

MATERIA:	
Nombre estudiante:	
Título del trabajo*:	
Modalidad:	
<input type="checkbox"/> A (Aplicado)	
<hr/>	
<input type="checkbox"/> B (Teórico)	
Palabras clave (entre 4 y 8):	
<u>Resumen</u> (entre 200 y 300 palabras):	

* Los trabajos dentro de cualquier modalidad y tipología, deberán ajustarse a los estándares y guías facilitadas en el apartado "evaluación" de cada materia en el campus virtual:

- trabajos aplicados (A): proyecto (preproducción) o memoria (producción-posproducción)
- trabajos teóricos (B): artículo de revista (exposición-argumentación)

"No tiene gracia": Fascismo Pop, estética del mal y batallas culturales en la España digital.

José Carlos Balaguer Paredes
Máster Universitario en Estudios Culturales y Artes Visuales
(perspectivas feministas y cuir/queer)



Fuente: Archivo visual del TFM,
recopilación propia a partir de scraping en X y Telegram.

Tutora: Dra. Lourdes Santamaria Blasco
Universidad Miguel Hernández de Elx

Resumen de la Investigación

Esta investigación analiza la evolución del fascismo en el Estado español desde una perspectiva estética, cultural y digital, explorando cómo la extrema derecha ha aprendido a viralizar su discurso mediante el entretenimiento, la ironía y la cultura pop. Se introduce el concepto de Fascismo Pop, entendido como la mutación del fascismo en un fenómeno de consumo masivo, donde la radicalización se disfraza de sátira, troleo y nostalgia. Esta nueva forma de autoritarismo no busca imponerse a través de la violencia explícita, sino infiltrarse en las lógicas del espectáculo y la digitalización, desdibujando los límites entre la política y la diversión.

El primer apartado traza la genealogía del fascismo español, desde la Falange y el franquismo hasta la ultraderecha digital contemporánea, analizando la resignificación de símbolos históricos y la estetización del odio. Se examina cómo la extrema derecha ha sabido apropiarse de elementos contraculturales y reconvertir el imaginario de la transgresión en una herramienta reaccionaria.

El segundo apartado examina la batalla cultural en la era digital, explorando cómo los memes, la ironía y el humor negro funcionan como dispositivos de blanqueamiento ideológico. La cultura del troleo y el cinismo político han permitido que la extrema derecha se presente como una resistencia cultural contra los derechos humanos, transformando su discurso de odio en entretenimiento masivo.

Desde una etnografía digital militante, la investigación se sumerge en *Telegram* y *X*, examinando cómo la extrema derecha digital construye comunidad y subjetividades. Además, se aborda el impacto emocional de estudiar la radicalización desde dentro, destacando la importancia de estrategias metodológicas feministas y decoloniales para resistir la fatiga y la violencia digital.

Finalmente, este estudio no solo expone la expansión del Fascismo Pop, sino que también reivindica la necesidad de disputar su hegemonía simbólica. Si la extrema derecha ha aprendido a infiltrarse en la cultura digital, la resistencia debe desarrollar nuevas estrategias estéticas, discursivas y narrativas para dismantlar la estetización de la reacción y generar contraimaginarios emancipatorios.

Palabras clave: Fascismo Pop, memes políticos, estética del odio, *manosfera*, cultura digital reaccionaria

Research Summary

This research analyzes the evolution of fascism in Spain from an aesthetic, cultural, and digital perspective, exploring how the far-right has learned to spread its discourse through entertainment, irony, and pop culture. The concept of "Pop Fascism" is introduced as the mutation of fascism into a mass consumption phenomenon, where radicalization is disguised as satire, trolling, and nostalgia. This new form of authoritarianism does not seek to impose itself through explicit violence but rather infiltrates the logic of spectacle and digitalization, blurring the boundaries between politics and entertainment.

The first chapter traces the genealogy of Spanish fascism, from Falangism and Francoism to the modern digital far-right, analyzing how historical symbols are resignified and how the aestheticization of hate plays a crucial role in its diffusion. The study examines how the far-right has appropriated countercultural elements and weaponized transgression to appeal to new audiences.

The second chapter explores the digital cultural war, examining how memes, irony, and dark humor function as tools for ideological whitening. Trolling culture and political cynicism have allowed the far-right to portray itself as a cultural resistance against progressivism, turning its hate speech into mainstream entertainment.

Through a militant digital ethnography, this research immerses itself in Forocoches, Telegram, and X, examining how digital far-right communities construct identity and socialization spaces. Additionally, the study addresses the emotional toll of researching radicalization from within, emphasizing the importance of feminist and decolonial methodologies to resist digital violence and research fatigue.

Ultimately, this study not only exposes the expansion of "Pop Fascism" but also highlights the urgent need to contest its symbolic hegemony. If the far-right has successfully infiltrated digital culture, resistance must develop new aesthetic, discursive, and narrative strategies to dismantle the aestheticization of reaction and create counter-hegemonic emancipatory imaginaries.

Keywords: Pop Fascism, Political Memes, Aesthetics of Hate, Manosphere, Reactionary Digital Culture

ÍNDICE

Resumen de la Investigación.....	2
Palabras clave	3
1. Introducción	7
1.1. Neofascismo digital y violencia simbólica en España	11
1.2. Cultura digital como espacio de disputa.....	15
1.3. ¿Qué es el "Fascismo Pop"?	20
1.4. Objetivos de investigación.....	24
1.5. Preguntas de investigación.....	25
2. Marco teórico comentado	25
2.1. Estética, afecto y cultura del odio	26
2.2. Humor, cinismo y pedagogía del desprecio	30
2.3. Necropolítica visual y subjetividad algorítmica.....	34
2.4. Continuidades autoritarias y resignificación digital.....	39
3. Metodología y posicionamiento situado.....	43
3.1. Etnografía digital militante	44
3.2. Archivo digital y afectividad.....	44
3.3. Estrategias de autocuidado y ética	46
4. Estéticas del fascismo en España: de José Antonio a X	47
4.1. Iconografía, símbolos y escenografía del fascismo español	48
4.2. Arquitectura y urbanismo del régimen: monumentalidad como pedagogía del orden.....	55
4.3. El resurgimiento del fascismo en la cultura digital: memes, ironía y normalización del odio	60
4.4. Retrofranquismo e imperio pop: estetización del pasado reaccionario	78
4.5. Conclusión: de la liturgia al meme, del franquismo al Fascismo Pop	84
5. Troleo, cinismo y memes: cómo convertir el odio en entretenimiento....	86
5.1. Plataformas y afectos reaccionario.....	88
5.2. El humor como arma: pedagogías irónicas del odio	91
5.3. Estéticas del mal: afectos, imágenes y merchandising del desprecio	95

5.4. Lenguaje manosférico y necropolítica simbólica	98
5.5. Análisis de casos: memes y figuras del desprecio digital.....	102
5.5.1. “Charo”: misoginia como risa compartida	103
5.5.2. Estética incel y necropolítica afectiva: cuando el desprecio se convierte en ideología.....	116
5.5.3. “Jovelandia”: dog whistles y racismo estético.....	120
5.5.4. Disidencias bajo ataque: cuirfobia, transfobia y estética del odio a los cuerpos no normativos	127
6. Conclusiones	138
Bibliografía y referencias documentales	141
Índice de figuras	145

1. Introducción

Carrión, J. [@jorgecarrion21]. (2025, 21 de febrero). Recortes salvajes, violencia verbal y física, masculinidad tóxica, culto a la máquina, interrupción abrupta, brazo ejecutor: la motosierra es la cruz esvástica del fascismo del siglo XXI. [Tweet]. <https://x.com/jorgecarrion21/status/1892862309392957510>

El fascismo ha cambiado. Mientras que en el siglo pasado —como nos mostraba Susan Sontag en *Fascinante Fascismo* (1975)— se presentaba uniformado, marchando con orden militar y manifestando sus símbolos de poder masculino de forma explícita, en el siglo XXI ha ampliado sus espacios de lucha y significación. El nuevo fascismo se ha adaptado a los ecosistemas digitales como un virus que recorre la fibra con gasolina de odio y disfraz de chiste. Ha generado todo un ecosistema propio que le permite alimentarse, regenerarse e infiltrarse en la cultura digital contemporánea.

Este estudio parte del supuesto de que el fascismo no es únicamente una ideología política, sino una estructura cultural, un sistema de significados y afectos que —a diferencia del siglo pasado— opera resignificado a través de la lógica del capitalismo digital. Memes, videojuegos, foros anónimos, redes sociales, plataformas digitales... este es el nuevo campo de batalla donde el fascismo ha aprendido a resignificar la violencia del viejo régimen a través del entretenimiento, el humor cínico, la manipulación y la desinformación.

Esta mutación en sus formas de expresión ha logrado colonizar nuevos horizontes. El auge de la extrema derecha, tanto en España como a nivel global, no puede entenderse sin analizar su dimensión estética y performativa. Como advertía Walter Benjamin (1936), “la estetización de la política conduce a la guerra” (Benjamin, 1936/2009, p. 58), porque convierte la acción política en un culto vacío a la forma. Su pensamiento nos anticipa un escenario en el que la

participación simbólica y la catarsis ya no se dan necesariamente en mítines ni desfiles monumentales.

En el presente digital, la estetización no es un acto colectivo presencial, sino un flujo viral de odio, memes irónicos, revisionismo histórico y violencia simbólica. Esta transformación ha convertido la cultura digital en un dispositivo político performativo, donde la risa, la indignación y el escándalo sustituyen al argumento.

Lo vimos, por ejemplo, en la cobertura memética de figuras como Volodímir Zelenski en su visita a Donald Trump o al Capitolio: la escenografía geopolítica se convirtió de inmediato en contenido viral, replicado en *stickers*, *gifs*, montajes irónicos y demás formas de basura *infoxicacional*. La estética se convierte así en una forma de acción política no explícita, pero eficaz: una pedagogía simbólica que no necesita doctrina para producir adhesión.

En este nuevo escenario, el reaccionario político se disfraza de humorista, la participación política se reduce a buscar *likes* en redes sociales, y lo transgresor consiste en ser un bastardo sin escrúpulos en contra de los derechos humanos. Esa es la nueva batalla cultural de la extrema derecha: atacar todo aquello que desafíe los límites instaurados por la norma patriarcal, blanca y cisnormativa.

Este TFM se articula en torno al concepto de Fascismo Pop, con la intención de alejarnos de categorías académicas rígidas, olvidándonos del nombre para centrarnos en entender cómo se ha producido esta mutación. ¿Qué imágenes, emociones y afectividades ha generado? ¿Cómo se ha producido un blanqueamiento ideológico que normaliza los discursos de odio en nombre de la libertad de expresión o de la corrección política invertida? Este fenómeno atraviesa todos los ámbitos de la cultura digital contemporánea (especialmente la cultura del meme).

Desde una perspectiva feminista, cuir y decolonial, esta investigación se centra en los ataques que la ultraderecha digital ha lanzado, y busca analizar qué

características tienen, qué lenguajes y performatividades utilizan para difundir su odio supremacista, antifeminista y racista. A través de una etnografía digital militante, he analizado espacios de socialización y comunicación de la extrema derecha española, tratando de comprender bajo qué conceptos se generan comunidades que, a partir de la exclusión y la violencia, construyen sus identidades políticas.

La metodología de este trabajo se basa en la etnografía digital militante, entendida como una práctica de investigación situada, afectiva y políticamente comprometida con los contextos que analiza, basándome en Adolfo Estalella y Tomás Sánchez Criado (2018) entre otras fuentes teóricas. Durante el periodo de enero a abril de 2025, llevé a cabo un trabajo de campo etnográfico que consistió en el seguimiento diario de cuentas activas en X, la participación pasiva en grupos de Telegram y la observación de hilos y memes en Forocoches y Reddit. El corpus resultante se organizó a partir de criterios visuales y afectivos, priorizando memes, montajes, *stickers* y discursos *manosféricos* que articularan discursos antifeministas, xenófobos o directamente fascistas. Se utilizaron *scripts* en Python para realizar *scraping* de contenido visual en plataformas como X y Telegram, con el objetivo de archivar imágenes y mensajes significativos para el análisis. En términos éticos, se decidió no difundir imágenes explícitamente violentas fuera del marco analítico. Todo el archivo se mantiene privado y anonimizado, priorizando el análisis cultural sobre la exposición de identidades.

El proceso fue emocionalmente exigente, y se adoptaron estrategias de autocuidado y reflexión crítica sobre mi propia implicación. Mi posición situada como investigador afectado ha sido parte constitutiva del enfoque: no analizo estos materiales desde la distancia, sino desde la proximidad herida, desde lo encarnada de quien ha sido objeto de esta violencia digital. Esto no invalida el análisis, se plantea como acción metodológica y política.

El estudio se estructura por apartados: en primer lugar, se presenta un acercamiento teórico y crítico al objeto de estudio, así como la propuesta metodológica establecida para la realización de este trabajo, posteriormente se presenta una genealogía estética del fascismo en España, desde la Falange y el franquismo hasta la extrema derecha digital actual, identificando imaginarios visuales y narrativas que persisten hasta nuestros días. En el siguiente apartado, se analiza la cultura del meme, el troleo y la ironía como estrategias de radicalización y blanqueamiento del odio, con estudios de caso centrados en los ataques a mujeres, disidencias sexuales y cuerpos racializados. Se examinan los lenguajes, imágenes y afectos que articulan esta pedagogía del desprecio, y cómo el fascismo se reconfigura como cultura pop: no solo banalizando el odio, sino convirtiéndolo en contra afectividades y deseo. Por último, presento las conclusiones de este trabajo y líneas de trabajo a desarrollar en un futuro.

Este TFM no solo pretende analizar cómo opera el Fascismo Pop, sino también generar pensamiento crítico en un momento histórico de retroceso generalizado de los derechos. Un ataque a los logros sociales que nos obliga a repensar la resistencia cultural más allá de la denuncia, apostando por la creación de nuevos imaginarios académicos capaces de desafiar el odio.

Nota ética y de contenido

Este trabajo aborda expresiones culturales de la ultraderecha digital, incluyendo memes, discursos de odio y materiales potencialmente ofensivos. Aunque parte del análisis incluye imágenes y textos violentos o discriminatorios, su inclusión no implica validación alguna.

Lejos de caer en el relativismo cultural, esta investigación sostiene que el fascismo, el machismo, la homofobia y la xenofobia son ideologías perversas que

deben ser condenadas sin ambigüedades. El propósito de este trabajo es desvelar sus mecanismos simbólicos y afectivos para combatirlos desde una perspectiva crítica, estética y ética. Es preciso pues, “Escribir para sellar la herida, mantener aquella cicatriz, lamerla, colectivizarla, exponerla y politizarla, jamás borrarla” — Cerda Punk (2018, p. 22)

1.1. Neofascismo digital y violencia simbólica en España

“El Ur-Fascismo todavía está a nuestro alrededor, a veces con ropajes civiles. Sería mucho más cómodo si alguien apareciera en la escena mundial diciendo: ‘Quiero reabrir Auschwitz, quiero que las camisas negras desfilen de nuevo por las plazas italianas’. La vida no es tan simple. El Ur-Fascismo puede volver con las formas más inocentes. Nuestro deber es desenmascararlo y señalar con el dedo cada una de sus nuevas formas, cada día, en cada parte del mundo.”

— Umberto Eco en *Fascismo Eterno, Cinco escritos morales* (1997, p. 77)

En España hemos aprendido a hacer del simulacro nuestra forma de gobierno emocional. No es metáfora: es método. Este es un país donde la dictadura terminó sin justicia, con un dictador que murió plácidamente en su cama —ni ajusticiado, ni exiliado, ni derrotado— y, sin embargo, al día siguiente amanecemos demócratas. Y poco después, ciudadanos europeos. Así, sin más. Como en *Los jueves, milagro* de Berlanga (1957): bastó con apagar la radio del Movimiento y encender la televisión para escuchar a un Rey no elegido y creer que una transubstanciación política había tenido lugar. De pronto, la historia se reescribía como “modélica transición”, la violencia se archivaba en nombre del consenso y la democracia quedaba reducida a una alternancia binaria entre PSOE y PP. Lo que ayer era gris, de pronto era arcoíris; los que torturaban en comisaría repartían

piruletas en la calle de la gominola¹. Todo quedó, como se prometió, “atado y bien atado”.

En ese contexto de silencios dolorosos y memorias amputadas, la democracia española echó a andar esquivando —más que enfrentando— su propio pasado: una dictadura brutal, una guerra fratricida y un legado colonial sistemáticamente negado. Las memorias incómodas —de mujeres, cuerpos disidentes, pueblos oprimidos— fueron marginadas, silenciadas o directamente borradas. Y de esas generaciones que cultivaron el olvido, nuestra herencia violenta no desapareció: mutó. Esa España de cerrado y sacristía, del culto a la muerte, del nacionalcatolicismo y del plus ultra ha regresado en forma de odio digital.

Lo que vivimos es un proceso de resignificación cultural del pasado autoritario, en el que franquismo, falangismo y otros imaginarios ultras vuelven al espacio público reconfigurados como mercancía emocional. No se trata de un regreso explícito del odio —eso sería demasiado evidente—, sino de una reconversión estética: el fascismo ya no se impone, se viraliza. La cultura digital opera como vehículo privilegiado para esta transformación, en la que la nostalgia reaccionaria se convierte en tendencia, el símbolo franquista en meme, y el discurso excluyente en comedia de YouTube.

Si la frágil democracia española nunca llegó a consolidar un verdadero reconocimiento de los silencios, el fascismo pop ya no necesita discursos políticos explícitos: se infiltra en emociones, afectos, referencias culturales, formatos lúdicos. Y allí donde antes se encontraba el archivo de lo reprimido, ahora se sitúa el campo de batalla simbólico.

Y de lo digital a lo político. En ese terreno, Vox ha sabido moverse con astucia. Su irrupción electoral en Andalucía en 2018, con 12 escaños, marcó el inicio. Pero

¹ Referencia a Homer Simpson en el episodio “The Simpsons 138th Episode Spectacular” (Temporada 7, episodio 10), emitido originalmente el 3 de diciembre de 1995.

fue en noviembre de 2019 cuando consolidó su posición con 52 diputados y el salto al Congreso como tercera fuerza del país. Desde el final del franquismo, ningún partido de extrema derecha había accedido a una cuota de poder institucional tan significativa. Lo más alarmante no es solo su ascenso, sino su ofensiva sostenida contra la cultura, la educación y la memoria.

En municipios donde gobierna o cogobierna, Vox ha promovido la censura de libros con perspectiva de género —como en Náquera (Valencia), donde se retiraron cuentos infantiles que hablaban de diversidad familiar²—, ha exigido el veto de materiales educativos cuir en Castellón³ y ha impuesto el pin parental en Murcia ⁴ , importado del fundamentalismo cristiano estadounidense. En Valdemorillo (Madrid), logró cancelar *Orlando* de Virginia Woolf (1928), acusando a la obra de "adoctrinar a menores"⁵. Lo que antes podían parecer gestos aislados, hoy conforma un patrón reconocible: una guerra cultural activa que se libra en bibliotecas, escuelas y centros culturales. En este contexto, resulta imprescindible analizar cómo se construye y normaliza el odio que legitima y permite estas acciones. El auge de los discursos de odio en internet ha facilitado el ataque sistemático contra las mujeres, el movimiento feminista, los cuerpos racializados y los colectivos de disidencias sexuales, así como contra cualquiera que piense o viva de forma diferente. Este TFM, por desgracia, está lleno de ejemplos que ilustran esa deriva.

²Levante-EMV. (2023, diciembre 11). *Vox pide alejar los libros de diversidad de la infancia en las bibliotecas*. <https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2023/12/11/vox-pide-alejar-libros-diversidad-95707119.html>

³ El Diario. (2023, septiembre 26). *Vox censura libros de educación sexual y diversidad en la biblioteca infantil y juvenil de Burriana*. https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/edil-cultura-burriana-vox-censura-libros-educacion-sexual-biblioteca-infantil-juvenil-considerarlo-pornograficos_1_10549840.html

⁴ El Salto. (2020, enero 17). *El Gobierno regional de Murcia asume el "pin parental" de Vox en plena negociación presupuestaria*. <https://www.elsaltodiario.com/educacion/gobierno-regional-murcia-asume-%27pin-parental%27-vox-plena-negociacion-presupuestos>

⁵ El Salto. (2023, noviembre 7). *Vox censura la obra de teatro "Orlando" en Valdemorillo*. <https://www.elsaltodiario.com/censura/vox-censura-obra-teatro-orlando-virginia-woolf-valdemorillo>

Debemos tener en cuenta que el fascismo pop no busca únicamente el control político, sino una reescritura del sentido común. De nuevo Walter Benjamin en 1940: “ni siquiera los muertos estarán a salvo si el enemigo vence”. (Benjamin, 2009, p. 43) Y el enemigo usa todos los medios a su alcance para imponer su narrativa. Ya no se fusila a los contendientes: ahora se les humilla, se les ridiculiza y se les *doxear*⁶ en tiempo real desde la *manosfera*⁷.

Y de nuevo Umberto Eco (1995): “el fascismo eterno es una colmena de contradicciones, pero su núcleo emocional permanece invariable: culto a la tradición, rechazo a la modernidad crítica y exaltación de la acción por la acción” (p. 24). Hoy, ese núcleo se expresa con estética digital, retórica antiprogresista y humor cruel. Pero su esencia —el odio al pensamiento, a la diferencia, a la memoria— sigue intacta. Solo ha cambiado de plataforma.

