	<p>Uso del dolor y la depuración de los "enemigos/as"</p>	<p>Complicidad de alianzas ideológicas y transnacionales, lobbies de presión y coaliciones negativas</p>
---	---	--

Fuente: Elaboración propia

La elaboración de los/as «otros/as» presente en las peticiones de CitizenGo se basa principalmente en como una causa (la pandemia) es empleada por «ellos/as» para obtener un beneficio (imposición ideológica y dictatorial). La organización y sus seguidores, como damnificados, acatan las leyes, pero son sometidos y amordazados. La pandemia supone la excusa, no niegan su existencia, pero si la presencia de un entramado político en el poder que pretende cobrarse una serie de réditos bien claros:

«Mientras nosotros lloramos a nuestros muertos y vemos peligrar el pan de nuestros hijos, ellos aprovechan la crisis para amordazar nuestras libertades y perpetuarse en el poder confinando la democracia. El virus es el virus... Pero ellos, Pedro Sánchez y Pablo Iglesias, ¡son culpables de haberlo propagado!». (petición 18)

El contagio ideológico es más importante que mitigar el virus. «Lo importante para su equipo de Gobierno es la ideología y no la salud de todos los ciudadanos» (petición 1) En este terreno discursivo es donde plantean la dualidad antagónica: los/as trabajadores/as, las víctimas, el pueblo frente a los gobernantes «embusteros». Un establishment que ignora el dolor y desprecia a las víctimas para conseguir sus fines: «En momentos en que nos jugamos la bolsa, la salud y la vida (que se lo digan a tantos pobres ancianos) España no se puede permitir tener otro virus maligno instalado en el Gobierno de la Nación» (petición 12).

Situar a CitizenGo en el campo de las víctimas supone automáticamente señalar a los victimarios. La exaltación constante de su lucha advierte del peligro y las amenazas, así como de las posibles consecuencias a recibir por parte del Gobierno para alcanzar sus «pretensiones totalitarias». Cualquier disidencia, discursiva o mediante la acción, puede ser aplacada: «Cuando alguien se encuentra entre la espada y la pared es cuando más peligroso se comporta» (petición 10). Las consecuencias pueden oscilar desde las amenazas, las denuncias o las depuraciones profesionales (como en el caso de la Jueza Carmen Rodríguez Medel y su investigación sobre la manifestación feminista del 8-M):

«Pedro Sánchez y su gabinete de enterradores van a tratar de amedrentarla, intimidarla, obstaculizarán la investigación y tratarán de destruirla personal y profesionalmente... Las cloacas del Gobierno ya han empezado a limpiar la escena del crimen». (petición 19)

Esta estructura de conflictos derivada de los agravios percibidos también está ligada a una estructura de alianzas. Más allá del gobierno («ellos/as») hay vínculos con organizaciones ideológicas similares, alianzas transnacionales y coaliciones negativas con otros partidos. La presión sobre las víctimas y los damnificados de este «conflicto» proviene de estructuras ideológicas que pretenden destruir principios morales: «empresarios multimillonarios de la industria abortista y de todo el ‘lobby’ abortista que se nutre de las subvenciones que le ofrece el Estado (petición 11) Todos ellos con conexiones internacionales en países con los que compartir el mismo régimen de gobierno:

«Lo que Pablo Iglesias y su séquito de fanáticos está llevando a cabo no es algo nuevo. Son las mismas tácticas que recomendó al chavismo en Venezuela para hacerse con el poder. Es un manual que están siguiendo paso a paso». (petición 12)

Este contubernio se cierra con la acusación de la creación de coaliciones negativas. La unión de partidos y fuerzas políticas de signos muy diversos con el único fin de acabar con un enemigo sitúa al Partido Popular como cómplice. Como indicaban en la campaña 15 centrada en la votación de la prórroga del estado de alarma: «A pesar de este desolador panorama, Pablo Casado se abstuvo. Podía haber dado un golpe de efecto diciendo que no a la bolivarización de España, pero decidió ponerse de perfil. Algo a lo que nos tiene acostumbrado, desgraciadamente» (petición 15) Para CitizenGo estas coaliciones tienen un objetivo bien claro: mantener el estatus quo de los partidos tradicionales a través de un discurso antistablishment y anti-política:

«Mientras el Gobierno pide a los españoles que estemos a la altura y soportemos la crisis, los partidos políticos no han sido capaces de llegar a un acuerdo para apretarse el cinturón y renunciar a sus privilegios (sueldo, dietas, subvenciones, etc.) Nada». (petición 7)

4.3. RETÓRICA DISCURSIVA. LA EMOCIONALIDAD DEL CAOS Y LA COMUNIDAD DE RESISTENTES

La identificación de los agravios y la construcción de los/as otros/as en las campañas de CitizenGo se envuelve en una retórica discursiva caracterizada por la emocionalidad derivada del caos, el uso continuo de un lenguaje bélico y las apelaciones constantes a una comunidad activa y necesaria de «afiliados/as» firmantes. Si bien estos tres recursos se encuentran de manera transversal en ambas categorías presentan distintos grados de intensidad según el tema y la controversia.

