



:: [portada](#) :: [Opinión](#) ::

02-04-2019

## La "breitbartización" de la política

Katu Arkonada  
Rebelión

Breitbart.com era una web de noticias y fundada por Andrew Breitbart, que venía a representar la opinión de la derecha estadounidense clásica. En 2012, tras la muerte de su fundador, Steve Bannon pasó a ser su director ejecutivo, transformando la web en un portal de noticias cuyo objetivo era, y es, convertirse en la plataforma de la derecha nacionalista y la ahora famosa *alt-right*.

La *alt-right*, o derecha alternativa, no es más que un eufemismo para nombrar a posiciones de ultraderecha en el panorama político estadounidense, donde caben desde los nacionalistas económicos a los supremacistas blancos.

El paso de Steve Bannon de director de Breitbart a jefe de gabinete de la administración Trump simboliza muy bien lo que pasó en 8 años, donde se pasó del primer Presidente negro de la historia de Estados Unidos a un personaje como Trump.

Las guerras culturales que han dado pie al ascenso de Trump y la *alt-right* han supuesto una "breitbartización" de la política, donde lo que importa ya no son los hechos en sí, sino el relato. Y ahí, la derecha ha sabido construir un relato y adaptarse muy bien al mundo del internet y las redes sociales.

Dice el sociólogo Manuel Castells que la clave del poder hoy es la constante interacción y lucha en torno a quien controla información, y cómo se permite o no y para quién y de qué manera, la comunicación. Otro sociólogo que viene estudiando el momento de las redes sociales como una era de fragilización social, Cesar Rendueles, plantea que después de la crisis del capitalismo de 2007/2008 ya nadie cree demasiado en la capacidad del mercado para resolver conflictos políticos (más bien los acelera), por lo que la gente deposita en la tecnología la fe en que dé lugar al surgimiento de algún tipo de nuevo orden.

El poder por tanto está hoy en disputa en torno a la información y la tecnología, y eso fue muy bien entendido por la *alt-right*. Mientras la izquierda seguía inmersa en dar la batalla a la industria cultural hegemónica (o en no dejarse absorber por ella), la derecha ya estaba haciendo contenido instantáneo que impactaba entre los sectores más jóvenes, nuevos votantes en muchos casos. La izquierda estadounidense intentaba disputar contenido progre en Hollywood mientras la derecha se dedicaba a hacer memes y en una sola imagen sintetizaba el odio al establishment.

La historia nos enseña que el neoliberalismo se apropió en primer lugar del multiculturalismo, convirtiéndolo en la expresión posmoderna del capitalismo en el ámbito cultural. Después, se apropió del feminismo, e hizo de Hillary Clinton el paradigma de feminismo liberal del 1% que tan



bien critica Nancy Fraser desde el corazón del imperio.

Pero la *alt-right* desecha la corrección política, apropiándose de la estética de la transgresión y la contracultura, que han sido expresiones habituales de la izquierda. El mejor ejemplo podría ser la revista *Vice*, definida por Angela Nagle como una imagen de marca construida gracias a la combinación degenerada de vacua estética hípster y transgresión pornificada. Nagle escribió *Kill all Normies*, disecciona las guerras culturales que han dado lugar al surgimiento de la *alt-right* y Trump, un *troll* de Twitter con un botón nuclear al alcance de su mano.

Una *alt-right* que se sustenta en una guerra contra el marxismo cultural y la ideología de género y que por eso encontró en Trump el ariete, el personaje ideal para encarnarla, el paradigma de la incorrección política, el supremacismo blanco y el machismo.

Y en este escenario tanto Steve Bannon como Breitbart han jugado un papel clave para ganar la batalla cultural. Bannon ha sido el estratega para lograr pasar del activismo de clic al voto, sin pasar por las calles que tanto añora la izquierda. En una sociedad en la que ya no hay emisores y receptores, sino en la que todas y todos somos emisores y receptores a la vez, la sociedad-red de Castells, o la sociedad-enjambre de Byung-Chul Han, las estrategias de comunicación deben responder a los sueños e imaginarios de la gente, pero también a los insomnios y emociones de una sociedad destrozada socialmente por el neoliberalismo, no solo como proyecto económico, sino, sobre todo, cultural.

Bannon sabe interpretar el momento. En una de sus últimas entrevistas, y haciendo referencia al fenómeno mediático de la demócrata Alexandria Ocasio-Cortez, Bannon afirmó haber interpelado a los republicanos: "Necesitamos más camareros y menos abogados".

Para ello, Bannon ha creado The Movement, una plataforma política para articular a la derecha populista, nacionalista y tradicionalista, plataforma que define como un *motor evangelizador* sustentado en los pilares del soberanismo, la seguridad, y la economía, algo que podemos traducir como una apuesta por un neoliberalismo nacionalista en lo económico, y un neoliberalismo excluyente en lo social, que defiende el modelo de familia tradicional y apela a la xenofobia antinmigrante.

Pero la *alt-right*, que por medio de The Movement ya está articulando una Internacional Populista de ultraderecha para tener una fuerte presencia en el próximo Parlamento Europeo, y que ya cuenta con 2 cabezas de playa en los gobiernos de Trump y Bolsonaro en Brasil, ha podido conquistar estos avances a partir de un blitzkrieg en la net war, donde el uso de las redes sociales, las fake news, y la inteligencia artificial, ha sido clave para esta guerra relámpago.



Rebelión ha publicado este artículo con el permiso del autor mediante una [licencia de Creative Commons](#), respetando su libertad para publicarlo en otras fuentes.