⁶ *Doxear* proviene del inglés *to dox* (de *documents*) y designa la práctica de publicar o difundir información personal de alguien —como nombre real, dirección, redes sociales, lugar de trabajo o imágenes— sin su consentimiento, con la intención de acosar, intimidar o silenciar. Es una táctica común de violencia digital, especialmente utilizada por entornos de extrema derecha contra activistas, feministas o personas disidentes.

⁷ *Manosfera* es el término que designa al conjunto de foros, redes y comunidades digitales donde se articula una ideología misógina centrada en la supuesta opresión de los hombres por parte del feminismo. Incluye subgrupos como los *incels*, *MGTOW*, *pick-up artists* o *redpillers*, y en el contexto español tiene como epicentro Forocoche. Funciona como espacio de socialización de una masculinidad herida, donde el odio se codifica en humor, memes y pedagogías del desprecio.



Fig. 1: Preferencia simbólica (meme de Drake).

Reapropiación irónica de un meme clásico, en la que el rapero Drake rechaza la bandera constitucional de España y aprueba la franquista. Este meme sintetiza una operación afectiva del Fascismo Pop: desplaza el franquismo desde la historia hacia la simpatía memética, y convierte una estética de exclusión en preferencia emocional compartida.

1.2. Cultura digital como espacio de disputa

Las redes sociales, los videojuegos, los foros y la cultura memética ya no son meros espacios de ocio o entretenimiento. Se han convertido en territorios de disputa ideológica, donde la extrema derecha ha aprendido a operar con agilidad, astucia estética y estrategias afectivas que desbordan las formas clásicas de propaganda política.

Los movimientos reaccionarios han sabido instrumentalizar los entornos digitales mediante una táctica doble: por un lado, aprovechan la descentralización de la información para eludir cualquier control institucional; por otro, comprenden que los algoritmos favorecen los contenidos emocionales, virales y polémicos. Así, la indignación, el humor ofensivo y la ironía agresiva se convierten en vehículos eficaces para la radicalización.

Durante los últimos años ha quedado evidenciado que plataformas digitales no son espacios neutrales: están diseñadas para amplificar lo emocional, lo polarizante y lo disruptivo, como señala este estudio: “Estos espacios se han convertido en un terreno fértil para discursos extremistas debido a la lógica de los algoritmos, que premian la viralidad, la emocionalidad y la provocación sobre la argumentación racional” (Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud & Fundación FAD Juventud, 2023, p. 18).

Esta lógica algorítmica convierte el contenido de odio en rentable y viral. En el caso del Fascismo Pop, la violencia simbólica encuentra en estos entornos no solo una audiencia, sino una ventaja estructural. Los memes de odio no son errores del sistema, son su combustible. Además, el uso de estas plataformas sin apenas regulación —cuyas políticas de moderación darían, por sí solas, para otro TFM— no solo amplifica el discurso reaccionario, sino que lo legitima y lo ampara. Lo que antes sería impensable —como sentarse en una mesa y soltar exabruptos racistas, misóginos homófobos o transodiantes— hoy se reconfigura como una forma de provocación estilizada. Es presentado como humor salvaje, como acto de “libertad de expresión”. Esta legitimación no responde tanto al contenido, sino al formato: el meme, el *gameplay* irónico, el tuit viral con estética de *shitpost*⁸. El continente desactiva la alarma del contenido.

⁸ *Shitpost* es una forma de publicación digital deliberadamente absurda, incoherente o provocadora, cuyo objetivo no es informar ni argumentar, sino saturar el espacio comunicativo, desorientar o ridiculizar. En el ecosistema del Fascismo Pop, el *shitposting* se convierte en una

Como advierten Almudena Cabezas y Paula Medina (2021), estos repertorios discursivos no solo degradan a los sujetos feminizados, racializados o disidentes, sino que producen comunidad en torno al rechazo y la violencia, legitimando narrativas excluyentes desde una afectividad compartida y una performatividad estética.

La extrema derecha ha comprendido que no necesita ser mayoría electoral para imponerse culturalmente: le basta con viralizar su estética, apropiarse de los lenguajes de la contracultura y ofrecer una identidad emocional al sujeto desencantado. A través del humor, la ironía y la lógica de la *gamificación*, el discurso de odio no solo se vuelve más digerible, sino que adquiere atractivo simbólico. Figuras como Big Chad —avatar musculado de la masculinidad hegemónica y emocionalmente indiferente— o el Joker —símbolo del caos vengativo, la victimización masculina y la insurrección nihilista— funcionan como referentes visuales centrales en este imaginario *manosférico* y reaccionario. Ambas encarnan una masculinidad dolida que convierte el resentimiento en estilo, y la exclusión en comunidad estética.

Como plantean Elisa García-Mingo y Silvia Díaz Fernández (2022), la *manosfera* española actúa como un espacio de restauración identitaria para varones jóvenes en crisis, donde el antifeminismo se presenta como relato totalizante frente a un supuesto despojo de privilegios. A través de *hashtags*, *shitposting* y foros como Forocoches, se configura una pedagogía digital del desprecio. Esta lógica genera comunidad, pertenencia y afecto compartido: quien ríe, pertenece. El “chiste incorrecto” se convierte así en ritual de entrada y fidelización simbólica. Un ejemplo claro de esto es el concepto de *Charo*, que veremos a detalle más adelante en apartado 5)

estrategia estética que banaliza el odio, disfraza los discursos extremistas de humor nihilista y dificulta su confrontación política directa.



Fig. 2: Charo coleccionable.

Este meme —una parodia de “Charo empaquetada” como producto, subvención incluida— condensa la lógica *manosférica* del antifeminismo. Esta forma de escarnio estético se convierte en ritual de afiliación simbólica dentro del Fascismo Pop. Se construye una estética del desprecio que ridiculiza toda aspiración emancipadora. No se busca debatir, sino desactivar políticamente al otro mediante la burla visual. La pertenencia al grupo se valida mediante la risa compartida: la misoginia se estetiza como humor inofensivo.



Fig. 3: Acción Anticharista

En esta imagen —una parodia reaccionaria del logo antifascista— se representa a Pepe the Frog fumando un puro, acompañado de las palabras “Team Facha” y el eslogan “ok charo”. La composición sintetiza tres rasgos fundamentales del Fascismo Pop: el humor cínico como forma de pertenencia, la estética *manosférica* como dispositivo de violencia simbólica, y la inversión irónica de los símbolos de la izquierda para construir una identidad política reaccionaria. Esta “acción anticharista” ya no se organiza como partido ni ideología, sino como comunidad afectiva que ríe, comparte y odia juntas.

Las plataformas digitales funcionan como una mente colectiva, como ideología forera: simulan control, virilidad, victoria, mientras reproducen un marco autoritario disfrazado de entretenimiento. Espacios como 4chan, *Discord* o *Telegram* difunden discursos racistas y antifeministas sin necesidad de doctrinas explícitas: lo que ofrecen no es verdad o doctrina, sino pertenencia. Los usuarios se

comportan más como fans que como seguidores de una ideología, únicamente son militantes del odio.

1.3. ¿Qué es el "Fascismo Pop"?

Este trabajo opta deliberadamente por el concepto de Fascismo Pop como categoría central de análisis, en lugar de otros términos más extendidos como extrema derecha digital, *alt-right*, neofascismo o nueva derecha radical. Esta elección no es únicamente terminológica, sino también teórica, política y metodológica.

Mientras que nociones como *alt-right* o fascismo digital remiten a configuraciones ideológicas más o menos reconocibles —partidos, redes de influencia, *think tanks* o campañas de desinformación—, el Fascismo Pop apunta a una mutación cultural más difusa pero igualmente eficaz: un autoritarismo afectivo que opera desde lo cotidiano, lo humorístico, lo viral y lo visual. Ya no se trata de imponer el orden desde arriba, sino de generar comunidad desde abajo a través del goce compartido con la crueldad, la ironía o el desprecio.

Como ha planteado Mauro Entrialgo (2024), este fenómeno responde a una inversión ética que denomina *malismo*: una ostentación pública de lo reprobable como forma de autenticidad y capital simbólico (p. 23). Lo impensable ya no escandaliza; se celebra, se monetiza, se convierte en identidad. Los memes, en este contexto, funcionan como dispositivos de radicalización estética: naturalizan el odio, lo convierten en entretenimiento y generan pertenencia.



Fig. 4: Ejemplo visual de *malismo* y Fascismo Pop.

Este meme representa el desprecio como gesto estético, transformando la humillación de lo vulnerable en una afirmación identitaria. La ironía violenta y la estética vintage permiten que esta imagen circule como entretenimiento en entornos *manosféricos* y de extrema derecha digital, donde el goce con la crueldad se convierte en forma de autenticidad.

El Fascismo Pop desplaza el análisis desde la ideología hacia los dispositivos culturales: foros como Forocoches, videojuegos con carga simbólica, *Twitch*, *TikTok*, humor gráfico y estéticas retrofascistas. No tiene manifiesto, pero sí estilo. Ya no se trata de marchas ni arengas, sino de formatos virales que convierten el odio en parte del paisaje digital. Como advirtió Susan Sontag (1975), “la transformación del fascismo en espectáculo convierte la violencia en objeto de deseo estético” (p. 82). Walter Benjamin (2009 [1936]) lo expresó así: “el fascismo

tiende a estetizar la política. A la masa le otorga el derecho a expresarse, pero sin afectar las relaciones de propiedad” (p. 48). Hoy, esa estetización es transmedia: un “me gusta”, un retuit, una reacción o un comentario basado⁹. La violencia simbólica se comparte “por los loles”¹⁰.



Fig. 5: *Malismo* y cinismo en estado puro.

⁹ *Basado*: adaptación del inglés *based*, originalmente usado para describir actitudes consideradas auténticas o independientes del pensamiento dominante. En los entornos digitales reaccionarios, se ha resignificado como un elogio a posturas misóginas, racistas o autoritarias, legitimando el odio como expresión de “verdad” frente a lo políticamente correcto. Funciona como sello de aprobación dentro del cinismo manosférico y la pedagogía de la crueldad.

¹⁰ *Por los loles* es una expresión derivada del inglés *for the lulz* (de *LOL*, “*laughing out loud*”), que hace referencia a la realización de una acción —a menudo ofensiva, transgresora o cruel— únicamente por diversión o por el placer de provocar. En entornos digitales como la manosfera, *hacerlo por los loles* implica desresponsabilización moral: el desprecio, el acoso o la humillación se justifican como broma. El cinismo protege al emisor bajo la apariencia de humor, dificultando cualquier crítica ética o política.

La figura 5 condensa la lógica afectiva del Fascismo Pop: el titular del pseudomedio Mediterráneo Digital ya cosifica a una mujer racializada y migrante como “puta boliviana”, mientras que el comentario que le sigue convierte el asesinato en motivo de sarcasmo viral. La pregunta —“¿y de qué trabajaba?”— desactiva cualquier empatía y transforma la violencia en espectáculo.

En el contexto español, la “manosfera forocochera” es un laboratorio simbólico donde el antifeminismo, el racismo y la transfobia se despliegan con estética irónica. Conceptos como *incel*, *redpill* o *sigma male* son importados de la *alt-right* y resignificados en clave viral. José Luis López Álvarez (2024) define este fenómeno como radicalización afectiva: no busca convencer, sino conectar emocionalmente con el malestar. La conexión con una generación que se siente victimizada y atacadas conectan.

El Fascismo Pop se nutre además de una memoria histórica no resuelta y una épica imperial reciclada. La nostalgia franquista, la Reconquista o la figura de Franco reaparecen como memes o parodias compartidas. No se glorifica el pasado: se lo estetiza.

Como advierte Zeynep Tufekci (2017), las plataformas digitales amplifican lo disruptivo y lo emocional, haciendo del extremismo un producto viral. Esta lógica no es ajena al contexto español: “la lógica algorítmica de estas plataformas promueve la polarización emocional, premia los discursos extremos y dificulta la construcción de relatos matizados” (Centro Reina Sofía & FAD, 2023, p. 18).

El reto, entonces, es desactivar su lógica simbólica, desmontar su maquinaria afectiva y disputar los sentidos de la rebeldía, el humor y la estética desde una política radical del deseo, la memoria y la diferencia.

Frente a la potencia simbólica del Fascismo Pop —su capacidad para viralizar desprecio, estetizar el odio y convertir el troleo en norma afectiva—, esta investigación no se ha centrado en analizar visualidades de resistencia, y por tanto no las presenta como objeto de estudio, sino como horizonte pendiente: una línea de fuga política y cultural que habrá de construirse desde el arte, la ternura radical, el disenso situado y la reapropiación creativa del deseo.

Porque si el Fascismo Pop organiza el archivo emocional del odio, habrá que imaginar otro archivo: uno del cuidado, de la memoria insurgente y de la rabia lúcida. Uno que no imite los códigos de la crueldad, sino que los desactive. No se trata de responder con moralismo, sino con estética; no con censura, sino con imaginación.

No habrá aquí contraimágenes, ni memes luminosos, ni narrativas alternativas. Eso también es una elección: saber lo que falta es una forma de diagnosticar el poder. Y por eso, en este trabajo, nos sumergimos en el odio: para poder documentarlo, diseccionarlo, nombrarlo. Como una forma de no dejarlo impune.

1.4. Objetivos de investigación

Objetivo General

Analizar el Fascismo Pop como un dispositivo cultural de la extrema derecha digital en España, explorando su relación con los memes, plataformas digitales y la cultura visual contemporánea.

Objetivos Específicos

1. Analizar la evolución del fascismo estético en España, desde el franquismo hasta su adaptación a la cultura digital actual.
2. Investigar cómo los memes y la cultura digital operan como herramientas para la radicalización y blanqueamiento del odio dentro del Fascismo Pop.

3. Reflexionar sobre el impacto de la investigación en la producción de conocimiento y en la experiencia del investigador, desde una perspectiva feminista y decolonial.
4. Analizar cómo determinadas cuentas de X construyen y difunden un archivo *memético* reaccionario articulado en torno a ejes de género, raza y masculinidad, y cómo estos discursos se organizan en formatos virales que afectan el imaginario colectivo.

1.5. Preguntas de investigación

1. ¿Cómo ha evolucionado el imaginario fascista en España, desde el franquismo hasta su adaptación a la cultura digital actual?
2. ¿Cómo los memes y el humor funcionan como herramientas de radicalización y blanqueamiento del discurso ultraderechista?
3. ¿Cómo la inmersión en ecosistemas digitales reaccionarios afecta la producción de conocimiento y la subjetividad del investigador/a/e desde una perspectiva feminista, cuir y decolonial?
4. ¿Qué papel juegan cuentas específicas de X en la producción de sentido reaccionario en torno al feminismo, la masculinidad no normativa y la racialización del miedo?
5. ¿Cómo se configuran, visual y afectivamente, los ataques simbólicos a mujeres (*Charo*), y cuerpos racializados (*jovelandés*) y disidentes dentro del ecosistema del Fascismo Pop?

2. Marco teórico comentado

Este marco teórico tiene como objetivo articular los principales enfoques críticos que sustentan el análisis del Fascismo Pop como dispositivo cultural, afectivo y

performativo de la extrema derecha digital española. El estudio se enmarca en una perspectiva situada, feminista, cuir y decolonial que problematiza los discursos hegemónicos sobre el humor, subjetividad digital y violencia simbólica. A través de un enfoque interdisciplinar, se integran aportes provenientes de la estética política, la teoría de los afectos, los estudios decoloniales, la crítica de la cultura visual y la filosofía política contemporánea, como desglosaremos a continuación.

2.1. Estética, afecto y cultura del odio

La hipótesis de inicio de este trabajo es clara: el fascismo del siglo XXI no se impone por medio de discursos doctrinales ni por violencia explícita —al menos no de forma inicial—, sino a través de la cultura, con especial fuerza en la cultura digital.

Esta investigación entiende el Fascismo Pop no solo como una lógica discursiva digital, sino como un régimen estético y afectivo que opera transversalmente en múltiples soportes culturales. Desde los memes hasta los cuerpos, desde los videojuegos hasta los objetos de consumo irónico, el Fascismo Pop configura un ecosistema simbólico donde lo digital y lo material se entrelazan. Así, el análisis etnográfico incorpora también manifestaciones culturales no estrictamente digitales —como camisetas, escenografías urbanas— que, aunque circulan fuera del timeline, reproducen los códigos, afectos y signos de la extrema derecha contemporánea.

En el ejemplo español, este cambio de paradigma encuentra en los ecosistemas digitales la ampliación de su campo de batalla. Es en estas plataformas en donde estetiza su discurso de odio, acosa a todos aquellos que piensan diferente de forma organizada, y se construyen las identidades reaccionarias bajo el chiste y la ironía. A este fenómeno lo he denominado Fascismo Pop: una forma de

fascismo afectivo, cultural y estético, cuyo valor se esconde en el uso de la cultura digital para resignificarse dentro de aparente normalidad.

Este fenómeno tiene una genealogía crítica que permite comprender sus raíces ideológicas. En su ensayo *Ur-Fascismo*, Umberto Eco (1995) sostiene que el fascismo eterno no necesita una ideología sistemática para sobrevivir, sino que se activa mediante un conjunto de pasiones estructurales —como el culto a la tradición, el miedo a la diferencia o la exaltación de la acción por la acción— que emergen en contextos de crisis colectiva. Eco advierte que “el Ur-Fascismo puede volver con las formas más inocentes” (Eco, 1997, p. 77). En el siglo XXI, esas formas ya no desfilan: se viralizan en forma de memes, troleos, discursos de “libertad de expresión” y performances digitales de poder.

Este retorno simbólico opera, sobre todo, desde lo visual. Susan Sontag (1975), en su ensayo *Fascinante fascismo*, analiza cómo el régimen nazi convirtió la violencia en una estética del cuerpo heroico, la obediencia masculina y la glorificación de la muerte. El fascismo, señala, estetiza el autoritarismo y transforma sus valores en espectáculo. Esta lógica pervive hoy en las imágenes compartidas a través de *WhatsApp*, el *merchandising* de la ultraderecha y la viralización de símbolos fascistas disfrazados de broma. Lo reaccionario ya no se representa como rígido o solemne, sino como transgresor, provocador y divertido como podemos ver en las figuras 6 y 7.



Fig. 6 y 7: Nostalgia de orden y reciclaje emocional del franquismo.

La primera imagen representa a Franco como figura benefactora de la vivienda social, transformando el recuerdo de una dictadura fascista en un gesto amable de justicia habitacional. La segunda lo convierte en vigilante simbólico de la propiedad privada frente a las okupaciones. Ambas imágenes articulan una operación de resignificación y blanqueamiento afectivo: despolitizan la violencia estructural del franquismo y la reconfiguran como solución eficaz ante el malestar contemporáneo. Este reciclaje visual encarna lo que Traverso denomina “melancolía reaccionaria” y opera mediante el humor cínico y la estetización del orden.

Pero esta estetización no opera de forma aislada: se articula con una gestión afectiva de las emociones que moviliza el deseo de orden, control y pureza simbólica. Walter Benjamín (1940/2009), en su Tesis XII, advertía que “el fascismo tiende hacia una estetización de la vida política” y que, en ese contexto, “la guerra

deviene su forma última de expresión” (p. 58). Es decir, cuando la política se vacía de contenido emancipador y se convierte en espectáculo, el resultado no es el debate, sino la violencia.

En las redes sociales, este culto estético adopta la forma de violencia memética: no se argumenta, se ridiculiza; no se disputa, se viraliza. La guerra se convierte en guerra cultural, y el campo de batalla es el timeline.

A nivel afectivo, Enzo Traverso (2019) plantea que el nuevo neofascismo no se organiza en torno a utopías, sino a pasiones tristes: nostalgia, pérdida, resentimiento. A esta dimensión la llama melancolía reaccionaria: una emoción colectiva que activa la violencia simbólica como forma de restitución subjetiva. El Fascismo Pop, en ese sentido, ofrece una solución estética al malestar: no promete justicia, sino pertenencia; no ofrece futuro, sino pasado reciclado.

Este reciclaje opera también sobre los lenguajes de la disidencia. Como señala Jean Birnbaum (2020), uno de los éxitos más inquietantes de la extrema derecha es haber ocupado el lugar simbólico del rebelde. Lo que antes fue contracultura, hoy es ironía reaccionaria. El gesto punk se vuelve meme franquista; el lenguaje de la revuelta se instrumentaliza para atacar derechos. Esta inversión del imaginario disidente convierte a los sectores dominantes en supuestas víctimas de corrección política y censura moral. La ultraderecha se representa como contracultural, cuando en realidad restaura el orden a través del caos estético.

Así entendido, el Fascismo Pop no es un fenómeno exclusivamente ideológico, sino una tecnología de poder cultural, que actúa sobre el deseo, la imagen y la memoria. No necesita declarar su programa: le basta con producir afectos, contagiar estilos y desactivar la crítica a través del entretenimiento. Es, en última instancia, un régimen estético de legitimación emocional del odio.

2.2. Humor, cinismo y pedagogía del desprecio

El Fascismo Pop no se impone únicamente desde la estética o la resignificación del pasado fascista, sino que educa/reprime emocionalmente. Su forma de hegemonía no opera en el plano de las ideas, sino en el de las emociones compartidas, de las risas cómplices, de las humillaciones celebradas. En ese marco, el humor —lejos de ser un canal neutro o liberador— se convierte en un dispositivo pedagógico de disciplina afectiva, que enseña a ridiculizar, a deshumanizar y a gozar con el castigo simbólico.