Tabla 7: Retórica discursiva en las peticiones de CitizenGo

<p>Pandemia: ventana de oportunidad para que actores políticos (ellos/as) determinen una agenda totalitaria</p>	<p>Uso del dolor y la depuración de los "enemigos/as"</p>	<p>Complicidad de alianzas ideológicas y transnacionales, lobbies de presión y coaliciones negativas</p>
---	---	--

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, la apelación emocional en torno al caos consiste en una narración repetitiva sobre las consecuencias devastadoras de la gestión gubernamental en la lucha contra el virus más de que de las consecuencias del Covid-19. La muerte es el eje central de este discurso: «Mientras España se muere, literalmente, hay quienes todavía dedican sus esfuerzos a impedir que la vida se abra camino» (petición 11). La letalidad proviene de las «mentiras» y la incompetencia del Gobierno «en la gestión de esta crisis (mascarillas ineficaces, tests defectuosos, material inservible...) que está provocando la enfermedad y la muerte de nuestros héroes sanitarios» (petición 14).

Lo emocional construido en base a un retrato de la desesperación y el horror culmina con la campaña 18 en la que CitizenGo exige la dimisión del Gobierno y le atribuye la responsabilidad de las muertes:

«La incompetencia criminal que han mostrado no tiene nombre: han llenado las UCIs de ciudadanos indefensos, sin tests, ni respiradores, ni mascarillas, médicos sin equipos de protección... Ineptitud tras ineptitud, error tras error. Y las cifras de muertos sumando. Mientras los españoles mueren solos, abandonados, sin el cariño de sus seres queridos, ellos se entretienen en implantar su agenda ideológica atacando a los jueces, a los trabajadores, a las empresas, a la Corona... culpando de los muertos al capitalismo, a la derecha, a los ricos, a los banqueros, a los de siempre». (petición 18)

Pero no sólo eso. Al horror de las muertes le sucede el dolor. El consuelo ante las pérdidas y las ausencias no fue atendido por el gobierno. Lejos de eso se aprovechó el sufrimiento para «controlar a los ciudadanos, destruir la economía y utilizar a los medios contra la oposición» (petición 15) además de para aplicar «su agenda ideológica perpetuando sus reformas de ingeniería social con pretexto del virus» (petición 11) La soledad y la impotencia ante la dejadez del gobierno se personaliza en una apelación a los posibles firmantes de una de las peticiones:

«Estoy seguro de que lo piensas y te estremeces... Morir solo, sin poder despedirte de tus familiares, sabiendo que ni siquiera confortará a los tuyos un último adiós, un abrazo, un gesto de cariño. En estos momentos de devastación colectiva, de dolor inmenso... ¿Qué menos podemos esperar de las instituciones, sino que estén a la altura y rindan homenaje a las víctimas de la pandemia?». (petición 5)

Todo este proceso emocional está plagado de apelaciones bélicas. En las campañas de CitizenGo se emplean verbos como: combatir, atacar, dinamitar o encarcelar. La iniciativa de esta «contienda» discursiva recae en los enemigos. La disputa procede de ellos y es a ellos a quienes hay que «combatir»: «Y no pienso quedarme cruzado de brazos, porque estoy convencido que si luchamos juntos acabaremos doblegando la Gran Mentira» (petición 16).

Por último, cabe destacar algo. La percepción de un nosotros/as no sólo se construye con una narrativa de confrontación bélica o con apelaciones emocionales en torno al desastre. La identificación de un enemigo claro también apela a un sentimiento de pertenencia a una comunidad de agraviados y que comparten valores. «Arrimar el hombro no significa ser sumisos con el Gobierno» (petición 10) CitizenGo emplea este recurso por medio de dos máximas: «somos muchos» y «somos útiles».