Esta lógica se articula a través del meme, que no es un simple recurso comunicativo, sino una forma condensada de subjetivación política. Como ha mostrado Joan Donovan (2020), los memes funcionan como vehículos de diseminación ideológica en la era de la posverdad: permiten decir lo inaceptable sin asumir responsabilidad, y transforman el contenido político en forma de entretenimiento viral. La frase “solo era una broma” se convierte en escudo ideológico: desactiva la crítica y legitima la violencia simbólica.



Fig.8: Insertar rojo.

En la figura 8 vemos un Meme que fusiona referencias a fosas comunes republicanas con símbolos racializados y cuir. Ejemplo claro de pedagogía del desprecio: convierte el genocidio en chiste y el antifascismo, y la búsqueda de justicia, en objeto de mofa memética.

Este cinismo performativo ha sido analizado por Slavoj Žižek (1989) como el modo ideológico por excelencia del presente: “sabemos muy bien lo que hacemos, pero, aun así, lo hacemos” (p. 30). La ironía no niega la violencia, la excusa. La convierte en virtud. Lo políticamente incorrecto ya no se percibe como provocación: se presenta como autenticidad. El sujeto cínico se enorgullece de su incorrección como marca de distinción.

La noción de *malismo*, propuesta por Mauro Entrialgo (2022), da un nombre propio a esta estrategia cultural. El *malismo* se define como “la ostentación pública de acciones o deseos tradicionalmente reprobables con la finalidad de conseguir un beneficio social, electoral o comercial” (p. 15). No se trata de ocultar el odio, sino de exhibirlo como capital emocional. En el ecosistema del Fascismo Pop, la crueldad se estetiza, se comparte y se celebra: lo despreciable se vuelve viral; lo violento, entretenimiento.



Fig. 9: Estética del *malismo* y cinismo posirónico.

La figura 9 nos muestra un tuit representa una de las formas más extremas de subjetivación política en el ecosistema del Fascismo Pop. Utiliza el humor para convertir en objeto de deseo el cadáver de una mujer. La violencia se disfraza de broma; el desprecio se transforma en entretenimiento.

Memes como “Charo” (como hemos visto inicialmente y que desarrollaremos ampliamente en el apartado 5), el “jovelandés” o “amego segarro” (que racializa el miedo mediante la burla y el desprecio de los cuerpos racializados), no son inocentes. Funcionan como tecnologías de exclusión afectiva, que definen qué cuerpos y discursos pueden ser objeto de escarnio sin consecuencias. La imagen no argumenta, pero educa; no explica, pero disciplina como veremos en la Figura 10. Un ejemplo de escarnio misógino, parodia de la figura femenina envejecida como devoradora del sistema de pensiones público. Resume el odio *manosférico* y su pedagogía afectiva.



Fig. 10: Charo Saturno devorando al bebé del Estado.

Esta imagen representa la estética *manosférica* de la crueldad: transforma la figura de la mujer mayor en parásito, construyendo una pedagogía del desprecio desde el humor visual misógino.

Este proceso no se produce de forma individual. Como documentan Águeda Gómez-Suárez, Iria Vázquez-Silva y Mar Fernández-Cendón (2024), la *manosfera* forocochera actúa como un entorno donde el antifeminismo, el racismo y la homofobia se articulan mediante el humor. La risa, en estos espacios, no es solo reacción: es mecanismo de cohesión comunitaria. Reírse del otro es confirmar la pertenencia al nosotros. Alenka Zupančič (2008) sostiene que la comedia revela lo real en su forma más cruda. En el caso del Fascismo Pop, ese “real” no es la verdad, sino el goce de la violencia. Lo que produce el meme no es comprensión, sino goce obsceno compartido. La risa se convierte en forma de cancelación simbólica, en escenografía afectiva del desprecio.

Así, el humor en el Fascismo Pop no es disidencia, sino pedagogía autoritaria. Su función no es liberar tensiones, sino reconfigurar el campo emocional. Enseña a desear el castigo, a despreciar lo vulnerable, a convertir el daño en juego. Es, en definitiva, una forma cínica de subjetivación colectiva, que convierte la crueldad en estética y la burla en comunidad.

2.3. Necropolítica visual y subjetividad algorítmica

Desde la noción de necropolítica propuesta por Achille Mbembe (2003), podemos entender que las imágenes que circulan en la ultraderecha digital —memes, montajes, gifs, tuits— no solo representan enemigos simbólicos, sino que activan un régimen de visibilidad donde ciertos cuerpos son expuestos a la burla, la eliminación discursiva o la violencia estética. No se trata únicamente de controlar la vida, sino de gestionar la exposición y circulación del odio como política de muerte simbólica.

El Fascismo Pop no necesita ejercer violencia física directa para producir exclusión. Su eficacia radica en la capacidad de construir un orden simbólico donde determinadas vidas son menos llorables, menos visibles y más ridiculizables. Esta jerarquización afectiva no se decreta desde el Estado, sino que se produce culturalmente, a través de memes, linchamientos digitales, silenciamientos algorítmicos y afectos compartidos. Se trata, en términos de Achille Mbembe (2003), de una forma de necropolítica simbólica: una política de la muerte que actúa no eliminando cuerpos, sino borrando su legitimidad de existir con dignidad en el espacio público.

En la cultura digital, esta forma de necropolítica no excluye solo desde el contenido, sino desde la forma: el meme irónico, el video viral, la captura de pantalla compartida para escarnio. Como plantea Judith Butler (2004), “no toda vida es considerada igualmente llorable”: solo quienes pueden ser llorados son reconocidos como plenamente humanos (p. 28).



Fig. 11: Mapa europeo del miedo.

En la figura 11 vemos un mapa ficticio en el que se asocian nombres estigmatizantes a jóvenes migrantes según cada país. Este meme no representa datos, sino afectos: miedo, rechazo y desprecio racializado. Ejemplo claro de necro política visual y pedagogía afectiva de la exclusión. No son simples bromas: son tecnologías de anulación simbólica del duelo.

Como dijimos anteriormente las plataformas digitales no son espacios neutros: están diseñadas para amplificar lo emocional, lo polarizante y lo disruptivo. Esta lógica algorítmica convierte el contenido extremo en rentable y viral. En el caso del Fascismo Pop, la violencia simbólica encuentra en estos entornos no solo una audiencia, sino una ventaja estructural. El ecosistema fascista necesita de este odio para ampliar su mensaje. Un ejemplo claro lo vemos en la siguiente figura: Necro política explícita en contra de los cuerpos racionalizados.



Fig.12: Patada a embarazada.

En la figura 12 una figura masculina patea a una mujer racializada embarazada. El trazo infantil refuerza la banalización del castigo. No hay eufemismo: hay pedagogía visual directa del desprecio y la deshumanización.

Como advierten María García-Mingo y Sofía Díaz Fernández (2023), “el humor actúa como un mecanismo que desactiva la alarma ética. La violencia se vuelve tolerable cuando se presenta como broma, especialmente en entornos digitales” (p. 35). El chiste no desactiva la violencia: la anestesia, la camufla, y la vuelve viral. Así, la risa funciona como dispositivo afectivo que normaliza la agresión bajo el pretexto del “solo era una broma”.

Sayak Valencia (2010), en *Capitalismo gore*, radicaliza esta intuición al mostrar cómo la violencia extrema no solo se tolera, sino que se fetichiza como mercancía emocional. El linchamiento digital, el escarnio colectivo, el *shitposting* coordinado se transforman en espectáculo viral. El Fascismo Pop se alimenta de esa lógica: goce, crueldad, estética y despolitización. En este marco, la ultraderecha digital ha perfeccionado una doble operación: por un lado, ejerce violencia estructural y simbólica desde el cinismo; por otro, se presenta como víctima de una supuesta “dictadura progre”. Blanquea sus discursos como libertad de expresión, disfraza la agresión de broma, y desplaza el foco hacia el fantasma de la “cultura de la cancelación”. Así, convierte el odio en contenido y la reacción en estilo.

Esta pedagogía de la crueldad —conceptualizada por Rita Laura Segato (2013)— convierte la deshumanización en experiencia estética y educativa. No es casual ni marginal. Se produce en un entorno digital donde la economía de la atención se rige por la polarización emocional. Los algoritmos no son mecanismos neutros de distribución, sino estructuras de afecto y poder: moldean el deseo, jerarquizan la emoción y codifican la exclusión. Lo que circula es lo que indigna, castiga o ridiculiza. El escándalo es motor de visibilidad.

En este sistema, el sujeto algorítmico no elige libremente qué ver o qué sentir: es programado para intensificar sus afectos. La viralidad deviene veredicto colectivo. El meme no solo comunica: ejecuta simbólicamente. La exclusión ya no se limita a silenciar al otro, sino a exponerlo, degradarlo y eliminar toda posibilidad de empatía.

Este mecanismo se verifica empíricamente en las redes donde operan las extremas derechas digitales. Las campañas de acoso no son espontáneas, sino rituales replicables: se parte de una imagen o tuit descontextualizado, se lanza una burla, y se replica en cascada. El objetivo no es la crítica, sino el castigo público. En estos contextos, lo que se disputa no es la verdad, sino la capacidad de seguir hablando sin ser convertido en blanco visual.

Esta pedagogía algorítmica del desprecio tiene consecuencias estructurales. Configura comunidades basadas en la risa excluyente, refuerza sesgos algorítmicos y moldea una subjetividad afectiva donde la violencia ya no se tolera: se desea. El Fascismo Pop convierte así las plataformas digitales en máquinas de guerra simbólica, donde el reconocimiento no se gana por el argumento, sino por la capacidad de producir daño viral.

2.4. Continuidades autoritarias y resignificación digital

El Fascismo Pop en el Estado español no es una anomalía ni un fenómeno importado. Es la reconfiguración contemporánea de una cultura autoritaria con raíces profundas, especialmente en el franquismo y su legado simbólico. Lejos de tratarse de un pasado clausurado, el franquismo pervive como estructura emocional, régimen de visibilidad y lenguaje político. Esta persistencia encuentra en lo digital no un archivo, sino un campo de actualización y circulación afectiva.

Joan Ramon Resina (2008) sostiene que la Transición no fue el fin del franquismo, sino su mutación afectiva: “El régimen no fue derrocado, fue reconfigurado como un consenso afectivo, en el que la memoria oficial excluye la experiencia del trauma” (Resina, 2008, p. 22). La memoria pública española ha sido incapaz de metabolizar la violencia dictatorial, lo que ha permitido que sus símbolos

reaparezcan como estética “pop”: el escudo preconstitucional como emoji, Franco como meme paródico, el Valle de los Caídos como ironía visual. Esta banalización del trauma no desactiva su carga, la reintroduce como juego. Joan Antón Mellón (2005) describe esta situación como una “herencia cultural del autoritarismo” que “se manifiesta en el discurso mediático, en la configuración urbana, en la permanencia de mitos del orden y en la naturalización de ciertos estilos de poder” (Mellón, 2005, p. 167).

Desde los estudios de medios, Matilde Eiroa San Francisco (2014) ha mostrado que el NO-DO no solo informaba: “construía un relato visual del poder mediante la repetición ritual de símbolos y cuerpos” (Eiroa San Francisco, 2014, p. 36). Su legado no es solo documental, sino simbólico. La escenografía del orden franquista —la plaza, la bandera, el desfile— sobrevive hoy en la visualidad digital de ciertos sectores reaccionarios. La imagen autoritaria se actualiza como mercancía viral.

En la contemporaneidad, plataformas como Forocoches, Telegram y YouTube son, como demuestra José Luis López Álvarez (2024), “espacios donde se performa una masculinidad nostálgica y antifeminista, articulada en torno a símbolos del orden perdido” (López Álvarez, 2024, p. 8). Allí, el franquismo no se proclama como doctrina, sino como marco afectivo de pertenencia, mediado por troleos, burlas y estéticas viriles.

Esta reconfiguración no se limita a los símbolos del franquismo, sino que también actúa sobre las propias víctimas de la dictadura. Lo que antes estaba ausente —los desaparecidos, las fosas comunes, la represión— es hoy objeto de broma y espectáculo. No es olvido: es desprecio reciclado en código visual. Como advierte el informe del Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud y la Fundación FAD Juventud (2023), “el archivo del dolor se convierte en contenido para memes, donde la parodia reemplaza a la memoria” (Centro Reina Sofía & Fundación FAD Juventud, 2023, p. 27).



Fig.13: CJ y la zanja (GTA: San Andreas) *Here we go again.*

En la figura 13 podemos ver al personaje CJ del videojuego *GTA* camina hacia una zanja marcada con una bandera republicana. Se sugiere un ciclo de derrota republicana, resignificado como gag recurrente. Esta visualidad no solo desactiva la historia, sino que reconfigura la violencia como rutina viral. En este marco, la crueldad no es un desvío: es una estrategia cultural. El insulto se convierte en estilo. El desprecio, en identificación comunitaria.

Sonia Núñez Puente (2019) advierte que esta violencia simbólica no es marginal, sino estructural: “las redes sociales no han inventado el odio, pero lo han amplificado, naturalizado y estetizado. No solo reproducen estereotipos, sino que establecen jerarquías emocionales sobre quién merece atención, compasión o burla” (Núñez Puente, 2019, p. 51). En el plano político, Cristina Monge Lasierra (2022) analiza el ascenso de Vox como una operación estética y emocional: “su propuesta se articula sobre afectos como el miedo, la rabia o la nostalgia, más que sobre una racionalidad programática” (Monge Lasierra, 2022, p. 18). Por su parte, Ignacio Sánchez-Cuenca (2019) define a Vox como parte de un “regeneracionismo reaccionario que instrumentaliza el malestar para reintroducir una estética autoritaria del orden” (Sánchez-Cuenca, 2019, p. 44).

En este marco, el Fascismo Pop puede entenderse como una gramática cultural del autoritarismo resignificado, que opera no desde la imposición, sino desde la seducción estética, el cinismo afectivo y la resignificación irónica de la memoria franquista.

3. Metodología y posicionamiento situado

Esta investigación pretende ser un cruce de caminos entre los estudios culturales, el análisis crítico de las narrativas digitales y, desde una posición feminista, cuir y decolonial, una respuesta, tímida y humilde, frente al auge del neofascismo en España. Durante el acercamiento bibliográfico al objeto de estudio, encontré abundante documentación que se aproxima a este fenómeno con una distancia analítica casi neutral, como si de lejos el odio no oliera.

Sin embargo, mi propuesta académica busca vivenciar la experiencia directa de habitar los espacios digitales donde, a modo de estercoleros virtuales, los discursos reaccionarios no solo se investigan: también se tocan, se huelen, nos atraviesan.

Sostengo que ninguna persona está completamente a salvo del olor que el neofascismo impregna en nuestras comunidades, en nuestras redes de afecto, en nuestras prácticas cotidianas de cuidado. Los discursos de odio no flotan como abstracciones inocuas: se filtran en los vínculos, en los cuerpos, en los afectos. Nadie es completamente indemne al pestilente hedor del odio organizado.

Esta investigación quiere ser bastarda, encarnada y situada. Bastarda en el sentido de lo que Claudia Karina Rivera Mojica (2020) ha llamado “prácticas bastardas”, y que Gloria Anzaldúa (1987) definía como pensar desde los bordes, desde la herida abierta. No se trata de una investigación contemplativa, sino de un ejercicio activo de confrontación estética y política.

Como trabajador público de una institución cultural que ha sufrido un ataque organizado desde la *manosfera* en Telegram —un ataque orientado a coartar nuestra labor en defensa de los derechos de las personas cuir en Honduras y a cuestionar la libertad de curaduría de quienes sostenemos estos espacios—, este trabajo no puede ser, en modo alguno, neutral. Al contrario: nace también de una

herida. No es solo un ejercicio académico: es una respuesta política, situada y encarnada, una forma de resistencia desde el lenguaje, la imagen y el archivo.

Si la crueldad y el odio cae a capazos, responderemos con palas de colores.

3.1. Etnografía digital militante

La base empírica de este trabajo es un archivo expandido y situado que documenta el ecosistema digital del Fascismo Pop en el Estado español. A lo largo de una inmersión crítica en plataformas como Telegram y X, se han recopilado y sistematizado memes, ilustraciones, montajes y símbolos digitales, organizados en torno a categorías estético-políticas clave:

- Charo y el desprecio al feminismo.
- Ataques a personas LGTBIQ+ y cuir, mediante campañas de acoso, memes transfóbicos y representaciones deshumanizantes.
- Cinismo posirónico, malismo y estética de la crueldad, donde el desprecio se convierte en broma y el odio en capital afectivo.
- Racismo estético y “jovelandización” del miedo, que articulan humor y xenofobia en memes sobre cuerpos racializados.
- Retrofranquismo e imperio pop, que resignifican el imaginario franquista como nostalgia estética juvenil.

El análisis se centró en categorías meméticas significativas —como *Charo*, *Jovelandia*, *ataques contra las disidencias*, *Incels* — que funcionan como dispositivos de blanqueamiento estético del odio y pedagogía visual del desprecio.

3.2. Archivo digital y afectividad

Ante el cierre progresivo de la API de X bajo la gestión de Elon Musk, se desarrolló una estrategia híbrida de extracción de datos, combinando herramientas como *snsrape*, *Selenium* y *EdgeDriver*, junto con scripts personalizados. El objetivo fue recuperar *bookmarks* personales, enlaces y contenidos visuales relevantes para el análisis, especialmente aquellos en riesgo de desaparecer por la inestabilidad del DOM (Document Object Model).

Debido a los constantes borrados y bloqueos de contenido por parte de la plataforma, muchos tuits solo pudieron ser archivados mediante scroll manual y captura de pantalla, posteriormente organizados en PDF.

Se sistematizaron más de 400 tuits provenientes de 16 cuentas principales de X y 10 grupos de Telegram, organizados en más de 100 imágenes, que conforman el archivo visual de este TFM. Esta base documental no incluye fechas, ni nombres de usuario, enlaces y metadatos, para no dar visibilidad adicional a actores cuya actividad se sustenta precisamente en la viralización del contenido nocivo.

Una pieza metodológica clave fue la entrevista con Marcelino Madrigal, referente en el archivo de redes de odio digital. Su enfoque —basado en la documentación sistemática sin interpretación— propuso una ética del archivo como preservación política: “Yo no analizo, no comento, no opino. Lo que hago es archivar lo que está ahí, para que no lo borren, para que no se pierda. Porque si se pierde, ganan ellos. Y si se ve, ya no pueden negarlo.” (Entrevista personal, abril de 2025)

Su contribución fue crucial para repensar las herramientas metodológicas de *scraping* tras el cierre de la API de X. Gracias a sus aportes, se resolvieron limitaciones técnicas y se consolidó una estrategia coherente con los principios de esta investigación: preservar, documentar y resistir.

La etnografía digital se realizó entre enero y mayo de 2025. Esta línea no responde a un monitoreo continuo, sino a una reconstrucción crítica apoyada en análisis comparativo y navegación selectiva. La recuperación de imágenes a través del scraping no tuvo límite de fecha, sino que se basó en categorías estético-políticas claves mencionadas anteriormente. El enfoque fue menos cuantitativo que cualitativo, priorizando momentos de alta viralización, coyunturas mediáticas y piezas visuales representativas.

3.3. Estrategias de autocuidado y ética

El tránsito prolongado por estos espacios digitales de odio generó una afectación emocional profunda. La exposición constante a contenidos misóginos, racistas y antifeministas provocó rabia, ansiedad, fatiga y una recurrente sensación de impotencia. En muchos casos, los mismos memes detectados inicialmente en canales cerrados de Telegram reaparecían días después en la pestaña “Para ti” de X, amplificados por cientos de retuits. Esta reiteración no era casual, sino síntoma de una arquitectura algorítmica que organiza la viralidad en torno al desprecio.

Como parte de la metodología se llevó a cabo una inmersión activa: se interactuó pasivamente con decenas de cuentas de extrema derecha, lo cual convirtió el propio timeline en un espejo de violencia simbólica. El algoritmo respondió afinando la dosis: misoginia, cinismo *manosférico*, negacionismo, *baiting* político, humor crueldad y *soft porno* promocional para cuentas de *OnlyFans*. Cada scroll profundizaba la sensación de encierro: no había lugar para respirar.

Porque cuando la crueldad simbólica llega hasta las orejas, a veces no queda otra que cerrar la boca, hacer una captura de pantalla y seguir archivando. Estoy deseando terminar esta investigación. Y no volver a ver Twitter ni Telegram en años.

4. Estéticas del fascismo en España: de José Antonio a X

Para poner a prueba la hipótesis de este trabajo —que el Fascismo Pop funciona como una tecnología cultural y afectiva de la extrema derecha digital— es necesario mirar hacia atrás y volver sobre aquellos olvidos de los que hablamos en la introducción y sumergirnos en aquel momento histórico, no para encontrar una continuidad ideológica estricta entre el franquismo y el neofascismo digital, sino para reconstruir las formas históricas de estetización del poder, de producción simbólica de la obediencia y de glorificación de la violencia que han configurado el imaginario fascistas, autoritario y reaccionario español. En otras palabras, si el fascismo hoy se disfraza de cultura pop, necesitamos conocer su archivo estético original.

Este aparatado aborda precisamente esa genealogía: rastrea los elementos visuales, afectivos y performativos que caracterizaron al franquismo —desde la iconografía nacionalcatólica hasta el NO-DO, desde la arquitectura del imperio hasta las canciones de exaltación viril— para entender cómo esos códigos no desaparecieron, sino que fueron reciclados, recontextualizados, estetizados y capitalizados nuevamente en el entorno digital contemporáneo.

Como plantea Joan Ramon Resina (2008), el franquismo no fue derrotado ni clausurado, sino “protegido del duelo” (p. 29), lo que permitió su persistencia bajo nuevas formas simbólicas. Sus gestos, lemas, imaginarios y narrativas de nación quedaron alojados en el inconsciente colectivo, funcionando como un fondo afectivo disponible para nuevas resignificaciones. Esta “memoria sin duelo” posibilita su reaparición actual no como proyecto político tradicional, sino como estética compartida, como contenido viral y como performance irónica de poder.

En el caso español, esa inserción en el imaginario colectivo no solo fue explícita, sino institucionalizada: el régimen franquista construyó un aparato visual y emocional complejo que glorificaba la unidad nacional, la masculinidad militarizada y el sacrificio por la patria. Hoy, esos códigos regresan en forma de *sticker*, de meme o de vídeo viral, camuflados bajo la apariencia de humor o rebeldía.

Esta genealogía es imprescindible para entender cómo el Fascismo Pop resignifica símbolos heredados, no desde la solemnidad, sino desde el cinismo. El pasado reaccionario español se ha vuelto cultura de masas, y sus signos circulan en Spotify, en YouTube, en Telegram, en forma de ironía posmoderna, sin perder su capacidad de herir.

Analizar el Fascismo Pop sin esta perspectiva histórica sería ignorar la profundidad de su poder simbólico. Por eso, este capítulo se propone como un análisis crítico de las estéticas del franquismo, no como fenómeno cerrado, sino como archivo disponible para nuevas formas de dominación cultural. Porque el neofascismo actual no surge de la nada: emerge de una tradición visual, afectiva y retórica que sigue operando en el presente.

4.1. Iconografía, símbolos y escenografía del fascismo español

El franquismo no fue únicamente una dictadura política: fue también un régimen estético integral que convirtió el espacio público en un gran escenario de obediencia. Desde los uniformes hasta los altares, desde los himnos hasta los cuerpos, el poder se ritualizaba. Lo visual, lo gestual y lo sonoro se trenzaban en una liturgia secular donde lo militar, lo nacionalista y lo católico formaban un único guion escenográfico. Uno de los emblemas más representativos fue el yugo y las flechas, tomado de los Reyes Católicos y reapropiado por la Falange como símbolo de unidad y verticalidad. La camisa azul, el saludo con el brazo extendido

y la entonación de *Cara al Sol* no eran solo signos, sino coreografías del cuerpo disciplinado. La estética no acompañaba al poder: lo producía.



Fig. 14: Montaje donde podemos ver diferentes elementos performáticos del franquismo. La figura 14 nos muestra la imagen nacional católica de los Monumentos a los Caídos junto con el yugo y las flechas (1) repetida en diferentes poblaciones de todo el país, las manifestaciones del día de la Victoria con el brazo en alto (2), por último, Francisco Franco y detrás el Águila de San Juan, símbolo usado después del golpe de estado a la II República en el 36 (3).

El franquismo desarrolló un aparato visual total, destinado a formar subjetividad política desde la infancia. Este proyecto se articuló en carteles, publicaciones, noticiarios y objetos cotidianos. Durante la Guerra Civil, los primeros carteles falangistas mostraban soldados heroicos, símbolos imperiales y exaltación del sacrificio. Facundo Tomás Pérez (2006) lo define como “arte de masas” y “educación sentimental”, señalando que “el objetivo no era estético, sino pedagógico: formar afectos y fidelidades” (Facundo Tomás Pérez, 2006, p. 112).

Posteriormente, medios como la revista *Vértice* o el NO-DO refinaron este aparato. Según Mechthild Albert (2008), *Vértice* “combinaba una estética elegante con una propaganda suavizada, construyendo una imagen moderna del franquismo para las clases medias” (Mechthild Albert, 2008, p. 95). El NO-DO, obligatorio en cines hasta 1976, mostraba una España sin conflictos, con Francisco Franco como padre providencial. Noemí Rubio Asensio (2020) lo define como un “dispositivo de memoria visual” que “configuró una imagen ritualizada del poder durante décadas” (Rubio Asensio, 2020, p. 43).



Fig. 15: Montaje en el que podemos observar las distintas etapas de la iconografía en medios de comunicación del fascismo español tanto en el NODO (1), Vértice (2) y cartelería (3) en donde se repiten imágenes, como el águila de San Juan el Yugo y las flechas.

Las imágenes reproducían modelos: la madre= abnegada, el obrero disciplinado, el niño uniformado. La iconografía franquista saturaba libros de texto, boletines sindicales, calendarios, sellos, monedas, iglesias y edificios públicos. El lenguaje visual educaba desde todos los frentes: era omnipresente y homogéneo. Como afirma Sánchez-Biosca (2006), la propaganda franquista funcionó como una “continuidad visual” que extendía simbólicamente la guerra. Esta estética no desapareció: ha sido reciclada como meme, ironía o provocación en la cultura digital contemporánea.

El culto a José Antonio Primo de Rivera —convertido en mártir fundacional tras su ejecución— fue parte central de esta maquinaria simbólica. Como analiza Víctor Zarza (2023), su iconografía proyectó una mitología de juventud pura, sacrificada, visionaria (p. 87). A esta figura se le sumó la omnipresencia del Caudillo: bustos, placas, retratos, estandartes, monedas. Todo en el espacio común se reorganizaba para encarnar la imagen de un Estado encarnado en un hombre. El águila de San Juan y el lema “Por la gracia de Dios” no eran meros adornos: eran sellos teológicos sobre la arquitectura del Estado.

Los actos públicos —desfiles, misas, concentraciones, discursos— seguían una escenografía medida: simetría, solemnidad, silencio. Según relata el mismo Víctor Zarza (2023, p. 91), en un acto falangista de 1939 colgaba un telón negro con el emblema del partido y los nombres de los caídos: una escenografía fúnebre que convertía el sacrificio en liturgia colectiva. Como ha formulado Enzo Traverso (2019), el fascismo no solo ordena la política, sino también el deseo: transforma la adhesión en emoción ritualizada.

Esta estética visual se ritualizaba desde la infancia hasta la plaza pública, y lo hacía con precisión escenográfica. Un ejemplo elocuente es el desfile franquista coloreado, ver fig. 16, donde Franco aparece encabezando la formación bajo una iluminación artificial retocada digitalmente. La imagen, ampliamente difundida en

redes revisionistas, reactiva el archivo histórico como fuente de nostalgia y autoridad.



Fig. 16: Desfile franquista coloreado

Esta imagen coloreada de un desfile militar con Franco al frente recupera el imaginario de orden, virilidad y autoridad del régimen. La manipulación digital reactiva el archivo como herramienta de propaganda emocional contemporánea. Circula en canales revisionistas como evocación de una masculinidad disciplinada y nacionalista, donde la estética del control se vuelve deseable. Esta iconografía se reitera en esculturas monumentales como el bloque de piedra con el nombre “Franco”, el escudo de los Reyes Católicos y el Víctor (ver Fig. 17), donde se inscribe no solo una memoria sino un gesto de permanencia. Como escenografía urbana, funcionaba como altar de adhesión y marca geopolítica del Caudillo.



Fig. 17: Monumento a Franco.

El monumento con el nombre de “Franco” repetido y escudos visibles construye una atmósfera de culto a la personalidad. En el atril se puede observar el *Víctor*, símbolo autoapropiado por el régimen franquista como emblema personal del Caudillo, pero de orígenes mucho más antiguos. El *Víctor* —acrónimo de “Viva Imperator Caesar Triumphator Ordinum Romanorum”— tiene raíces romanas, y fue reutilizado en la tradición universitaria española desde el siglo XV como signo de distinción para quienes alcanzaban el grado de doctor. El franquismo resignificó este símbolo, desvinculándolo de su uso académico y aplicándolo como marca de poder en universidades y espacios públicos. Su presencia en contextos monumentales servía para escenificar la victoria del bando nacional y

sacralizar el liderazgo de Franco. La imagen apela a una coreografía del poder: simetría, repetición, geometría autoritaria. Su circulación en canales nostálgicos refuerza esta escenografía de adhesión y glorificación, anticipando lógicas del *Fascismo Pop* que estetizan el orden como fetiche.

Este archivo simbólico no ha desaparecido. Hoy reaparece, transformado, en el entorno digital. Memes que estetizan a Primo de Rivera como santo *pop* o que colocan a Franco en escenas inverosímiles —ver apartado 1.3— no son irreverencias inocentes: son formas de reapropiación irónica que conservan, bajo el disfraz del humor, una pedagogía de la autoridad. En este archivo estético del franquismo, la representación de las mujeres ocupaba un lugar subordinado pero clave: la madre abnegada, la maestra sacrificada, la militante pura de la Sección Femenina. Figuras como Pilar Primo de Rivera encarnaban la pedagogía femenina del orden, el deber y la sumisión. Esto también ha mutado, como veremos en el apartado 5.

4.2. Arquitectura y urbanismo del régimen: monumentalidad como pedagogía del orden

La arquitectura franquista no fue un mero ejercicio técnico ni estilístico, sino un dispositivo ideológico al servicio del proyecto nacionalcatólico. El régimen utilizó el espacio construido para escenificar su visión del mundo: una España eterna, jerárquica, viril y católica. Inspirada en la retórica monumental de los fascismos europeos, la estética del franquismo osciló entre la grandilocuencia imperial y la domesticidad disciplinaria.

Como plantea Zira Box (2012), se trataba de “proyectar físicamente el alma de la Nueva España” (p. 102). El ejemplo paradigmático de esta ambición fue el Valle de los Caídos: una cruz monumental de 150 metros coronando una basílica excavada en la roca, concebida como altar de la victoria y mausoleo del dictador.

Pero esta monumentalidad se replicó también en otras obras icónicas como el Arco de la Victoria, el Ministerio del Aire o la Ciudad Universitaria, donde se entrelazan retóricas imperiales, frases de exaltación nacional y símbolos en piedra tallada.

Madrid, en particular, fue moldeada como capital simbólica del régimen, ver Fig. 18 La Gran Vía se rebautizó como Avenida de José Antonio; edificios como el Edificio España o la Torre de Madrid replicaron tipologías modernas, pero fueron decorados con coronas, escudos heráldicos y placas dedicadas a los “caídos por Dios y por España”. Incluso la arquitectura destinada a las clases trabajadoras fue impregnada de esta simbología: las viviendas de protección oficial adoptaron una estética castiza y tradicionalista —tejas árabes, patios interiores, rejas de forja— donde no faltaban escudos, flechas falangistas y frases doctrinarias. La arquitectura franquista no solo albergaba al ciudadano: lo domesticaba simbólicamente. La ciudad operaba, así como una pedagogía visual del orden y la obediencia.



Fig. 18: Monumentalidad franquista como escenografía ideológica.

Montaje de tres ejemplos clave de arquitectura simbólica del franquismo: (1) el Arco de la Victoria, (2) emblema de las viviendas de protección oficial con simbología falangista, y (3) el Valle de Cuelga muros, cruz monumental excavada en la roca. Estas edificaciones no fueron neutras: encarnaron una pedagogía visual del orden, la obediencia y la “España eterna” proyectada por el régimen.

Este imaginario persistente ha dejado una huella duradera en el paisaje urbano español. Plazas, escuelas, iglesias, monolitos y nombres de calles actuaron —y aún actúan— como dispositivos de memoria autoritaria. Como plantea Zira Box (2012), el franquismo no solo construyó una ciudad: construyó una subjetividad.

Con el paso del tiempo, muchos de estos símbolos han mutado en materia de disputa y resignificación. En el contexto digital contemporáneo, estos elementos se han transformado también en objetos de circulación memética. Ejemplos como los que se recogen a continuación muestran cómo, tras la exhumación de Franco y los planes del actual gobierno para resignificar el Valle de Cuelga muros, proliferaron en redes sociales campañas bajo lemas como “Salvemos el Valle” o “El Valle no se toca” (ver Fig. 19). La monumentalidad franquista fue así reconvertida en fetiche nostálgico, desde convocatorias a misas masivas y viacrucis patrióticos hasta memes que articulan una fantasía pop de “España imperial”.



Fig. 19: Cartel “Salvemos el Valle” / Viacrucis patriótico.

Esta composición, ampliamente compartida en canales de Telegram y X, condensa la estrategia visual del retrofranquismo espiritualizado: una apelación emocional y religiosa que oculta el origen dictatorial del monumento, para transformarlo en símbolo sagrado de la “España eterna”. El uso de imágenes de Jesús, iconografía neobarroca, banderas rojigualdas y tipografía sacra convierte el Valle en escenario de un nuevo martirio nacional, donde la exhumación de Franco se lee como persecución y el catolicismo, como resistencia

En paralelo, otras imágenes como el fascio en la casa natal de José Antonio Primo de Rivera (ver Fig. 20) muestran cómo la piedra sigue hablando, aún en pleno siglo XXI, en registros de exaltación, ambigüedad o herencia sin cuestionar. Esta persistencia simbólica se actualiza en redes bajo nuevas lógicas de apropiación estética: no solo para reivindicar el franquismo, sino también para estetizarlo como mercancía emocional, meme irónico o símbolo viril. Es lo que este trabajo ha denominado retrofranquismo e imperio pop.



Fig. 20: Fascismo arquitectónico en la casa natal de José Antonio

Relieve escultórico en piedra que conmemora a Primo de Rivera sin mediación crítica. Representa cómo el franquismo ornamental persiste en el espacio público español como memoria no resuelta.

Si el franquismo convirtió el espacio público en una escenografía de la obediencia y la verticalidad, la cultura digital contemporánea ha reconvertido ese archivo en un repertorio visual compartible. Esta mutación no implica una ruptura total, sino una continuidad afectiva resignificada. Así, las viejas formas de propaganda, monumentalidad y liturgia del poder se transforman en estética viral, adaptada a las nuevas formas de consumo algorítmico y circulación memética.

4.3. El resurgimiento del fascismo en la cultura digital: memes, ironía y normalización del odio

En el ecosistema digital contemporáneo, la reaparición del fascismo español no opera desde la doctrina, sino desde la estética. Lo que antes fue arquitectura monumental, lema doctrinal o violencia de Estado, hoy se manifiesta en formato *sticker*, plantilla viral o meme de WhatsApp. Este proceso no implica una desaparición del autoritarismo, sino su mutación: de régimen a signo, de símbolo a producto emocional.

Lejos de haber sido erradicadas, las estéticas del franquismo han persistido bajo múltiples formas. Algunas son materiales: monumentos, placas o calles con nombres franquistas. Otras son simbólicas: el mito de la unidad nacional, la familia tradicional o la autoridad sagrada del Caudillo. Las leyes de memoria histórica han intentado borrar esta presencia, pero como advierte Matilde Eiroa (2022), su legado “resiste digitalmente” (p. 115), especialmente en los códigos visuales de la juventud reaccionaria.

Los símbolos e imaginarios del viejo fascismo español no solo persisten: han sido reactivados en formas profundamente mutadas en el entorno digital. Plataformas como Forocoches, X, Telegram o TikTok se han convertido en espacios donde el franquismo y el nacionalcatolicismo resurgen no como doctrina, sino como ironía compartida, meme provocador o estética de culto retro.

Matilde Eiroa San Francisco (2022) analiza esta lógica en torno a la exhumación de Franco, cuando fenómenos como #UnboxingFranco o el montaje de “influencer reaccionario” transformaron el acontecimiento en objeto de humor desinhibido y viral: “la exhumación se convirtió en meme, en una suerte de performance digital donde el pasado franquista era ironizado, pero también trivializado” (Eiroa San Francisco, 2022, p. 6).

Sin embargo, este humor funciona como estrategia de blanqueamiento del odio. Como señala Joan Donovan (2019), el meme es un “caballo de Troya ideológico” que permite introducir discursos extremistas bajo el escudo del chiste (Donovan & Friedberg, 2019, p. 9). Forocoches es un espacio clave en esta mutación. Como documentan Fernández-Cendón, Gómez-Suárez e Iria Vázquez-Silva (2024), se ha consolidado como “comunidad de radicalización afectiva antifeminista” (p. 15), donde troleo y gamificación se combinan con discursos de extrema derecha. Casos como el ataque digital al Observatorio Stop Machitroles muestran cómo la estética del desprecio se convierte en arma cultural.

Esta mutación define el Fascismo Pop “Lo que antes era marginal o incluso risible ha adquirido, gracias al entorno digital, una potencia simbólica insospechada. El punk, el gamberrismo o la disidencia cultural son reciclados por la ultraderecha para parecer alternativa” (Ramón González Férriz, 2022, p. 7)

El acceso masivo a herramientas digitales y el vertiginoso desarrollo de las inteligencias artificiales en los últimos años han generado una auténtica explosión de contenidos visuales de carácter ideológico. Si el fascismo del siglo XX

necesitaba de una maquinaria creativa compleja para producir propaganda — desde la concepción de la idea hasta los oficios de impresión, el control institucional de los medios de comunicación o la arquitectura monumental como pedagogía del poder—, hoy basta un *prompt*, una instrucción mínima, capaz de movilizar afectos, odios y filias compartidas a través de interfaces accesibles.

Gracias al desarrollo acelerado de estas tecnologías —especialmente en plataformas como Grok, cuya moderación de contenidos y filtros éticos son significativamente laxos— es posible generar imágenes con estética hiperrealista, retrofuturista, *glitch* o incluso kawaii-fascista, sin necesidad de conocimientos técnicos ni artísticos. Lo que antes requería de todo un aparato técnico y estatal, hoy se sintetiza en una operación cultural descentralizada y algorítmica. La propaganda se vuelve colaborativa, emocionalmente viral y estéticamente ambigua.

Esta democratización aparente de la producción simbólica ha sido aprovechada por sectores reaccionarios, que reproducen discursos de odio o nostalgias imperiales a través de montajes visuales automatizados, fácilmente compartibles en redes como *X*, *Telegram* o *4chan*. Como veremos en el más adelante, este giro técnico afecta directamente a la circulación viral de los imaginarios fascistas, acelerando la producción afectiva del odio y desdibujando la frontera entre ironía, estética de archivo y violencia simbólica.

Un ejemplo sobre esto es el siguiente montaje donde Francisco Franco aparece con guitarra eléctrica, chaqueta bomber y jeans, saludando con un “Que lo paséis muy bien”. Aquí se despliega una operación de estetización malista: la figura del dictador no se representa desde el miedo, sino desde la entrañabilidad irónica. El malismo no busca ocultar el autoritarismo, sino ostentarlo con orgullo estético.



Fig. 21: Franco como estrella de rock.

Montaje en el que Franco aparece tocando la guitarra con chaqueta bomber, vaqueros y gesto neutro, acompañado del mensaje: “Que lo paséis muy bien”. Esta imagen —recuperada de cadenas de WhatsApp— condensa la lógica malista. La autoridad se vuelve entrañable. El dictador ya no da discursos: anima fiestas. En esta imagen, el pasado dictatorial se convierte en saludo simpático, ideal para reenviar en tono festivo. No hay una sátira clara: la ambigüedad es precisamente su fuerza. El autoritarismo aparece como algo que ya no requiere crítica, sino afecto. El meme no interroga la violencia: la convierte en guiño generacional.

Esta mutación también se observa en la reapropiación histórica y señorial del franquismo, donde Franco es figurado con armadura, gesto serio y fondo de castillo. Este tipo de imagen no apela a la memoria histórica ni a la realidad, sino

al deseo de pureza y orden. Circula en canales nacionalistas y ultras como metáfora emocional de grandeza perdida.



Fig. 22: Franco con armadura estilo cervantino.

En esta imagen aparece con expresión solemne, ataviado con una armadura ornamentada que remite más al imaginario de Don Quijote que al del templarismo clásico. La figura no se inscribe en la épica medieval europea, sino en una mitología hispánica más profunda: el caballero solitario, idealista, custodio de un pasado glorioso y ficticio. Esta resignificación visual articula un nacionalismo afectivo y estético, donde el “alma de España” se encarna en símbolos viriles, arcaicos y sobreactuados. No hay ironía explícita: el gesto es nostálgico, incluso romántico. La estética del caballero quijotesco se transforma en performance identitaria. Circula en espacios digitales de ultraderecha como saludo motivacional, avatar emocional o metáfora de resistencia cultural frente a la decadencia contemporánea.

El Fascismo Pop no solo se disfraza de épica. También apela a la lógica del entretenimiento y la cultura *otaku*. En uno de los memes recogidos en este archivo, José Antonio Primo de Rivera aparece en versión anime, con ojos grandes, trazo amable y fondo de mitin falangista. Esta imagen moviliza afectos de ternura y pertenencia. Lo que en otro contexto sería exaltación viril, aquí se convierte en diseño adorable.



Fig. 23: José Antonio anime. Montaje con estética Ghibli y fondo falangista.

Una reinterpretación en clave Ghibli del líder de Falange Española. La estética es claramente *kawaii*, ambientada en un mitin juvenil. La presencia de pancartas y consignas junto al diseño amable del personaje produce un efecto de ternurización heroica. La figura del mártir falangista es actualizada como modelo emocional de comunidad y deber.