En el primero de los casos se insiste en que para «ser muchos» se necesita una afiliación a sus causas para parar «el aborto, la agenda totalitaria LGBTI y la imposición de la ideología de género» (petición 2) Así, son constantes las llamadas al compromiso, la responsabilidad y la unidad y destacando, sobre todo, la fortaleza de una comunidad online activa y transnacional:

«Tú eres parte de los más de 1,6 millones de ciudadanos que forman la comunidad de HazteOir.org (más de 12.5 millones en todo el mundo, si unimos CitizenGO). 1,6 millones de españoles como tú firman y comparten nuestras peticiones. 12,5 millones de miembros representando y defendiendo nuestros valores en los cinco continentes». (petición 2)

En el segundo de los casos el «ser útil» se presenta a partir de una narrativa épica. La fortaleza se debe a la consecución de objetivos tangibles tras la recogida de firmas digitales en temas tan diversos como evitar la prohibición de las misas católicas, la petición de que las banderas de los ayuntamientos ondeasen a media asta o que se cambiasen los protocolos de atención de los mayores en los hospitales:

«Una vez más es necesario darte las gracias por tu disposición a luchar contra la injusticia venga de dónde venga, y la enhorabuena porque finalmente... ¡se ha salvado la comunión en Andalucía!». (petición 13)

«Gracias a ti, y a cerca de 30.000 ciudadanos que han querido exigir respeto por las víctimas». (petición 5)

«Tu lucha por la dignidad de nuestros mayores, en su defensa contra los protocolos que les discriminaban en el triaje, en la atención médica, en las UCIs, y que les condenaban a morir asfixiados por el coronavirus, ha tenido un enorme impacto. ¡Felicidades! Puedes estar orgulloso de este éxito. Tú sí puedes decir que has luchado por tus mayores (como ellos llevan haciéndolo por ti toda la vida)». (petición 6)

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La red se configura como un espacio relevante para la captación de afines, la difusión de mensajes y la movilización. Los grupos ultraconservadores también utilizan sus propias redes de medios, servicios web y plataformas alternativas para crear y explotar culturalmente divisiones políticas (Castelli y Bouron, 2019) La plataforma de peticiones CitizenGo desarrolló una actividad importante durante la pandemia de COVID-19. En el análisis de las 19 campañas desplegadas en España por esta organización entre los meses de marzo y junio de 2020 podemos encontrar dos hallazgos significativos relacionados con la actividad de la plataforma en la pandemia y sus estrategias de construcción del discurso.

En relación con el primer hallazgo, CitizenGo aprovechó el terreno caótico de la pandemia para intentar visibilizar su agenda: defensa de la familia, la tradición y la religión católica, amenazas de la izquierda y del gobierno de coalición progresista, etc. Sus peticiones se basan en «narrativas conflictivas» con dos relatos antagónicos opuestos y enfrentados sobre la realidad social. El discurso médico o científico (campañas centradas en la propagación del virus, defensa de los médicos y sanitarios, prevención de los contagios, etc.) apenas está visible. Su terreno de disputa es la lucha por el poder y el uso de este para la gestión del virus.

Las crisis son terrenos propicios para el surgimiento de movimientos, grupos y plataformas que intentan situar sus demandas en el debate público. Como indican Copeland, Hasell y Bimber muchas de las organizaciones pueden funcionar de manera oportunista al organizarse en torno a temas específicos de interés público en momentos particulares (2016) También para que la ciudadanía identifique, apoye y participe en acciones colectivas promovidas por uno de los lados del conflicto (Bliuc, Betts, Vergani, Iqbal y Kevin Dunn, 2020)

La pandemia, concebida como estructura de oportunidad política (McAdams, McCarthy y Zald, 1996) sirvió como campo de batalla para CitizenGo demostrando que la movilización ultraconservadora se manifiesta en diferentes formas organizativas en función de sus oportunidades políticas (Klein y Muis, 2019, p.542) El uso del marco conflictivo, caótico y casi bélico de la crisis del COVID-19 sirvió para testar, construir y difundir temas habituales en la agenda de la organización (antifeminismo, anti-LGTBI+, antiaborto) pero enmarcados en la situación política, social y económica de la pandemia.