Este tipo de imágenes no parodian el fascismo: lo reciclan en clave emocional. La estética *kawaii* convierte la figura del mártir nacional en personaje de fantasía juvenil. Se entrena así una comunidad afectiva que no necesita entender el franquismo, sino *sentirlo*. Es, como advierte Sayak Valencia (2010), una pedagogía del goce político donde la violencia se vuelve visualidad deseable. Este proceso también implica una lógica necropolítica de la risa. En el meme “Campeones del escondite 1939”, se representa una fosa común republicana como si fuera una broma infantil. La bandera tricolor cubre los restos exhumados, mientras el texto juega con la idea del escondite. Aquí, la violencia no se recuerda ni se niega: se usa visualmente como burla.



Fig. 24: Campeones del escondite, 1939

Este meme muestra una fosa común cubierta por una bandera republicana, con el texto: “Campeones del escondite 1939”. Aquí, el Fascismo Pop no solo estetiza el autoritarismo, sino que se ríe del duelo. La violencia franquista se convierte en chiste macabro, en pedagogía de la crueldad. No se propone recordar, sino humillar.

Este tipo de producción visual articula lo que Rita Laura Segato (2013) denomina una pedagogía de la crueldad: la deshumanización del otro como espectáculo de consumo. El meme no busca discutir el franquismo: lo afirma como régimen de risa. Y esa risa no es colectiva ni liberadora, sino una forma de dominación emocional. En la figura 25 vemos como el mensaje no apela al juicio histórico, sino al malestar contemporáneo. Franco se convierte en avatar de orden y prosperidad frente a la incertidumbre neoliberal.



Fig. 25: Imagen “Con Franco se vivía mejor”.

Captura de una cuenta paródica-ideológica. Lo acompañan imágenes de Franco saludando y el texto “Yo también pienso que con Franco se vivía mejor” y “Conmigo se podía fumar”. Este tipo de contenido circula como testimonio emocional más que como argumento. No busca verdad, sino efecto. La estrategia es clara: la eficacia política no está en la verdad, sino en la identificación afectiva. No se trata de convencer, sino de conectar emocionalmente con el resentimiento. Este es uno de los ejes clave del Fascismo Pop: su función no es pedagógica, sino afectiva. Se viraliza no lo que se explica mejor, sino lo que reconforta. A ello se suma una tendencia creciente: la conversión del archivo franquista en objeto de deseo. En la figura 26, una publicación difundida en redes sociales, un usuario anuncia la venta de placas del Instituto Nacional de la Vivienda con los símbolos

originales del régimen. El mensaje dice: “Las mismas que en aquella época. Hoy brillan de nuevo”.



Fig. 26: Placas del Ministerio de la Vivienda en venta. Captura de X. abril 2025
Merchandising falangista: patrimonio fascista convertido en producto

En este tuit se ofrece la venta de reproducciones exactas de las placas del franquismo: 20 euros en negro, 25 en rojo y negro. Esta circulación de símbolos

en clave de fetiche transforma la memoria autoritaria en diseño. Las placas son un accesorio de autoafirmación nostálgica.

Estas placas no son memoria, sino producto. Se produce así una literal mercantilización del patrimonio autoritario. El franquismo ya no se rememora: se vende. El deseo de orden se imprime en chapa esmaltada. El pasado como logo. Uno de los mecanismos más eficaces del Fascismo Pop es la transformación de las figuras históricas del franquismo en íconos de cultura digital viral. Ejemplos visuales como los montajes de José Antonio Primo de Rivera con estética *kawaii* o la conversión de Franco en estrella del *trap* global muestran cómo esta escenografía simbólica ha sido reciclada con nuevos códigos afectivos.



Fig. 27: Montaje digital donde Franco aparece saludando al rapero Anuel AA.

Esta imagen, ampliamente difundida en TikTok, acumula miles de *likes* y comentarios que oscilan entre la incredulidad (“¿Es real?”) y la complicidad afectiva (“Hasta la muerte”). El meme fusiona dos registros en principio incompatibles: el autoritarismo franquista y la cultura *trap*. Franco aparece reconvertido en figura *crossover*, compatible con el universo de ídolos virales y narcisismo digital.

El gesto es deliberadamente anacrónico y absurdo, pero no por ello inocente. Opera en clave de *posironía* afectiva, donde no es necesario declarar una adhesión ideológica: basta con participar en el circuito de lo viral. En esta lógica, el dictador deja de ser un símbolo histórico para transformarse en mercancía visual adaptable. Además, esta imagen refuerza un imaginario *manosférico* en clave viril. Lo que une a Franco y Anuel es la performatividad de poder masculino: uno por vía militar, otro por vía callejera. Ambos condensan una narrativa de dominio, orden y masculinidad sin fisuras. El resultado es una pedagogía simbólica donde la autoridad fascista se mimetiza con el carisma hipermediatizado del *influencer* contemporáneo. Del mismo modo, otro ejemplo paradigmático es la figura 28 en la que un cachorro —símbolo universal de ternura en la cultura digital— aparece superpuesto al yugo y las flechas, con el texto “Te quiero mucho, José Antonio”.



Fig. 28: Meme del cachorro falangista.

Este montaje es un caso cristalino de blanqueamiento afectivo del fascismo. No pretende convencer ni rememorar: busca seducir. El símbolo falangista es envuelto en estética *cute*, generando una pedagogía del amor autoritario. Se evoca a Primo de Rivera no desde la solemnidad, sino desde la ternura, como si se tratara de una mascota nacional-pop.

Ambas imágenes —Franco como estrella viral y Primo de Rivera como peluche reaccionario— representan lo que podríamos llamar una gramática emocional del retrofranquismo digital. A través del humor posirónico y los afectos visuales edulcorados, el archivo del odio se vuelve compatible. El pasado autoritario no se recuerda: se trivializa y se transforma en *sticker*. Lo que se viraliza no es la violencia, sino su forma amigable. Esta misma operación se observa en las siguientes figuras como la difundida bajo el lema “Primavera Nacional”, donde una

multitud limpia, joven y pulcra desfila con estética de cómic retro bajo el eslogan “Patria, Pan y Justicia”.



Fig. 29: Primavera Nacional. Cartel digital con estética falangista vintage.

En esta ilustración digital se representa una marcha juvenil portando una pancarta con el lema “Primavera Nacional”, bajo una estética vectorial pulida y una paleta limpia que remite tanto al diseño propagandístico clásico como a cierto estilo anime. A diferencia del realismo épico del cartelismo franquista original, esta imagen no busca imponer, sino seducir. El mensaje político no se expresa mediante gestos autoritarios, sino a través de una visualidad amable, con códigos emocionales heredados del manga escolar o las marchas juveniles idealizadas del anime institucional. Este cruce visual da forma a una estética de obediencia estética: orden, pureza racial, alegría controlada. En la figura 30, Ramiro de Ledesma aparece rodeado de cuchillos, con estética retro punk y pose de líder carismático. El montaje digital adopta un lenguaje cercano al cartelismo soviético, pero reconfigurado con tonos rojos y negros. Esta operación visual convierte al fundador de las JONS en figura contracultural, un “santo patrón neofalangista” que

combina aura mística y estética de resistencia masculina. Lejos de la crítica, se activa un *rebranding* estético del fascismo como mercancía rebelde o *dark*.



Fig. 30: Ramiro de Ledesma en pose de culto con estética retro punk y tonos rojos y negros.

El collage digital reactiva su iconografía desde códigos visuales del *vaporwave* fascista. Aún más explícito es el caso de José Antonio en clave *otaku*. En la Figura 31, se representa al líder falangista como personaje anime, con ojos brillantes, gesto heroico y fondo de mitin juvenil. Esta estetización *kawaii* no parodia: embellece. El resultado es una pedagogía emocional adaptada al imaginario *gamer* y *otaku*, donde el franquismo se vuelve adorable, juvenil y estéticamente neutro.



Fig. 31: Montaje en estilo anime de José Antonio Primo de Rivera.

El catálogo de iconos digitalizados del orden también incluye figuras híbridas que cruzan religión y violencia. En la Figura 32, una monja empuña una pistola dorada con expresión mística. El texto “*Difendi Padova*” y la tipografía gótica enmarcan la imagen en clave de culto ultracatólico y estética *gangsta*, estetizar el autoritarismo desde el goce visual, fusionando violencia sacra y viralidad *cool*.



Fig. 32: “*Difendi Padova*”: monja armada en pose heroica.

Esta lógica afectiva se reactiva también en imágenes ligadas al patrimonio franquista. En la Figura 33 cajas de panfletos con la imagen del Valle de Cuelga muros y la bandera rojigualda son reintroducidas como objeto de fetichismo visual. El lema “El Valle se defiende, no se vende” encapsula el espíritu del retrofranquismo emocional: la conversión del monumento dictatorial en objeto sagrado y símbolo de identidad herida. No se trata solo de defender una arquitectura: se reactiva su función simbólica como altar de la patria.



Fig. 33: Panfletos con la imagen del Valle de los Caídos, bandera rojigualda y lema nostálgico. Fuente: Fotografías compartidas en grupos neofranquistas en *Telegram*.

Todos estos ejemplos muestran cómo el archivo visual del franquismo ha sido transformado en un repertorio *memético* y emocional de la ultraderecha digital. Figuras, frases, objetos y monumentos ya no se rememoran desde la solemnidad, sino desde la estetización algorítmica. La virilidad, el orden, el catolicismo y el nacionalismo no se imponen: se viralizan.

Este proceso alcanza su punto más elaborado en el fenómeno que denominamos retrofranquismo e imperio pop, donde el pasado autoritario se vuelve una estética épica, *kitsch* o lúdica para nuevos públicos digitales. Lo veremos con más detalle en el apartado 1.4, donde cruzados medievales, mensajes imperiales y avatares viriles despliegan un archivo afectivo que convierte la dictadura en fantasía compartible.

Más allá de los símbolos, lo que persiste del franquismo en el entorno digital es un régimen afectivo. El franquismo no solo ordenaba cuerpos: organizaba emociones. Lo hacía a través del miedo, la solemnidad, la fe y la identificación heroica. Hoy, el Fascismo Pop recicla esos afectos y los traduce en claves más blandas, pero igual de potentes: nostalgia, ternura, cinismo compartido, goce visual. La figura del mártir se vuelve avatar adorable; la cruz, un *sticker cool*; el monumento, fondo épico de una broma. Esta mutación revela una pedagogía afectiva del autoritarismo: ya no se enseña a obedecer con solemnidad, sino a disfrutar simbólicamente del orden, el desprecio y la virilidad. Lo autoritario ya no necesita imponerse: basta con que se vuelva deseable.

4.4. Retrofranquismo e imperio pop: estetización del pasado reaccionario

El lema “España, unidad de destino en lo universal”, formulado por José Antonio Primo de Rivera, aparece hoy también como bio en cuentas de X, fondo en memes neomedievales y eslóganes de *merchandising* nacionalista, que lo actualizan como insignia simbólica. Estas reappropriaciones visuales no solo conservan su potencia simbólica original, sino que la adaptan al lenguaje visual y afectivo de las redes contemporáneas, facilitando su circulación como consigna identitaria posmoderna. y asumido por el franquismo, condensa su teología política: un

Estado trascendente, guiado por la historia y la fe. Como explica Santiago Alba Rico (2021), es la expresión del “mesianismo reaccionario español”.

Esta consigna negaba la diversidad cultural o ideológica y proyectaba una comunidad homogénea fundada en la cruz y la espada. Aparecía en sellos, discursos, monumentos, libros escolares y carteles propagandísticos. El Valle de los Caídos la traducía en piedra: cuerpos enterrados bajo una cruz monumental en nombre de una patria que los trasciende.

En la cultura digital actual, la frase resurge como guiño identitario, consigna reciclada o broma neofranquista. Aparece en bios de X, montajes virales con Franco y memes de cruzados o de José Antonio. Su potencia simbólica no ha desaparecido: ha mutado en ironía y nostalgia. En hilos de Forocoches o canales de *Telegram*, “unidad de destino” funciona como operador de continuidad simbólica.

El Fascismo Pop no es una anomalía ideológica, sino una mutación afectiva del archivo franquista que convierte la memoria autoritaria en un fetiche pop. Esta operación cultural no busca argumentar, sino activar afectos, identidades y estéticas que revitalicen el pasado reaccionario español mediante el humor, la nostalgia y la espectacularización del orden. Lejos de la solemnidad franquista original, estos imaginarios reaparecen en memes, avatares, *stickers*, *gifs*, camisetas o *merchandising* digital con una carga emocional ambigua: seducen, provocan y, en última instancia, reafirman jerarquías de poder.

También en el ámbito gráfico ilustrado, se despliega una estética revisionista que articula una relectura neocolonial del pasado desde una supuesta corrección política inversa. En la Figura 34, titulada de forma implícita “No nos impongáis vuestra cultura”, se representa una escena de sacrificio ritual azteca interrumpida por conquistadores españoles. La frase atribuida al sacerdote indígena —“Esta es nuestra cultura, no nos impongáis la vuestra de genocidas y fanáticos”— parodia

el discurso decolonial para presentarlo como hipócrita o incluso cómplice de la violencia.



Fig. 34: “No nos impongáis vuestra cultura”. Javi Marenas, 2024.

Esta ilustración se enmarca en una estrategia visual que reinvierte el lugar simbólico del colonizador y el colonizado, presentando a los conquistadores como civilizadores racionales frente a la barbarie indígena. La operación es doble: por un lado, ridiculiza el pensamiento decolonial; por otro, revaloriza el imperialismo español como proyecto moralmente legítimo. Esta forma de *revisionismo estético* es habitual en el Fascismo Pop, que ya no busca imponer historia oficial, sino convertir el pasado reaccionario en sentido común visual.

A diferencia de las ilustraciones revisionistas que apelan al sarcasmo o la inversión irónica, otras piezas del repertorio del *Fascismo Pop* digital operan desde una lógica de afirmación rotunda. La imagen “*We are not sorry*”, Figura 35, que reutiliza una pintura clásica de la llegada de Colón a América, superpuesta

80

con un filtro *glitch* y la frase en inglés “no lo sentimos”, representa una forma directa de estetizar el orgullo colonial.



Fig. 35: “We are not sorry”.

La imagen toma prestado el lenguaje visual de la estética *vaporwave* y el *glitch art* —muy común en escenas digitales juveniles— para reapropiarse del pasado imperial no desde la parodia, sino desde el descaro afirmativo. No hay intento de matizar, justificar o contextualizar: se celebra el colonialismo como identidad visual, como marca de fuerza, como resistencia al “victimismo progre”.

Este tipo de mensajes conforman una pedagogía visual de la insensibilidad histórica. No solo se niega el duelo: se revierte el gesto de pedir perdón en una estética de provocación identitaria.

Este proceso se articula también en torno al auge del imperialismo pop, donde la figura del caballero cristiano se convierte en símbolo de orden viril y pureza racial.

Memes y montajes visuales rescatan iconografía templaria para insertarla en contextos de *WhatsApp*, *Telegram* o *TikTok*. La masculinidad tradicional, el combate espiritual y la defensa de la patria aparecen reconfigurados como estética cotidiana de la reacción en clave humorística, donde un caballero medieval se presenta como avatar del orden en tiempos de caos. Esta imagen trivializa la violencia histórica y reactualiza el cruzado como sujeto político-visual de la ultraderecha digital.



Fig. 36 y Fig. 37: Montaje con la frase “*Fachosfera templaria*” y Caballero medieval a caballo acompañado del texto “Buenas noches, grupo”.

La escena circula como saludo visual cotidiano en grupos de *WhatsApp* o *Telegram*, donde el símbolo de cruzada católica se naturaliza como gesto amigable y conservador, entre la broma cuñada y la declaración de principios.

El imperio no solo se representa como pasado glorioso, sino también como proyecto de futuro. En algunos casos, la narrativa colonial se fusiona con lenguajes de ciencia ficción. El resultado es una estética imperial futurista donde la conquista se proyecta a otros mundos y plataformas.



Fig. 38: Soldado español sobre un planeta rojo, con estética de videojuego tipo *Warhammer* o *Doom*. El montaje mezcla símbolos del imperio con fantasías marciales contemporáneas, articulando un imaginario retrofuturista en el que la supremacía hispánica se vuelve gamer.



Fig. 39 y Fig. 40: "Fuego español: exterminio de ratas comunistas" y "Vox y la cruzada nacional-pop"

Finalmente, estos montajes operan como pedagogía visual del orden, desplazando la solemnidad dictatorial hacia formatos más afectivos. Asistimos a un *politicidio de la nostalgia*: la violencia del pasado se embellece, se trivializa y se convierte en fetiche pop. La cruz, el yugo, el templario y el mártir franquista ya no aparecen en el altar, sino en la portada de *stickers* y *reels*.

Esta sección nos permite comprender cómo el archivo estético del franquismo no solo ha sido reciclado: ha sido convertido en mercancía emocional. Una mercancía que circula en grupos digitales, *playlists*, camisetas, perfiles *gamer* y canales de *shitposting*, bajo la forma de goce algorítmico y cinismo compartido. Esta es la lógica del *imperio pop*: una forma de inscribir el pasado autoritario en los lenguajes afectivos del presente.

4.5. Conclusión: de la liturgia al meme, del franquismo al Fascismo Pop

Este apartado ha trazado una genealogía crítica del imaginario estético del fascismo español, desde la coreografía visual del franquismo —ritualizada en monumentos, propaganda, arquitectura y liturgias nacionales— hasta su mutación en mercancía digital: *stickers*, *shitposts*, bios de X, ilustración remixada o *cosplay* irónico. Lejos de ser un pasado clausurado, el franquismo opera hoy como archivo simbólico y afectivo, disponible para la cultura meme, resignificado mediante el humor, la ironía y el goce compartible. El Fascismo Pop no irrumpe como doctrina: seduce como estética viral. No impone: circula.

Los ejemplos analizados en el anexo visual —como el montaje de Franco junto a Anuel AA, el cachorro falangista en clave cuqui, o los memes de nostalgia económica con Franco como benefactor pop— revelan cómo el imaginario autoritario ha sido reconfigurado en lenguaje de plataforma. La arquitectura monumental se convierte en fondo de videojuego; el NO-DO, en parodia

audiovisual; el yugo y las flechas, en emoji irónico; y Primo de Rivera, en santo pop ilustrado.

Este es el corazón del Fascismo Pop: la estetización banal de la violencia. Como apunta Matilde Eiroa (2022), “la cultura digital ha asumido como propia la estetización del pasado franquista, no siempre desde la crítica, sino como recurso expresivo y cultural aparentemente neutral” (p. 111). El autoritarismo ya no se impone: se decora. No debemos olvidar que el franquismo fue más que una dictadura militar: fue un sistema de represión institucional, ideológica y simbólica que perduró casi cuatro décadas. Las ejecuciones fueron solo una parte del terror: hubo también depuraciones, trabajos forzados, tortura, censura, desapariciones forzadas y represión política, de género y sexual. Ahora, la estética del desprecio no se percibe como propaganda, sino como broma. La pedagogía del orden se disfraza de meme. La violencia simbólica se trivializa y se convierte en consumo emocional para una juventud hiperconectada que hereda símbolos sin historia crítica.

El Fascismo Pop no busca instaurar un régimen político clásico, sino infiltrar una sensibilidad, resignificar lo autoritario como cultura pop. En lugar de discursos doctrinarios, opera con imágenes virales, afectos compartibles y dispositivos de goce inmediato. Sustituye la memoria por el meme, la historia por la parodia, y la crítica por la ironía. Frente a esta mutación, urge una lectura crítica del archivo visual franquista: no como nostalgia, sino como advertencia. El apartado ha mostrado cómo el archivo muta: de la liturgia solemne al meme irónico, del monumento al *sticker*, del NO-DO al *timeline*. Pero el Fascismo Pop no se limita a estetizar el pasado: construye una subjetividad afectiva contemporánea, donde el odio se convierte en entretenimiento, y la crueldad, en chiste viral.

Este proceso no responde a una ideología coherente, sino a un paraguas afectivo común. En él conviven nostálgicos del franquismo, neonazis, neofalangistas o anarcocapitalistas, articulados no por doctrina, sino por fobias y filias compartidas: el antifeminismo, el odio a la corrección política, el desprecio por los derechos humanos, la nostalgia de un orden supuestamente perdido. En este marco, la figura del “bien” —el feminismo, la disidencia, la justicia social— se convierte en blanco prioritario.

Con este diagnóstico se cierra el recorrido por la genealogía estética del fascismo español y sus mutaciones digitales. El apartado 5 se adentrará ahora en los entornos digitales —plataformas, foros y redes sociales— donde esta sensibilidad reaccionaria se construye, se reproduce y se vuelve viral. Allí, el archivo estético se convierte en afecto compartido, y el odio se articula como forma de comunidad. No asistimos ya a una mera continuación estética, sino a una radiografía de las filias y fobias que configuran la subjetividad reaccionaria actual: el antifeminismo, la transfobia, el desprecio por los derechos humanos o el ataque sistemático a las disidencias sexuales. Veremos cómo el meme actúa como vector ideológico, el humor como dispositivo de violencia simbólica, y la ironía como pedagogía del desprecio. Ya no se trata de supremacismo clásico, sino de un ecosistema emocional donde la violencia muta como entretenimiento y la exclusión se convierte en pertenencia digital.

5. Troleo, cinismo y memes: cómo convertir el odio en entretenimiento

Si este trabajo parte de la hipótesis de que el Fascismo Pop opera como una tecnología cultural y afectiva que convierte el odio en espectáculo, este apartado constituye su puesta a prueba más concreta. No basta con identificar una genealogía estética del fascismo ni con rastrear sus transformaciones simbólicas: es necesario descender al barro digital donde se cuece la afectividad reaccionaria,

allí donde el mal se vuelve entretenido, el desprecio se disfraza de risa y la crueldad se transforma en pertenencia colectiva.

Las preguntas que orientan esta investigación —¿cómo se construye comunidad desde el odio? ¿qué papel juegan los memes, el humor y el troleo en la radicalización digital? ¿qué formas visuales y narrativas despliega el neofascismo para seducir y reclutar? — encuentran en este bloque su campo de exploración privilegiado. Aquí analizamos cómo Forocoches, *Telegram* o X no son simples plataformas de expresión, sino infraestructuras ideológicas que articulan una pedagogía manosférica del cinismo. Lejos de la solemnidad doctrinal, lo que impera es la broma hiriente, el *shitpost* estratégico, el meme cargado de nostalgia autoritaria y performatividad *malista*.

Este apartado descompone los elementos clave de esta maquinaria cultural de la nueva derecha digital. Desde las plataformas y sus afectos reaccionarios (5.1), hasta el humor como arma ideológica (5.2), pasando por la estética del mal y la pedagogía de la crueldad (5.3), el lenguaje *manosférico* y la *necropolítica* simbólica (5.4), el análisis de casos concretos (5.5) y el marco normativo que permite o ignora estas prácticas (5.6). Cada uno de estos apartados aborda un pliegue distinto de ese ecosistema cultural que convierte el odio en entretenimiento, y la violencia simbólica en rutina estética.

Al poner el foco en el troleo, el cinismo y los memes, este bloque no estudia los márgenes del discurso político, sino su nueva centralidad. En tiempos de saturación informativa, es precisamente lo viral, lo irónico y lo lúdico lo que permite organizar afectos, consolidar ideologías y construir subjetividades. Por eso, comprender cómo se configura el odio como forma de goce —y de vínculo— es una tarea urgente. Este capítulo se sitúa en ese terreno, con la voluntad de entender, documentar y desactivar las estéticas reactivas del neofascismo español.

5.1. Plataformas y afectos reaccionario

Forocoches, *Telegram* y X no operan únicamente como canales de expresión digital, sino como auténticos dispositivos de radicalización afectiva, simbólica y política. En estos espacios, el discurso de extrema derecha se despliega menos como doctrina que como afecto compartido: una mezcla de resentimiento masculino, pedagogía del desprecio y goce cruel. A partir del trabajo de campo realizado en estos entornos, puede observarse una infraestructura emocional que produce, replica y refuerza subjetividades reaccionarias a través del humor, la ironía y la violencia simbólica.

Judith Butler (2024) lo expresa con claridad:

“El antifeminismo no es solo rechazo del feminismo: es una nostalgia activa por un orden sexual jerárquico que se percibe como amenazado” (p. 67).

“La crueldad no es un efecto colateral, es una forma de relación: la violencia digital quiere que el otro sepa que ha sido herido” (p. 124).

“No se trata solo de decir cosas horribles: se trata de crear comunidad a través de lo horrible” (p. 130).

Desde esta perspectiva, el Fascismo Pop no impone un credo, sino una forma de vinculación colectiva basada en el desprecio. Forocoches es, en este sentido, un espacio paradigmático.

Diversas investigaciones han señalado a Forocoches como epicentro del antifeminismo digital en España, Forocoches actúa como un laboratorio de socialización reaccionaria. Según Águeda Gómez-Suárez, Iria Vázquez-Silva y Mar Fernández-Cendón (2024): “Este foro resulta clave en la reproducción del patriarcado y de la violencia contra las mujeres” (p. 4), y “funciona como un nuevo aparato ideológico patriarcal” (p. 4).

A través de una jerga interna cargada de misoginia, sarcasmo degradante y cinismo *manosférico*, y la reiterada performance de una masculinidad herida, Forocoches construye una comunidad afectiva cohesionada en torno al odio. En palabras de Elisa García-Mingo y Silvia Díaz-Fernández (2022): “La manosfera española actúa como un espacio de restauración identitaria para varones jóvenes en crisis, donde el antifeminismo se presenta como relato totalizante” (p. 193).

La eficacia simbólica de este espacio radica en que convierte el troleo en ideología, y el humor en doctrina emocional. Como advierte Ramón González Ferriz (2022): “La extrema derecha ha entendido mejor que nadie que la nueva batalla cultural se libra en el terreno del entretenimiento, y que el humor, el exceso y el juego con los límites son más eficaces que el sermón doctrinal” (p. 10).

Uno de los episodios más paradigmáticos fue el ataque masivo al Observatorio Stop Machitroles, cuando 147 usuarios colapsaron el formulario de denuncias con mensajes como “charos”, “chiringotroles” o “a fregar”, combinando insultos, troleo y lenguaje misógino. No se trata aquí de una agresión meramente discursiva, sino de una acción estética: los códigos que vehiculan el ataque —memes con referencias neonostálgicas, tipografías agresivas, ilustraciones distorsionadas— conforman una pedagogía visual del odio.

Como señalan Gómez-Suárez, Vázquez-Silva y Fernández-Cendón (2024): “No se trata de simples chistes de mal gusto. Lo que observamos es una comunidad articulada afectivamente en torno al odio a las mujeres, los feminismos y todo aquello que se relacione con la justicia social” (p. 5).

En hilos como “soyas lloricas”, “vuelven los *jovelandeses*” o “*charos* al ataque”, se construye una frontera simbólica entre “nosotros” y “ellas”: lo femenino, lo racializado, lo diverso y lo precario es expulsado del campo de lo decible mediante una violencia que se enuncia con tono cómico. Así, el meme se transforma en

tecnología emocional de disciplinamiento: permite atacar con cinismo y desactivar toda crítica con el escudo del “solo era una broma”.

En *Telegram*, los canales reaccionarios adoptan una lógica más cerrada y jerárquica. La estructura de anonimato potencia su eficacia ideológica: se difunden guías para eludir la moderación, memes antifeministas, imágenes conspiranoicas y discursos ultracatólicos o neonacionalistas. Estos espacios no sólo permiten el flujo de contenidos, sino la producción de un ethos afectivo donde lo reaccionario se vuelve deseable.

Por su parte, *X* permite la viralización masiva de contenidos como *Jovelandia*, donde personas racializadas, feministas o cuir son representadas como caricaturas grotescas con estética infantilizada. Según Diego Delgado (2024), esta figura opera como un “*dog whistle* gráfico” que ridiculiza lo diverso con una estética *cartoon*, apelando a la risa compartida como forma de subjetivación política.

En estos casos, el humor visual no es secundario: es la forma privilegiada de articulación política afectiva. No hay doctrina, sino goce compartido. No hay partido, sino comunidad memética. Y es precisamente esta dimensión lúdica, viral y emocional la que permite al Fascismo Pop permear el sentido común, despolitizar la violencia y estetizar el autoritarismo.

En definitiva, *Forocoches*, *Telegram* y *X* no son solo plataformas de difusión, sino infraestructuras de afectos reaccionarios donde se cultiva una estética emocional del desprecio. A través de memes, insultos codificados y narrativas virales, estos espacios construyen comunidad desde la agresión simbólica, produciendo una forma de subjetividad política basada en la crueldad compartida y el goce del daño. Tal como ha mostrado Judith Butler (2024), no se trata simplemente de decir cosas horribles, sino de formar vínculos a través de lo horrible.

Lo reaccionario se vuelve deseable, divertido, eficaz. Y el meme no solo transmite una idea, sino que produce una atmósfera, un nosotros, una estética del desprecio. La violencia se disfraza de sarcasmo, la misoginia de broma, y el fascismo digital de cultura pop. En ese contexto, el humor se convierte en la tecnología de poder más eficaz del Fascismo Pop: un arma que no solo hiere, sino que educa, cohesiona y legitima.

Este es precisamente el foco del siguiente apartado.

5.2. El humor como arma: pedagogías irónicas del odio

“El humor actúa como una tecnología de poder que no busca simplemente provocar risa, sino generar adhesión política, escudo moral y cohesión afectiva” (Cabezas González; Medina García, 2021, p. 38).

En el ecosistema digital de la extrema derecha, el humor no es una ocurrencia decorativa, sino el núcleo retórico desde el cual se estetiza el odio, se encubre la violencia simbólica y se construye comunidad afectiva. No es un suplemento; es el vehículo privilegiado para hacer digerible lo intolerable. Como advierten Cabezas González y Medina García (2022), el humor reaccionario funciona como “una táctica discursiva de legitimación de la violencia simbólica” que facilita “la producción de subjetividades reaccionarias mediante la desresponsabilización moral” (p. 101).

Su eficacia se despliega en dos niveles: permite decir lo indecible bajo el disfraz del sarcasmo y desactiva la crítica reduciendo cualquier objeción a una supuesta fragilidad emocional. La figura del “ofendidito” no es un simple insulto: es un dispositivo de silenciamiento político, una inversión afectiva que culpa al agredido de su herida.

Wendy Brown (2019) ya advirtió que esta afectividad corrosiva no es accidental, sino estructural en las derechas contemporáneas “Movilizando y manipulando los afectos del nihilismo, el fatalismo y el resentimiento, se logra el tono apocalíptico y terrorífico de las derechas actuales” (p. 13).

Este tipo de humor no busca diálogo ni verdad: cultiva cinismo. Su goce radica en la demolición del vínculo social, en la teatralización del desprecio, en la humillación ajena como espectáculo. Este goce destructivo —como plantea Mauro Entrialgo (2022)— es propaganda: “Presentarse como partidario del mal puede dar votos. Es propaganda cimentada en un conocimiento profundo de los mecanismos del desprecio como espectáculo” (p. 9).

Así, el humor deviene una estética de la crueldad que se camufla como libertad de expresión. Y su formato perfecto es el meme: polisémico, ambiguo, viral. El meme permite habitar el doble filo entre el chiste y el insulto, entre la broma y el castigo simbólico. Esta ambivalencia no es debilidad, sino su mayor fortaleza dentro del Fascismo Pop: puede ser leído como ironía o como amenaza, según el contexto y la mirada.

Alenka Zupančič (2008) sugiere que el humor funciona como una forma de goce ideológico, no porque revele una verdad reprimida, sino porque permite una transgresión regulada que reproduce el orden dominante bajo la máscara de la disidencia. En los memes antifeministas, por ejemplo, el humor no subvierte la norma patriarcal: la refuerza con afecto, cinismo y efecto de masa.

Durante el ataque coordinado al Observatorio Stop Machitroles, ya analizado, se activó esta lógica. El espacio institucional fue reconfigurado como escenario de una performance digital, donde se desplegaron *stickers*, *gifs*, frases burlonas y figuras como *Charo* o *Soya*. Como explican Gómez-Suárez, Vázquez-Silva y Fernández-Cendón (2024): “El humor se convierte en un elemento vertebrador del discurso de odio, que permite a los agresores justificarse, conectar

emocionalmente y evitar consecuencias” (p. 12). Este humor disciplinante no solo desarma al adversario, sino que cohesiona al grupo agresor, fortaleciendo la comunidad mediante la repetición de códigos, chistes internos y referencias visuales.

Matilde Eiroa (2022) lo observa claramente en los memes tras la exhumación de Franco: “Los contenidos humorísticos compartidos en redes como X muestran un rechazo a la exhumación de Franco, pero no desde una posición política explícita, sino desde un tono paródico, caricaturesco o irónico” (p. 102). La memoria democrática se convierte en objeto de burla; el trauma histórico, en espectáculo risible. La política del desprecio se hace pop.

A continuación, se presentan algunas figuras que condensan esta estética del desprecio humorístico:



Fig, 41: Ejemplos de humor disciplinante

En síntesis, el humor se ha convertido en una de las herramientas más eficaces del Fascismo Pop: arma de cohesión, de silenciamiento, de adoctrinamiento simbólico. Su capacidad para producir goce, inmunidad moral y afecto grupal lo convierte en un dispositivo político de primer orden. En el siguiente apartado exploramos cómo esta violencia simbólica adopta formas estéticas reconocibles: la espectacularización del mal, la pedagogía de la crueldad y la estetización cínica como marca de pertenencia.

No es solo que el humor legitime el odio: es que lo transforma en identidad afectiva y política.

5.3. Estéticas del mal: afectos, imágenes y merchandising del desprecio

En el marco del Fascismo Pop, el mal no se esconde: se ostenta. Este apartado analiza cómo la crueldad y el desprecio se han transformado en formas de capital simbólico, estilos de pertenencia y pedagogías afectivas. Esta mutación estética no implica una ruptura ideológica, sino una reconfiguración cultural del odio. Como advierte Matilde Eiroa (2022), estas representaciones “trivializan el trauma y lo convierten en materia de consumo digital” (p. 109). Lo que ayer fue símbolo de terror, hoy se vuelve meme compartido con cinismo.

Como ha planteado Ramón González Férriz (2022), “las nuevas derechas juegan a ser outsiders: se presentan como los verdaderos disidentes, los que se atreven a decir lo políticamente incorrecto” (p. 11). Esta lógica discursiva, en la que el desprecio se enmascara como rebeldía, estructura las formas estéticas y afectivas del Fascismo Pop.

En este sentido, Matilde Eiroa (2022) ha mostrado cómo “los contenidos humorísticos compartidos en redes como X muestran un rechazo a la exhumación de Franco, pero no desde una posición política explícita, sino desde un tono paródico, caricaturesco o irónico” (p. 102). El humor no neutraliza la violencia simbólica; la reactiva como forma de cinismo viral.

La pedagogía de la crueldad: educar desde el escarnio

Rita Laura Segato (2013) define la pedagogía de la crueldad como una forma de desensibilización colectiva: una educación estética y emocional que normaliza la violencia. En el Fascismo Pop, esta pedagogía se despliega a través del escarnio colectivo, el meme irónico, el troleo y la deshumanización de lo disidente.

Esta lógica se evidencia de forma paradigmática en el caso “No broquils”, concepto ampliamente documentado en el Anexo Visual. Tras la viralización de un vídeo en el que un turista asiático retiene en el suelo a un joven racializado en las calles de Barcelona que había intentado asaltarlo momentos antes. Las redes reaccionarias no produjeron debate ético, sino mercancía. Lo que era un acto de violencia se estetizó como meme y luego como camiseta: “S’ha acabat el bròquil”, acompañado de una imagen del momento.

La expresión “bròquil”, en el argot racista, remite al cabello afro, estableciendo una vegetalización simbólica que cosifica al cuerpo racializado. Como ha señalado Wendy Brown (2021), esta forma de gobernar desde el resentimiento se basa en “la humillación del otro como reafirmación de la comunidad”. Aquí el odio no solo se expresa: se monetiza, se viste, se viraliza. El meme se vuelve camiseta; la camiseta, identidad; la identidad, pedagogía del desprecio.



Fig. 42: Fotograma original de la detención ciudadana (1) y post de comercialización de camisetas de la escena (2)

5.4. Lenguaje manosférico y necropolítica simbólica

En el universo simbólico del Fascismo Pop, el lenguaje no es simplemente un medio de expresión, sino una tecnología de poder. Su función no es informar, sino codificar. Este lenguaje se articula a través de jergas, abreviaturas, emojis, insultos y memes textuales, produciendo una guerra semiótica donde lo que está en juego no es el contenido del mensaje, sino su capacidad de distinguir entre “nosotros” y “ellos”. Esta guerra no se libra a gritos, sino a través de susurros compartidos: son los llamados *dog whistles*.

¿Qué es un *dog whistle*?

El término *dog whistle* (silbato para perros) designa un mensaje que parece inocuo o neutral para una audiencia general, pero que transmite significados específicos —a menudo extremistas, racistas o misóginos— a un público iniciado. En palabras de Elisa García-Mingo, Silvia Díaz Fernández y Aida Castellanos (2022), se trata de “discursos indirectos que contienen apelaciones implícitas a los valores compartidos del grupo manosférico” (p. 44). Es decir: su eficacia no reside en lo que dicen, sino en quién lo entiende. En la *manosfera* digital, este cifrado permite reproducir discursos de odio sin ser fácilmente censurados, al tiempo que fortalece la cohesión interna. No es necesario decir abiertamente “todas las mujeres mienten”: basta con escribir “*TDS PTS*”, y quienes comparten el código sabrán exactamente a qué se refiere.

Glosario crítico de la neolengua manosférica

Los términos *manosféricos* no son simples modismos: son dispositivos ideológicos que articulan jerarquías simbólicas. Cada palabra clasifica, humilla o excluye. He aquí una ampliación de los más usados, con ejemplos de uso en foros como Forocoches:

- Charo: caricatura insultante de una mujer feminista, usualmente representada como fea, mayor, resentida o “infollable”. Se emplea para ridiculizar cualquier postura crítica desde el feminismo. Esta figura se convierte en el chivo expiatorio sobre el que se proyecta el desprecio hacia las mujeres que participan activamente en el espacio público.
- NPC (Non-Playable Character): originalmente del lenguaje *gamer*, en la manófera se usa para deshumanizar a quienes no comparten sus ideas, acusándolos de “repetir consignas sin pensar”. Se aplica sobre todo a mujeres trans, personas progresistas o racializadas. Según García-Mingo et al. (2022), este término forma parte de un léxico que “devalúa la autonomía y agencia de los otros” (p. 36).
- TDS PTS (todas putas): acrónimo que sintetiza la misoginia *manóférica*. Es una consigna, no solo un insulto. Se repite para marcar una ideología que concibe a las mujeres como manipuladoras, hipergámicas y moralmente inferiores.
- Soja / sojas: insulto hacia hombres considerados débiles, sensibles o aliados del feminismo. El término remite a un supuesto “hombre deconstruido” que ha perdido su virilidad, y suele ir acompañado de burlas sobre su físico o estilo de vida.
- *Redpill* / *Redpilled*: metáfora tomada de Matrix para representar el “despertar” ante la supuesta manipulación feminista. Ser *redpilled* es asumir que vivimos en un sistema que oprime a los hombres, una idea recurrente en canales de radicalización.

- *Sigma male*: versión “élite” del *alpha male*, promovida como hombre superior que desprecia a las mujeres y no necesita validación social. Es un arquetipo aspiracional de autoaislamiento viril.
- Josear: verbo derivado de “José”, que según el folklore *manosférico* representa al hombre que sufre por amor, es ignorado o traicionado por las mujeres. “Josear” es sinónimo de mostrar debilidad emocional o “dejarse engañar”.
- Emojis como 🐸 , 😏 : también son dog whistles. El sapo 🐸 remite al meme de Pepe the Frog, ícono de la *alt-right*. 😏 se usa para expresar desprecio hacia un mundo “al revés”, dominado por minorías.

Como indica el informe del Centro Reina Sofía, estos signos configuran “una cultura del desprecio estandarizada y viralizable”, que actúa como pedagogía afectiva de género (García-Mingo et al., 2022, p. 32).

Necropolítica simbólica: decir, herir, excluir

Achille Mbembe (2003) desarrolló el concepto de necropolítica para describir las formas contemporáneas del poder que se ejercen no solo sobre la vida, sino sobre la muerte: decidir quién merece vivir y quién puede morir, tanto en términos físicos como simbólicos. Frente a las biopolíticas modernas, que gestionaban la vida desde una lógica estadística y poblacional (Foucault), la necropolítica contemporánea gestiona la muerte como espectáculo, como frontera, como posibilidad cotidiana. El poder ya no se limita a gobernar cuerpos vivos: administra el abandono, la desaparición, la impunidad y la deshumanización.

En el contexto del Fascismo Pop y su despliegue digital, esta lógica necropolítica se vuelve simbólica, lingüística, afectiva. Ya no se mata solo con armas ni leyes: se mata simbólicamente al convertir a alguien en meme, al insultarlo hasta anular su capacidad de respuesta, al convertir su dolor en objeto de risa viral. La muerte social se ejecuta en el lenguaje, que clasifica y excluye sin dejar huella penal. Como señala Mbembe: “La necropolítica no se ejerce únicamente a través de la violencia directa, sino mediante la instauración de regímenes de visibilidad y narración que deciden quién cuenta como sujeto y quién queda reducido a ruido” (2003, p. 14).

Desde esta perspectiva, el insulto manosférico no es un exceso de libertad de expresión, sino una herramienta precisa de anulación simbólica. Llamar “Charo” a una mujer mayor feminista, “NPC” a una mujer trans o “soja” a un hombre sensible no son simples etiquetas ofensivas: son formas de quitarle humanidad, negarle el duelo, impedirle ser escuchada o defendida.

Aquí se enlaza también con el pensamiento de Judith Butler (2004), quien afirma que no toda vida es reconocida como “llorable” (*grievable*). En la *manosfera* fascista, el lenguaje actúa como filtro necropolítico: produce subjetividades que merecen compasión —normalmente hombres cis heterosexuales en crisis— y otras que merecen burla, odio o eliminación simbólica. Este proceso está intensificado por el entorno algorítmico. Las redes sociales no solo distribuyen contenido: moldean emociones y entrenan respuestas afectivas. Los insultos *manosféricos* se vuelven loop afectivos: cada repetición viral no solo refuerza un mensaje, sino que consolida una subjetividad gozosa en la humillación.