A la amenaza del coronavirus se vinculaban otras coacciones más «reales» de grupos en la elite del poder (Lorenzo-Dus y Nouri, 2020) como la pérdida de libertades, el colapso económico o la depuración de los contrarios. La oportunidad política de denunciar sus abusos se convirtió, por medio de las peticiones de CitizenGo, en «oportunidades discursivas» (Koopmans y Olzak, 2004) empleando el miedo y el temor de manera reiterativa característica común en las organizaciones populistas ultraconservadoras (Wodak, 2015)

De igual modo, y como segundo hallazgo, la crisis pandémica supuso un acelerador de narrativas que se habían asentado en el discurso político español en los años precedentes. El triunfo de la moción de censura contra Mariano Rajoy (Partido Popular) el 1 de junio de 2018 y la llegada al poder del Partido Socialista, así como las sucesivas Elecciones Generales, la fuerte irrupción de un partido de extrema-derecha (VOX) y la coalición del PSOE con la extrema-izquierda (PODEMOS) asentó un clima de violencia discursiva y bipolarización antagonista que ya se había testado en España entre los años 2004 y el 2008 durante el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) (Sampedro y Seoane, 2008)

La gran mayoría de las peticiones de CitizenGo siguen esta estrategia identificando la realidad y la política como dos mundos enfrentados y contruidos el uno y el otro por oposición mutua. Para ello emplean varias técnicas características de las organizaciones ultraconservadoras. En primer lugar, se presentan como una plataforma alternativa para compartir «la verdad» intentando ganar legitimidad sobre problemas que polarizan a la sociedad (Kluknavská y Hruška, 2018) A continuación construyen narrativas emocionalmente atractivas que distorsionan la información sobre hechos y problemas y tienden a bipolarizar las discusiones y posiciones (Salgado, 2019) Por último asumen la condición de víctimas mediante la identificación explícita de los grupos externos responsables de sus agravios (Lorenzo-Dus y Nouri, 2020)

De esta manera el establishment, la izquierda, los comunistas y los que atacan los valores, símbolos y tradiciones de la religión católica se constituyen como un «otros», tan letales como el coronavirus y tan dañinos a corto y largo plazo como la pandemia. Ese «afuera constitutivo» (Staten cit. Biglieri, 2017, p. 256) implica que una amenaza a una identidad contribuya a formalizarla. Esto ratifica como las redes digitales crean condiciones para la formación y el man-

tenimiento de redes homogéneas, escenario especialmente atractivo para mensajes populistas y del «nosotros/as contra ellos/as» (Boulianne, Koc-Michalska y Bimber (2020)

Por todo lo anterior podemos concluir que CitizenGo forma parte de un entramado de organizaciones, asociaciones y partidos ultraconservadores con vocación de estar presente en todos los aspectos de la vida política. Esto entronca directamente con lo señalado por Castelli y Bouron (2019). En especial en las prácticas mediáticas, las dinámicas ultraconservadoras destacan por su naturaleza metapolítica, configurando un verdadero proyecto cultural. Pero no sólo eso, esta investigación demuestra como los recursos, plataformas y estrategias desplegadas habitualmente por la izquierda y la extrema-izquierda para el control de la actividad política y la de la gestión gubernamental han sido asumidos por grupos de presión de extrema-derecha (Forchtner y Kølvrå, 2017; Haller, Holt, y De la Brosse, 2019)

Para finalizar se podrían señalar dos líneas futuras de trabajo. Por una parte, se debería indagar en si plataformas como CitizenGo suponen organizaciones posburocráticas o modelos híbridos de organización y acción política en un punto intermedio entre organizaciones convencionales y plataformas más abiertas y flexibles y a medio camino entre la calle y la red. También sería relevante indagar en los perfiles de los usuarios de herramientas como CitizenGo con el fin de saber sus motivaciones y grados de implicación y pertenencia.

6. REFERENCIAS

- Ben-David, A. & Matamoros-Fernández, A. (2016). Hate Speech and Covert Discrimination on Social Media: Monitoring the Facebook Pages of Extreme-Right Political Parties in Spain. *International Journal of Communication* 10, 1167–1193.
- Biglieri, P. (2017). Populismo y emancipaciones. La política radical hoy. Una aproximación (con variaciones) al pensamiento de Ernesto Laclau. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 62(229), 243-262.
- Bimber, B. (2003). *Information and American democracy: Technology in the evolution of political power*. Cambridge University Press.
- Bliuc, A. M., Betts, J., Vergani, M., Iqbal, M., & Dunn, K. (2020). *The growing power of online communities of the extreme-right: deriving strength, meaning, and direction from significant socio-political events 'in real life'*. International Center counter terrorism – The Hague.
- Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2020). Mobilizing media: comparing TV and social media effects on protest mobilization. *Information, Communication & Society*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1713847>
- Cáceres, M. D., Brändle, G., Ruiz San Román, J. A. y Morales, E. (2020). + Ciudadanía digital: activismo juvenil en plataformas de e-peticiones. *Prisma Social*, 31, 328-351.
- Caiani, M. & Wagemann, C. (2009). Online networks of Italian and German Extreme Right, *Information, Communication & Society*, 12:1, 66-109. <https://doi.org/10.1080/13691180802158482>
- Caiani, M., Della Porta, D. & Wagemann, C. (2012). *Mobilizing on the extreme right: Germany, Italy, and the United States*. Oxford University Press
- Castelli, P. & Beau, I. (2020). What explains far-right mobilization? En Anders Ravik Jupskås and Eviane Leidig (Eds.) *Knowing what's (far) right A compendium*. C-REX. Center for research on extremism.
- Castelli, P. & Bouron, S. (2019). Extreme-right communication in Italy and France: political culture and media practices in CasaPound Italia and Les Identitaires. *Information, Communication & Society*, 10, 1-15. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1631370>
- Chadwick, A. (2007). Digital network repertoires and organizational hybridity. *Political Communication*, 24(3), 283-301. <https://doi.org/10.1080/10584600701471666>
- Chadwick, A & Dennis, J. (2017). Social media, professional media and mobilisation in contemporary Britain: Explaining the strengths and weaknesses of the Citizens' Movement 38 Degrees. *Political Studies*, 65(1), 42-60. <https://doi.org/10.1177/0032321716631350>
- Conway, M. (2020). Routing the Extreme Right: Challenges for Social Media Platforms. *The RUSI Journal*, 165(1), 108-113. <https://doi.org/10.1080/03071847.2020.1727157>
- Copeland, L.; Hasell, A. & Bimber, B. (2016). Collective action. Frames, advocacy organizations and protests over same-sex marriage. *International Journal of Communication*, 10, 3785-3807

- Flanagin, A.; Stohl, C. y Bimber, B. (2006). Modeling the Structure of Collective Action. *Communication Monographs*, 73:1, 29-54. <https://doi.org/10.1080/03637750600557099>
- Feenstra, R. y Casero-Ripollés, A. (2014). Democracy in the Digital Communication Environment: A Typology Proposal of Political Monitoring Processes. *International Journal of Communication* 8 (2014), 2448–2468
- Forchtner, B., & Kølvråa, C. (2017). Extreme right images of radical authenticity: Multimodal aesthetics of history, nature, and gender roles in social media. *European Journal of Cultural and Political Sociology*, 4(3), 252-281. <https://doi.org/10.1080/23254823.2017.1322910>
- Fundación Rosa Luxemburgo (2021) *De los neocom a los neonazis. La derecha radical en el estado español*. Rosa Luxemburgo Stiftung
- Conde, F. (2009). *Análisis sociológico del sistema de discursos*. CIS.
- Ellinas, A. A. (2009). Chaotic but popular? Extreme-right organisation and performance in the age of media communication. *Journal of Contemporary European Studies*, 17(2), 209-221. <https://doi.org/10.1080/14782800903108650>
- Jagers, J. & Walgrave, S. (2007). Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46, 319-345. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00690.x>
- Haller, A., Holt, K., & Brosse, R. (2019). The 'other' alternatives: Political right-wing alternative media. *Journal of alternative and community media*, 4(1), 1-6
- Heidenreich, T. Eberl, J.E. Lind, F. & Boomgaarden, H. (2019). Political migration discourses on social media: a comparative perspective on visibility and sentiment across political Facebook accounts in Europe, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 46(7) 1261-1280. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2019.1665990>
- Klein, O. & Muis, J. (2019). Online discontent: comparing Western European far-right groups on Facebook. *European societies*, 21(4), 540-562. <https://doi.org/10.1080/14616696.2018.1494293>
- Kluknavská, A. & Hruška, M. (2018). We Talk about the “Others” and You. *Listen Closely, Problems of Post-Communism*, 66(1), 59-70. <https://doi.org/10.1080/10758216.2018.1500861>
- Koc-Michalska, K., Schiffrin, A., Lopez, A., Boulianne, S. & Bimber, B. (2019). From online political posting to mansplaining: The gender gap and social media in political discussion. *Social Science Computer Review*, 1-14. <https://doi.org/10.1177/0894439319870259>
- Lamerichs, N., Nguyen, D., Melguizo, M. C. P., Radojevic, R., Business, C., & Lange-Böhmer, A. (2018). Elite male bodies: The circulation of alt-Right memes and the framing of politicians on Social Media. *Participations*, 15(1), 180-206
- Lorenzo-Dus, N. & Nouri, L. (2020). The discourse of the US alt-right online. A case study of the Traditionalist Worker Party blog. *Critical Discourse Studies*, 1-19, 1-20. <https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1708763>