Slavoj Žižek (1989) y Alenka Zupančič (2008) completan este panorama al señalar que el cinismo no disuelve el poder, sino que lo fortalece a través del humor cruel. Decir barbaridades bajo el escudo del meme no las neutraliza: las vuelve más eficaces. El cinismo no elimina la ideología: la vuelve deseable. En el Fascismo Pop, el goce está en el desprecio.

Desde esta mirada, la necropolítica simbólica no opera por silencio, sino por saturación: la víctima no desaparece del discurso, sino que es convertida en objeto grotesco. La violencia ya no consiste en eliminar lo diferente, sino en exponerlo al escarnio continuo. El lenguaje ya no construye comunidad desde la promesa, sino desde la cancelación emocional.

En el corazón del Fascismo Pop no hay una ideología sólida, sino una guerra afectiva sostenida por memes, insultos y jergas. La neolengua *manosférica* no solo comunica odio: lo organiza, lo estetiza y lo reparte según jerarquías necropolíticas. No se trata de quién tiene razón, sino de quién merece ser ridiculizado. La política del desprecio ya no se escribe con leyes: se viraliza con *gifs*, emojis y siglas.

5.5. Análisis de casos: memes y figuras del desprecio digital

El Fascismo Pop no solo articula una estética del desprecio generalizada: codifica enemigos simbólicos precisos, fácilmente reconocibles y culturalmente disponibles para su viralización. En la guerra cultural digital española, esta codificación se despliega a través de lo que denominamos *topologías del odio*: configuraciones meméticas que condensan prejuicios de género, raza y disidencia sexual o ideológica mediante imágenes, términos y chistes compartidos. Lejos de ser marginales, estas representaciones se han convertido en pedagogías afectivas que enseñan a odiar, burlar y excluir, bajo la apariencia de humor.

En el corazón del Fascismo Pop se encuentra una maquinaria discursiva fundamental: el antifeminismo. Este no opera como una simple oposición ideológica al feminismo, sino como estructura emocional, tecnología de identidad masculina y mecanismo de cohesión comunitaria. La *manosfera* —y

especialmente su versión española articulada en Forocoches— se constituye como un entorno simbólico donde se construye una masculinidad herida, víctima del feminismo, y se canaliza ese resentimiento mediante el humor, la estética del desprecio y la jerga excluyente.

5.5.1. “Charo”: misoginia como risa compartida

Aunque muchas veces se presenta como fenómeno espontáneo, la figura de “Charo” es en realidad una adaptación cultural del arquetipo anglosajón de la “Karen”: mujer blanca de clase media, mandona, antipática y políticamente molesta. Si en Estados Unidos la “Karen” representaba al principio una crítica a actitudes racistas o clasistas, con el tiempo fue absorbida por discursos misóginos y antifeministas. En su versión española, la “Charo” no señala privilegios, sino que los encarna según el imaginario manosférico: feminista, funcionaria, votante de izquierdas, emocionalmente frustrada. Esta transposición no es accidental, sino reveladora del modo en que el Fascismo Pop español localiza sus figuras de odio a partir de un archivo memético global.

En el ecosistema del Fascismo Pop, “Charo” funciona como un fetiche afectivo de lo intolerable: encarna todo aquello que las derechas digitales identifican como una amenaza a su imaginario reaccionario. Esta figura concentra en sí misma una síntesis simbólica negativa que permite articular desprecio transversal: de clase, edad, género e ideología. No se trata simplemente de un insulto memético, sino de una operación estética que —como afirmó Susan Sontag— “el arte seduce, no viola” (*“Art is seduction, not rape”*). Desde esta lógica, el meme “Charo” opera como un dispositivo pedagógico del odio, generando afectos compartidos de burla y estigmatización que refuerzan el sentido común antifeminista.

I. Charo como síntesis simbólica del antifeminismo digital

La construcción de “Charo” responde a una lógica clásica del pensamiento autoritario: la creación de un enemigo interno fácilmente identificable, emocionalmente odioso y políticamente estigmatizable. El meme no caricaturiza el poder, sino a quien incomoda desde lo político. Como afirmaba Butler (2004), se trata de subjetividades que no merecen duelo: se pueden ridiculizar sin culpa, excluir sin violencia explícita.



Fig. 43: Pack Funcicharo.

Retrato deformado al estilo *wojak*, acompañado de etiquetas como “funcionaria vaga”, “adicción al vino” y “desquiciada”. Resume la iconografía manosférica: odio empaquetado y listo para compartir.





Fig. 44: Charos de colección.

Una figura tipo Playmobil con estética retro, que representa diferentes tipos de feminista, con puño en alto, poncho o camiseta de TAX THE RICH. Militancia convertida en parodia *kitsch* o subjetividad política transformada en mercancía para el escarnio.

II. El desprecio como afecto compartido y forma de pertenencia

Las representaciones de “Charo” enseñan no solo a burlarse de ciertas mujeres, sino a sentir esa burla como comunitaria. Rita Segato (2013) lo llama pedagogía de la crueldad: una educación emocional por repetición del desprecio. El meme no argumenta: instruye afectivamente.



Fig. 45: Charo sin hijos. Wojak envejecida, solitaria y ansiosa, convertida en señal de fracaso vital.

El meme insinúa que la autonomía reproductiva lleva al vacío emocional. Meme que muestra a una mujer feminista depresiva con psicofármacos, vino y gato. Este meme actúa como sentencia visual. Encapsula el estereotipo de la mujer feminista como sola, medicada, emocionalmente rota y reproductivamente fallida. Se proyecta una lógica necropolítica afectiva: la autonomía femenina es un camino al vacío. La representación corporal—exageradamente envejecida y melancólica—funciona como advertencia: “esto es lo que te pasa si no sigues el mandato de género”.



Fig. 46: Charo reaccionaria

Imagen dividida en dos partes: una “Charo” indignada con Rubiales, otra callada frente a Pedro Sánchez. Se acusa al feminismo de hipocresía con simplezas visuales.

III. Feminismo como ruina del Estado

Este eje conecta el antifeminismo con el desprecio al Estado. Wendy Brown (2021) analiza cómo el neoliberalismo convierte al Estado en chivo expiatorio y al feminismo en su cómplice.



Fig. 47: Charo proimpuestos.

Mujer cocinando bajo luz de vela con el texto: “Por lo menos no gobierna la derecha”, en referencia al 28 de abril de 2025. Esta imagen ironiza sobre el deterioro del Estado en contextos de izquierda. Se representa a la “Charo” como una mujer políticamente fiel pero ingenua, que defiende el progresismo incluso en la precariedad. Se refuerza la idea de que el feminismo institucional es ciego, doctrinario y desconectado de la realidad. El gesto culinario bajo penumbra activa un archivo visual de la “izquierda masoquista”: una que acepta el sacrificio como virtud moral.



Fig. 48: Escritorio Funcicharo.

Esta imagen representa a una mujer adulta, burócrata, con estética noventera (Windows 96), sindicalizada (UGT) y poco resolutiva. Refuerza la narrativa manoférica sobre el Estado como un ente ineficiente, dominado por mujeres “acomodadas” que abusan de su poder mínimo. Se articula con una crítica implícita a lo público, lo feminizado y lo sindical. El humor irónico encubre un discurso profundamente clasista y sexista.



Fig. 49: Charocracia.

Imita la estética de la propaganda totalitaria, insinuando que las feministas (asociadas al PSOE o al progresismo) detentan un poder autoritario. El término “charocracia” fabrica una amenaza simbólica: un supuesto régimen feminista que impone censura, burocracia y decadencia. Esta estrategia victimista proyecta sobre las mujeres de izquierdas la figura del opresor.

IV. Gamificación del insulto

La cultura manosférica convierte el desprecio en juego: memes como sellos, etiquetas, colecciones. Ronell (2002) y Žižek (1989) hablan de una idiocia estructurada, un goce cínico compartido.



Fig. 50: Charo certified. Sello gráfico al estilo “verificado” que convierte cualquier opinión feminista en parodia. Ironía como forma de anulación.



Fig. 51: Pack ideológico. Collage de objetos simbólicos: kufiya, tinte de pelo, *satisfyer*, camiseta de la pública. Todo reorganizado como catálogo burlesco.

CHARO

- Divorciada y sin hijos, su marido la dejó por una mujer más joven que ella
- Vota al PSOE y está enamorada de Pedro Sánchez
- Tiene cuatro gatos, va camino del quinto
- Adicta al satisfy
- Muy feminista, tiene la casa llena de libros y merchandising, no se pierde una manifestación



- Fumadora, su marca preferida es Marlboro
- Atea, pero cree en el horóscopo
- Sus cantantes favoritos son Ana Belén y Víctor Manuel
- Se emborracha casi todas las mañanas para ahogar sus penas
- Todos los meses se tiñe el pelo de un color distinto, a cual más extravagante
- Toma analgésicos constantemente

Fig. 52: Lista ofensiva. Imagen tipo infografía con frases como “sola, frustrada, PSOE, horóscopos, Tinder”. Identidad política reducida a caricatura patológica.

V. Necropolítica visual y exterminio simbólico

Mbembe (2003) define la necropolítica como el poder de decidir quién debe vivir y quién puede ser eliminado. En la cultura meme, esto se traduce en visualidades que insinúan que “Charo” no debe existir.



**CUANDO EL VIOLADOR O
ASESINO NO ES BLANCO LAS
FEMINISTAS CALLAN COMO
PERRAS.
FEMINISMO=ODIO CONTRA
EL HOMBRE BLANCO**

Fig. 53: Feminismo tachado. Imagen con símbolo de prohibido sobre el término feminismo. No hay broma: hay amenaza.



Fig. 54: Entrevista pin parental.

En conjunto, las figuras analizadas no conforman una simple colección de memes misóginos, sino un sistema visual articulado que configura una pedagogía del desprecio. “Charo” no es solo un apodo: es una categoría política reactiva, una construcción estética y emocional desde la que el antifeminismo manosférico se vuelve identificable, replicable y deseable. Cada figura, cada sello memético, cada frase repetida —desde “funcionaria vaga” hasta “Ministerio de Charos”— activa un repertorio afectivo que naturaliza la violencia simbólica contra las mujeres feministas, especialmente aquellas que ocupan lo público.

Desde nuestro marco teórico, estas imágenes revelan cómo el Fascismo Pop no requiere de discursos doctrinales para ejercer poder. Le basta el goce compartido del desprecio, la risa cruel como forma de cancelación simbólica, el meme como

tecnología afectiva de exclusión. Como advierte Judith Butler (2004), solo aquello que es reconocido como vida puede ser llorado; en estos memes, la figura de la “Charo” es precisamente lo que se despoja de llorabilidad para transformarse en fetiche de la burla. La violencia estética opera, así como una pedagogía de la crueldad.

Además, esta arquitectura visual del malismo se sostiene sobre una estética pop que lo disfraza de broma inofensiva. Como señala Susan Sontag, el arte fascista no razona: seduce. En estos memes, la seducción opera desde lo pixelado, lo *kitsch*, lo performativo. La ironía es el escudo que protege al odio de cualquier crítica. En esta lógica, la cancelación no se impone por censura, sino por escarnio.

Como plantea Mauro Entrialgo (2023), en este ecosistema ya no hace falta argumentar: basta con el gesto compartido del desprecio. El meme no interpela: ridiculiza. No dialoga: empaqueta. No representa: borra. Y en ese borrado, en esa economía afectiva del escarnio, se construye comunidad política reaccionaria.

Así, “Charo” no es una excepción. Es un emblema del presente: una trinchera cultural donde el antifeminismo se hace meme, se hace risa, se hace norma.

En conjunto, el meme de “Charo” no representa un fenómeno aislado, sino una arquitectura visual del antifeminismo digital contemporáneo. El desprecio se vuelve forma de pertenencia, el odio se estetiza como cultura popular. Como plantea Mauro Entrialgo (2023), no hace falta argumentar cuando el desprecio genera comunidad. Y como advirtió Hannah Arendt (1963), el mal no siempre llega con gritos: a veces llega con estética, repetición y risa compartida.

El Fascismo Pop no impone: te invita a reír. Y si no lo haces, ya sabes quién eres: una Charo.

5.5.2. Estética incel y necropolítica afectiva: cuando el desprecio se convierte en ideología

El universo manosférico no se agota en la figura de la “Charo”. Más allá de esta representación feminizada del desprecio, existe un vasto subgénero memético que articula una estética incel explícita, centrada en la frustración sexual, el odio de género y el resentimiento afectivo como forma de identidad. Este bloque analiza cómo el meme *incel* no es una forma menor de participación digital, sino una pedagogía visual de la crueldad que refuerza el Fascismo Pop como tecnología estética y emocional de las extremas derechas.

Estas representaciones están habitadas por personajes recurrentes: el *doomer*, el *wojak*, el *yes chad* y sus múltiples variaciones. A través de ellos, se dramatiza la contradicción entre fracaso afectivo y deseo de dominación. Como plantea Jack Halberstam (2020), “el deseo se convierte en un campo de batalla donde se dramatiza la relación entre fracaso y poder”. En este sentido, el meme *incel* no busca el amor ni la justicia, sino la validación del rencor como comunidad emocional. Esta forma de goce compartido, como advierte Slavoj Žižek (1989), es precisamente el motor de la ideología: el sujeto sabe que exagera, pero lo goza igual.



Fig. 55: Hipocresía feminista. Montaje que enfrenta dos casos de violencia: uno simbólico (beso sin consentimiento), otro físico (violación por inmigrantes racializados). Sugiere complicidad feminista con ciertos agresores. Ejemplo de necropolítica simbólica.

La figura 55 (“Hipocresía feminista”) muestra a una mujer que denuncia un beso sin consentimiento frente a otra víctima de violación cometida por inmigrantes racializados. Despliega una narrativa de xenofobia camuflada: se insinúa que el feminismo es selectivo y cómplice de agresores racializados. Aquí, como advierte María García-Mingo (2022), se despliega una “necropolítica simbólica que decide qué víctima es creíble y qué cuerpo es desechable”.



Fig. 56: Altura vs. peso. Doble estándar emocional: las mujeres pueden rechazar a hombres bajos, pero exigen sensibilidad respecto al cuerpo femenino. Se legitima el resentimiento masculino.

Otras representaciones como la figura 56 (“Altura vs. peso”) y la figura 57 (“Acoso y escote”) reproducen una estética de la doble vara: las mujeres son representadas como contradictorias, interesadas o incongruentes, y por tanto no merecedoras de empatía. Esta estructura argumental convierte cualquier demanda feminista en caricatura. Como plantea Rita Laura Segato (2013), la pedagogía de la crueldad consiste precisamente en estetizar la humillación como espectáculo educativo.



Fig. 57: Acoso y escote. Mujer hipersexualizada que se queja de acoso. El meme implica que lo provoca. Ridiculiza la denuncia feminista del consentimiento.

En las figuras 55 a 57 se intensifica este cinismo disciplinante. Encontramos personajes *wojak* derrotados, mujeres grotescas o contradictorias, escenarios de humillación afectiva. Estas representaciones producen un afecto compartido que no necesita argumentos, solo risa cruel. Como plantea Avital Ronell (2002), la idiocia no es ausencia de pensamiento: es una defensa del sistema que repele cualquier cuestionamiento desde la inocencia caricaturesca.

Estas figuras no solo expresan malestar: lo organizan, lo estetizan, lo convierten en ideología digital. Judith Butler (2009) advierte que las imágenes son capaces de producir marcos de duelo: deciden qué vidas merecen ser lloradas. En el meme *incel*, el duelo se cancela visualmente: nadie llora por el sujeto manoférico, pero él convierte su frustración en escarnio hacia otras. Es una pedagogía del odio, donde el meme enseña a despreciar como método de pertenencia.

Este subgénero configura una estética algorítmica del fascismo afectivo. Zeynep Tufekci (2017) y Taina Bucher (2018) muestran cómo los algoritmos privilegian lo disruptivo, lo emocional, lo viral. No se trata solo de lo que el meme dice, sino de cómo hace sentir: el desprecio se viraliza mejor que la argumentación. El meme se convierte así en dispositivo de subjetivación algorítmica: quien ríe, pertenece.

En conjunto, estas figuras —analizadas en el Anexo 1, Bloque 4— confirman que el Fascismo Pop no es solo discurso, sino visualidad codificada. Aquí, la risa no es alivio: es castigo. El algoritmo no distribuye información, sino emociones políticas. La humillación estética de las mujeres, la racialización del enemigo interno y la teatralización del fracaso masculino convergen en una narrativa memética que no busca transformar el mundo, sino consolidar una identidad emocional reaccionaria.

Este *Pack Incel*, o conjunto de memes, repiten lógicas de victimismo masculino, desprecio al feminismo y pedagogía de la humillación.

5.5.3. “Jovelandia”: dog whistles y racismo estético

El término “*Jovelandia*” ha emergido como una categoría simbólica clave del repertorio visual reaccionario en el ecosistema digital español. En el contexto de

las guerras culturales contemporáneas, y particularmente en el ecosistema digital español, *Jovelandia* opera como un significante clave de la reacción estética al multiculturalismo, el feminismo institucional y las políticas públicas de inclusión.

En apariencia, se trata de una broma, un apodo irónico, un chiste visual. Pero en realidad, funciona como un *dog whistle*: una señal ideológica que evita el lenguaje explícitamente racista, pero que activa complicidades afectivas inmediatas entre quienes la consumen. No hay que explicar qué significa “amego”, “segarro”, “pelo brócoli” o “charo de Sumar”: basta con nombrarlo, o mejor aún, dibujarlo, para que el desprecio se despliegue sin necesidad de argumentar.

Este archivo memético construye una imagen de juventud migrante racializada como amenaza: delincuente, subvencionada, hipersexualizada, beneficiaria del Estado, incompatible con los valores nacionales. La ironía, el cinismo gráfico, el humor pop y la estética *glitch* son las formas privilegiadas de su circulación. Como explica Wendy Brown (2019), estas señales visuales funcionan como pedagogías de la exclusión normalizada, donde el cuerpo racializado se vuelve objeto de sospecha, burla o limpieza simbólica.

El análisis de más de treinta imágenes (ver Anexo 1, Bloque 5) permite observar cómo opera esta ofensiva visual. Aquí se presentan varios ejemplos clave que condensan los mecanismos del Fascismo Pop desde lo gráfico, lo afectivo y lo cultural.



Fig. 58: Navajin, la mascota del Mundial de Marruecos 2030.

Caricatura de una navaja antropomorfizada con bandera marroquí y el texto “Segarro, amego”. El cuerpo racializado se representa como amenaza cómica, literalizado como arma y privado de subjetividad. Es un caso claro de necropolítica simbólica en clave humorística.



Fig. 59: Pedro Sánchez racializado (PISOE).

Pedro Sanchez es representado con piel oscura, peinado afro y sudadera de estética trap. No se critica su política: se convierte en “otro”. El meme activa un cortocircuito afectivo, transformando al aliado del Estado en enemigo interno desde una racialización digital.



Fig. 60: Jovelandia

Jovelandia es aquí una categoría política y geográfica. El meme transforma un contenido en racismo asociando territorio y nacionalidad a violencia y delincuencia. Un ejemplo de cartografía del desprecio, donde el humor elimina toda complejidad cultural y refuerza el miedo a la alteridad racializada.



Fig. 61: Ejemplos visuales abiertamente racistas

Una funda de móvil con textura de jamón serrano se presenta como “repelente para musulmanes”. El humor escatológico opera como frontera simbólica: el

cuerpo del otro no debe acercarse. El jamón se vuelve frontera. La islamofobia se convierte en marca cultural desde el meme. (1) A su vez la segunda imagen, presenta a una persona racializada, usando el lenguaje y los lugares comunes racistas habituales en la red (2). Incluye una imagen donde un neonazi y Pepe the Frog tocan el hombro de un joven blanco. El texto “TE VAMOS A MATAR” está tachado y reemplazado por “DEPORTAR”. (3) Se trata de una pedagogía de exterminio simbólico: el meme insinúa lo que no puede decir, y el humor suaviza el deseo de violencia.



Fig. 62: Pack del amego.

Collage que sintetiza la construcción del “otro” peligroso: machete, bandera de Marruecos, marihuana, pelo rapado, chándal PSG. No se representa a un individuo, sino a una identidad estigmatizada lista para ser reconocida, vigilada y excluida. Es un avatar visual de la necropolítica cotidiana.



Fig. 63: Barrendero blanco expulsando personas racializadas.

Ilustración que representa la limpieza étnica con estética retro y gesto heroico. No hay sangre, pero hay orden: el fascismo visual opera aquí desde la apariencia de normalidad institucional.

Estas imágenes no son anecdóticas: forman parte de una ofensiva estética estructurada. Como advierte María García-Mingo (2022), el racismo actual ya no necesita discursos doctrinales, sino códigos compartidos que funcionen como *shortcuts* emocionales. En “Jovelandia”, el cuerpo racializado se convierte en meme: se comparte, se difunde, se ridiculiza. Y esa operación no solo entretiene: educa.

Este apartado responde directamente a la hipótesis de esta investigación: que el fascismo del siglo XXI no se impone por medio de discursos explícitos ni violencia

directa —al menos no en su forma inicial—, sino a través de la cultura visual, del humor digital y de estéticas compartidas que reconfiguran la percepción pública de lo deseable y de lo desechable. “Jovelandia” es una prueba clara de ello: no plantea una ideología formal, sino una atmósfera afectiva de sospecha hacia los cuerpos no blancos, pobres, musulmanes, migrantes o disidentes.