Noppari, E., Hiltunen, I. & Ahva, L. (2019). User profiles for populist counter-media websites in Finland. *Journal of Alternative and Community Media* 4:1, 23–37. https://doi.org/10.1386/joacm_00041_1

Núñez Puente, S. & Gámez Fuentes, M. J. (2017). Spanish feminism, popular misogyny and the place of the victim. *Feminist Media Studies*, 17(5), 902-906. <https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1350527>

McAdams, D. McCarthy, J. & Zald, M. (1996). Opportunities, Mobilizing Structures and Framing Process-Toward a Synthetic, Comparative Perspective on Social Movements. En Mayer, N. Z., Bates, R. H., Comisso, E., Lange, P., Migdal, J., & Milner, H. (Eds.). *Comparative Perspectives on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings*. Cambridge University Press.

O’Callaghan, D., Greene, D., Conway, M., Carthy, J., & Cunningham, P. (2015). Down the (white) rabbit hole: The extreme right and online recommender systems. *Social Science Computer Review*, 33(4), 459-478. <https://doi.org/10.1177/0894439314555329>

Political Research Associates (2018). ‘Profile on the Right: CitizenGo’, 4 May, available at: www.politicalresearch.org/2017/08/24/profile-on-the-right-citizen-go/.

Requena, M.; Conde, F. y Rodríguez, J. M. (2019). “El análisis sociológico del sistema de discursos”. En Herzog, B. y Ruiz J. (eds.) *Análisis sociológico del discurso: Enfoques, métodos y procedimiento*. Universitat de Valencia.

Salgado, S. (2019). Where’s populism? Online media and the diffusion of populist discourses and styles in Portugal. *European political science*, 18(1), 53-65. <https://doi.org/10.1057/s41304-017-0137-4>

Sintes-Olivella, M., Casero-Ripollés, A. & Yeste-Piquer, E. (2020). The Inclusionary Populist Communication Style on Facebook: The Case of Ada Colau in Barcelona. *Communication & Society*, 33(2), 193-208. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.193-208>

Tarrow, S. (2012) *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Editorial

Paulus, T., Woods, M., Atkins, D. P., & Macklin, R. (2017). The discourse of QDAS: Reporting practices of ATLAS.ti and NVivo users with implications for best practices. *International Journal of Social Research Methodology*, 20(1), 35-47. <https://doi.org/10.1080/13645579.2015.1102454>

Koopmans, R. & Olzak, S. (2004). Discursive opportunities and the evolution of right-wing violence in Germany. *American journal of Sociology*, 110(1), 198-230. <https://doi.org/10.1086/386271>

Permoser, J. M. & Stoeckl, K. (2020). *Reframing human rights: the global network of moral conservative homeschooling activists*. Global Networks.

Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, Vol 35(3) 213-229. <https://doi.org/10.1177/0267323120922066>

- Sampedro, V. & Seoane, F. (2008). The 2008 Spanish general elections: "Antagonistic bipolarization" geared by presidential debates, partisanship, and media interests. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 336-344. <https://doi.org/10.1177/1940161208319293>
- Udupa, S., & Pohjonen, M. (2019). Extreme Speech and Global Digital Cultures. Introduction. *International Journal of Communication*, 13-19
- Van-Dijk, T. (eds.) (2011) *Discourse studies. A multidisciplinary introduction*. Sage.
- Van-Dijk, T. (2015) "Critical Discourse Analysis" en: Tannen, D., Hamilton, H. y Schiffrin, D. (Eds.) *The Handbook of Discourse Analysis*. Chichester: John Wiley & Sons. 466-485.
- Van Laer, J. & Van Aelst, P. (2010). Internet and social movement action repertoires. *Information, Communication & Society*, 13:8, 1146-1171. <https://doi.org/10.1080/13691181003628307>
- Whyte, L. (2017) "'They are coming for your children' – the rise of CitizenGo", *OpenDemocracy*, 9 August, available at: www.opendemocracy.net/en/5050/the-rise-of-citizen-go/.
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear: what right-wing populist discourses mean*. Sage.
- Wodak, R., y Meyer, M. (2009). Critical discourse analysis: History, agenda, theory and methodology. *Methods of critical discourse analysis*, 2, 1-33.