Desde nuestro marco teórico, estas imágenes permiten articular el Fascismo Pop como un régimen estético-afectivo que produce formas de pertenencia política desde la risa, y formas de exclusión desde el desprecio visual. Son dispositivos de subjetivación algorítmica que construyen comunidad emocional reaccionaria al tiempo que vacían de legitimidad cualquier alternativa feminista, antirracista o popular.

El resto del archivo visual —incluyendo memes sobre fútbol, familia musulmana, “expulsar al invasor”, estética kawaii y supremacismo blanco suave— queda recogido en el Anexo 3 como parte del análisis completo. Todos ellos refuerzan el mismo patrón: el uso del humor como arma estética para disciplinar a los cuerpos racializados y transformar la violencia simbólica en entretenimiento compartido.

“Jovelandia” no es solo una palabra. Es una trinchera afectiva, un marco epistémico y una plataforma de subjetivación. Su existencia y circulación demuestran que el racismo ha encontrado en la cultura digital nuevas formas de expresión estética, emocional y viral.

5.5.4. Disidencias bajo ataque: cuirfobia, transfobia y estética del odio a los cuerpos no normativos

En el contexto del Fascismo Pop digital, la comunidad conformada por las disidencias sexuales se ha convertido en objetivo constante de una nueva guerra cultural memética. Esta ofensiva no se manifiesta solo en discursos explícitos,

sino en una vasta circulación de imágenes virales que, mediante el humor, la ironía, el sentimentalismo o el lenguaje infantilizado, fabrican una estética del odio que refuerza jerarquías cishetero normativas. Las imágenes recopiladas en el anexo visual dan cuenta de un repertorio amplio y sistemático de violencias simbólicas que buscan ridiculizar, criminalizar o deshumanizar a las disidencias.

Las imágenes seleccionadas muestran un patrón reiterado de agresión visual como el uso de las identidades disidentes como insulto político o estrategia de deslegitimación simbólica. Se trata de un mecanismo habitual en el repertorio gráfico de la ultraderecha digital, donde las expresiones de género no normativas son instrumentalizadas como sinónimo de desviación, mentira, debilidad o degeneración moral.

Uno de los mecanismos más eficaces de la estética del odio digital es precisamente este: la burla sistemática hacia las formas de expresión de género y lenguaje no normativas. Lo podemos ver en la figura 64 y 65, mediante la parodia, la exageración grotesca y el troleo, estos discursos reducen a las identidades cuir, trans y no binarias a caricaturas ridículas, hipersexualizadas o patéticas, mostrando sus gestos, símbolos o expresiones lingüísticas como absurdas, frágiles o risibles.

Esta operación forma parte de lo que Alenka Zupančič (2017) denomina la “economía del goce cínico”: un circuito afectivo en el que se disfruta del desprecio como reafirmación de la identidad cisheteronormada. El humor funciona aquí como arma de disciplinamiento simbólico, un modo de reconfigurar el sentido común mediante la risa, naturalizando una lógica binaria, patriarcal y excluyente. No se trata de debatir ideas: se busca impedir la existencia misma del otro.



Diferenciamos entre gais y "petardas subvencionadas" viviendo del chiringuito. 😏



GAY

- Es normal
- No sabes que es gay hasta que lo conoces
- No basa su personalidad en su orientación sexual
- Hace cosas en su día a día



PERSONA "LGTB"

- Lleva pulseras con banderas arcoiris (WTF)
- Intenta llamar la atención constantemente
- Te recuerda que es gay cada minuto
- Es muy pesado
- Nini

Fig. 64: Uso de las identidades disidentes como insulto político y dispositivo de humillación estética



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

España en la actualidad



mi nombre es Huga,
me digiste tío, me da
ansiedad amigue,
nosotros somos
invisibilizados 🙄

**NO TIENE
GRACIA**

TFM e José Carlos Belaguer



Fig. 65: Ejemplos de burla contra las identidades cuir y el lenguaje inclusivo

Otro ejemplo claro de esto lo podemos ver en la figura 66. En donde el Pánico moral y criminalización de la infancia cuir son el objeto de los ataques. Se representa a la educación sexual o la visibilidad LGTBIQ+ como una amenaza a la niñez, a menudo asociándola a pedofilia o manipulación ideológica. Las imágenes que construyen a las infancias como territorio en disputa representan un núcleo clave en el dispositivo reaccionario del Fascismo Pop. En estas representaciones, la diversidad sexual y de género aparece como una amenaza directa a la niñez, asociada a pedofilia, corrupción o lavado de cerebro ideológico. Se trata de una estrategia emocionalmente cargada que busca generar pánico moral, reactivando el arquetipo del infante en peligro como excusa para justificar discursos de odio. Esta narrativa también articula una crítica feroz a las pedagogías críticas y la educación sexual integral, denunciándolas como instrumentos de manipulación.



Fig. 66: Ejemplos visuales de Pánico moral y ofensiva contra la infancia

La Transfobia explícita y deslegitimación del género auto percibido es otro de los ataques más repetidos, como podemos ver en la figura 67. Se insinúa que las personas trans —especialmente transfemeninas— son hombres disfrazados, peligrosos o grotescos. La transfobia adquiere en estas imágenes una dimensión visual cruda y explícita. A menudo, se insinúa que las personas trans —especialmente las transfemeninas— no son más que hombres disfrazados que

ponen en peligro a las mujeres reales. La sospecha hacia los cuerpos disidentes se representa como una verdad evidente, apelando al miedo, la risa o el asco. Estas imágenes no solo niegan la legitimidad del género autopercebido, sino que sexualizan el espacio público como campo de vigilancia, especialmente en ámbitos como baños o vestuarios. Se reactiva así la figura del “depredador disfrazado”, que ha sido históricamente utilizada para criminalizar la experiencia trans. La identidad cuir aparece como amenaza grotesca y perversa.



Fig. 67: Ejemplos visuales de Transfobia explícita y deslegitimación del género autopercebido

Otro de estos ejemplos que podemos ver en la figura 68 es la reivindicación de la masculinidad herida y crítica a lo “afeminado”. La nostalgia de la masculinidad fuerte, militarizada y emocionalmente contenida se manifiesta en la reacción contra lo cuir como signo de debilidad o descomposición social. Estos discursos visuales idealizan un modelo de varón proveedor y protector —eco del falangismo sentimental— y contraponen ese ideal al “hombrex” cuir, caricaturizado como incapaz, ridículo o frágil. La crisis del modelo patriarcal se tematiza como una herida narcisista colectiva, que las imágenes reaccionarias buscan restaurar a través de una estética de la virilidad ofendida. Esta lógica reproduce no solo transfobia, sino también misoginia internalizada y rechazo a toda forma de disidencia de género.



Fig. 68: Ejemplos visuales de Reivindicación de la masculinidad herida y crítica a lo “afeminado”

Igualmente se repiten las acusaciones de hipocresía, censura o adoctrinamiento desde lo cuir, como vemos en la figura 69. Se trata de presentar a los colectivos LGTBIQ+ como actores represivos que monopolizan el discurso público, ejercen censura o imponen un pensamiento único. Esta inversión narrativa transforma a los sectores históricamente oprimidos en censores todopoderosos, mientras se

victimiza a las voces conservadoras como mártires de la libertad de expresión. En estas imágenes se despliega lo que podríamos llamar una retórica de la censura invertida, donde el empoderamiento cuir aparece como amenaza a la disidencia “normal”. Esta operación articula una crítica moral, política y estética al pluralismo, camuflada bajo la defensa de la “libertad”. Se presenta a los colectivos LGTBQ+ como actores represivos que imponen un pensamiento único, silencian a quienes disienten o controlan la cultura.



Fig. 69 Ejemplos visuales de Acusaciones de hipocresía, censura o adoctrinamiento desde lo cuir

Otra línea de ataque se basa en imaginar lo cuir como una fuerza destructiva que erosiona valores tradicionales asociados a la religión, la familia o la nación como podemos ver en la figura 70.



Fig. 70 Infografía pseudodidáctica que acusa a la diversidad sexual y de género de ser una estrategia totalitaria camuflada como tolerancia.

En las imágenes de la figura 71, vemos la bandera arcoíris es representada como un enemigo simbólico, un rayo que amenaza la civilización cristiana, musulmana o nacionalcatólica. La diversidad se pinta como una infiltración globalista, comparable a una peste moral. Esta lógica satura el campo visual con referencias épicas, caballerescas o bíblicas, y convierte la lucha contra la disidencia en una cruzada moral. Así, se configuran imaginarios defensivos que apelan al heroísmo reaccionario como escudo ante el supuesto caos cuir. Aquí la religión une para odiar, independientemente de Biblia o Corán.



Fig. 71 Ejemplos sobre ataques visuales desde el cristianismo, nacionalismo o islam conservador

El ataque a lo cuir no es un efecto colateral, sino una estrategia central en la guerra cultural reaccionaria. El fascismo pop necesita enemigos simbólicos que encarnen todo lo que considera degenerado, excesivo o improductivo: el cuerpo cuir, travesti, racializado, disidente, insumiso. Frente a esa otredad, el orden cishetero se afirma con violencia estética, memes de escarnio, pedagogías del desprecio y nostalgias de pureza nacional. Lo cuir, en tanto desborde de género, deseo y forma de vida, representa una amenaza ontológica para quienes necesitan fronteras claras entre lo normal y lo monstruoso, lo útil y lo abyecto. Esta lógica se materializa con claridad en la Fig. 72, una ilustración idealizada de una familia cisheterosexual blanca, escoltada por una cita bíblica que reactualiza la doctrina nacionalcatólica como imaginario deseable. En esta escena, la reproducción heterosexual, el orden binario y la moral cristiana se presentan como destino natural y universal, clausurando cualquier posibilidad cuir de habitar el afecto, el parentesco o el futuro. No se ataca solo una identidad, sino una posibilidad de

mundo: un mundo donde los cuerpos no normativos no pidan permiso, donde el goce no esté regulado, donde el deseo no se disculpe. Defender lo cuir no es una cuestión de tolerancia, sino de disputa radical por el sentido, el afecto y la vida. Y en esa disputa, la estética también es un campo de batalla.



Fig. 72 Ilustración idealizada de una familia cisheterosexual blanca, acompañada de una cita bíblica.

En definitiva, el ataque visual, simbólico y memético a las disidencias sexuales y de género no opera como un simple reflejo del odio social, sino como una estrategia cuidadosamente diseñada para reforzar los pilares estéticos y afectivos del orden cisheteropatriarcal. El Fascismo Pop construye enemigos visuales para cohesionar identidades reaccionarias y justificar la violencia cultural. Las figuras aquí analizadas no solo representan una ofensiva contra lo cuir, sino que configuran un marco afectivo donde el desprecio se convierte en virtud, la risa en corrección moral, y la nostalgia en forma de negación del presente. Así, lo cuir es reducido a caricatura, ridiculizado como amenaza o difamado como ideología

totalitaria, mientras se reafirma un ideal excluyente de nación, familia y cuerpo. La estética del odio cumple aquí una función pedagógica: enseña a rechazar lo que desborda, a castigar lo que se sale del marco, a temer lo que no se entiende. En ese sentido, este repertorio visual no solo ilustra el odio, sino que lo fabrica, lo codifica y lo propaga. Contra esa máquina simbólica, la respuesta no puede ser solo explicativa: debe ser afectiva, estética y radicalmente política. Porque si el odio es una imagen, la resistencia también debe serlo.

6. Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos analizado cómo el Fascismo Pop convierte el odio en entretenimiento, estetizando la violencia y disimulando el autoritarismo a través del humor, la ironía y la cultura digital. Más que un discurso ideológico estructurado, el neofascismo digital se presenta como una pedagogía afectiva de la crueldad: memes, troleos, camisetas, canales de *Telegram* o *shitposts* se convierten en herramientas de socialización reaccionaria. Esta mutación cultural permite a la extrema derecha moldear afectos, capturar atención y construir comunidad desde el goce, no desde el miedo.

El análisis de los materiales visuales recogidos en el anexo ha permitido responder de forma sólida a las preguntas centrales que articulan esta investigación:

Primero, la estetización del odio se produce a través de un lenguaje visual que trivializa la violencia, la convierte en broma o provocación compartible. El meme no informa: afecta. No argumenta: seduce. No representa ideas, sino pulsiones.

Segundo, el humor, la idiocia y la banalidad funcionan como dispositivos de desresponsabilización: permiten diseminar odio sin asumir sus consecuencias, refugiándose en la estética pop, el sarcasmo y el cinismo *manosférico*. El “solo era un chiste” opera como coartada afectiva y moral.

Tercero, el desprecio se convierte en pegamento comunitario. En los entornos digitales analizados, el “nosotros” se construye a partir de la exclusión del “otro”: feministas, migrantes, personas trans, cuerpos racializados. El odio no es una disfunción del sistema: es su estética emocional dominante.

Estas respuestas refuerzan la hipótesis que recorre todo el TFM: el Fascismo Pop no es solamente una ideología reactiva, sino una infraestructura cultural y afectiva, que se despliega a través de lo visual, lo cotidiano y lo viral. Como advertía Hannah Arendt (1963), “el mayor mal en el mundo lo han hecho personas que nunca decidieron ser buenas o malas” (p. 276). Hoy esa banalidad no se encarna en un burócrata gris, sino en un retuit, un sticker, una camiseta de odio o un hilo de Forocoches. Es un fascismo sin doctrina, pero con estética. Un totalitarismo sin solemnidad, pero con algoritmo.

A lo largo de este trabajo, se ha confirmado la hipótesis central: el Fascismo Pop opera como una tecnología cultural y afectiva de la extrema derecha digital, que no necesita imponerse mediante discursos doctrinarios ni violencia explícita, sino que se infiltra en la cultura visual contemporánea a través del humor, la ironía, el deseo de pertenencia y la estética del desprecio. Esta forma de neofascismo no actúa desde la solemnidad, sino desde el cinismo compartido; no busca convencer, sino emocionar. Al combinar repertorios simbólicos heredados del franquismo con formatos digitales virales —memes, *stickers*, *merchandising*, videojuegos, canales de YouTube o arte gráfico ultraderechista—, el Fascismo Pop construye una comunidad afectiva de exclusión que se cohesiona en torno al escarnio, la humillación y el odio viralizado. La cultura digital no es solo su medio: es su campo de batalla. Y en ese terreno, el fascismo ha aprendido a disfrazarse de chiste, mientras reinstala jerarquías, desactiva derechos y reactiva las pulsiones más reaccionarias del imaginario colectivo.

Este trabajo ha planteado que el fascismo no es solo una doctrina política del siglo XX ni una sombra nostálgica del franquismo español. Tampoco es únicamente

una amenaza electoral. Es, ante todo, una forma de organización estética del odio que muta y se adapta a cada época, un virus simbólico que se disfraza de libertad, humor y sentido común. Desde las escenografías de obediencia del franquismo hasta los memes virales que circulan en *Telegram* o *Forocoches*, el fascismo persiste como una estética de la exclusión y del desprecio compartido.

Lo que leíamos como archivo visual del poder —el NO-DO, el cuerpo masculino glorificado, la arquitectura imperial—, reaparece posteriormente en formato meme, *gif* o *sticker*, ya no como solemnidad, sino como troleo. Sin embargo, el fondo permanece: se sigue exaltando la jerarquía, la violencia, la masculinidad dominante y la pureza identitaria. La estética cambia, el odio no.

A lo largo de esta investigación, sostuve que el Fascismo Pop funciona como una tecnología cultural y afectiva de la extrema derecha digital: seduce a través del cinismo, se viraliza como entretenimiento, recluta desde el desprecio. Memes como los de Charo, sojas o Jovelandia no solo operan como *dog whistles*, sino como dispositivos pedagógicos del odio. Enseñan a odiar sin parecerlo. Y lo hacen con un poder visual y emocional que rivaliza con cualquier texto o discurso.

Este archivo visual no es anecdótico ni accidental: forma parte de un proyecto fascista sistemático, que se actualiza en clave antifeminista, racista, homófoba y clasista. Su fuerza está en que parece humor, pero organiza afectos, castiga cuerpos y educa en la exclusión. Si el fascismo de ayer uniformaba, el de hoy viraliza. Si el de ayer gritaba consignas, el de hoy hace memes. Y si ayer se imponía por miedo, hoy seduce por cinismo.

Esta no es una conclusión neutral. He vivido lo que investigo. Durante mi trabajo como director del Centro Cultural de España en Tegucigalpa, sufrimos ataques digitales masivos tras una actividad trans feminista titulada Vulvas Dialogantes, impulsada por artistas centroamericanas. Los mismos códigos que he analizado en este TFM aparecieron ahí: capturas manipuladas, emojis patrióticos, insultos

misóginos, *stickers* burlones, y cientos de mensajes que usaban el lenguaje de la “libertad de expresión” para justificar la censura, el odio y la cancelación simbólica del proyecto. El fascismo digital no fue un objeto de estudio ajeno: nos atacó con sus propios repertorios.

Por eso, esta investigación es también una forma de resistencia. Estudiar el Fascismo Pop no es un gesto académico descomprometido: es una forma de entender cómo opera la violencia para poder desactivarla. Y es, sobre todo, un intento por devolverle al análisis cultural su potencia política, en un momento donde la derecha radical pretende borrar la memoria, atacar la diversidad y reinstalar el miedo como lenguaje común.

Este TFM es solo una primera cartografía: queda pendiente una reflexión más profunda sobre la función curatorial, el papel de las plataformas y el modo en que el arte crítico puede o no interrumpir la pedagogía del desprecio.

Termino con una certeza: el meme fascista se parece a una broma, pero no lo es. No podemos permitirnos seguir riendo mientras destruyen lo común. Esta tesis es mi forma de no reírme. Es mi forma de responder.

Bibliografía y referencias documentales

(Se introduce los nombres de pila para hacer visibles a todas las mujeres que de otro modo serían leídas culturalmente como autores varones)

- Alba Rico, Santiago. (2021). *España*. Madrid: Editorial Lengua de Trapo.
- Anzaldúa, Gloria. (1987). *Borderlands/La Frontera: The New Mestiza*. Aunt Lute Books.
- Benjamin, Walter. (1940). Tesis sobre la filosofía de la historia. En *Iluminaciones*. Madrid: Taurus.
- Birnbaum, Jean. (2020). *El silencio de los intelectuales*. Barcelona: Anagrama.

- Box, Zira. (2012). *España, año cero. La construcción simbólica del franquismo*. Madrid: Cátedra.
- Brown, Wendy. (2019). *En las ruinas del neoliberalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Bucher, Taina. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
- Butler, Judith. (2004). *Vida precaria: El poder del duelo y la violencia*. Buenos Aires: Paidós.
- Cabañes, E. (2021). *Identidades digitales: cuerpos, píxeles y algoritmos*. En F. Sierra & J. L. Piñuel (Eds.), *Tecnologías del yo y neoliberalismo digital* (pp. 87–104). Comunicación Social Ediciones.
- Cabañes, E. (2023). *Un futuro para la filosofía en el ciberpresente*. Revista de Filosofía, 42(2), 201–218. <https://doi.org/10.5209/rdel.86432>
- Cabañes, E. (2020). *¿Objetos inteligentes para humanos obsoletos? Miradas críticas al algoritmo*. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=0rKpvsMncF0>
- El País (2021, 24 febrero). *Eurídice Cabañes: “El teléfono móvil es una tecnología de espionaje que llevamos a todas partes”*. <https://elpais.com/tecnologia/2021-02-24/euridice-cabanes-el-telefono-movil-es-una-tecnologia-de-espionaje.html>
- Cabezas, Almudena, & Medina, Paula. (2021). Las redes reaccionarias en España. *Revista Cultura y Política Digital*, 5(2), 77–92.
- Chun, Wendy Hui Kyong. (2016). *Updating to Remain the Same: Habitual New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Donovan, Joan, & Phillips, Whitney. (2020). *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data & Society. <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinformation-online/>
- Eco, Umberto. (1995). *Cinco escritos morales*. Barcelona: Lumen.
- EFE. (2024, noviembre 25). España registra 42 feminicidios en 2024 hasta el Día Internacional contra la Violencia Machista. RTVE.

<https://www.rtve.es/noticias/2024/11/25/espana-registra-42-feminicidios-2024-dia-internacional-violencia-machista/1579612.shtml>

- Eiroa, Matilde. (2014). *Imágenes del poder: El NO-DO y la cultura visual del franquismo*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Entrialgo, Mauro. (2022). *Malismo: una ética del desprecio*. Fanzine independiente.
- Fiscalía General del Estado. (2024). *Memoria Anual 2023*. Ministerio de Justicia. <https://www.fiscal.es/memorias>
- García-Mingo, Elisa, & Díaz Fernández, Silvia. (2022). Masculinidades reaccionarias y redes digitales. *Revista Feminismo/s*, 40, 105–122.
- Gómez, Alejandro. (2020). *Nación y posfascismo: el imaginario simbólico de Vox*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Gómez-Suárez, Águeda, Vázquez-Silva, Iria, & Fernández-Cendón, Mar. (2024). La “Manosfera Forocochera” en Reacción: un Estudio de Caso Paradigmático en el Contexto Español. *Masculinities & Social Change*, Online First. <https://doi.org/10.17583/msc.13524>
- hooks, bell. (1992). *Black Looks: Race and Representation*. South End Press.
- hooks, bell. (1994). *Teaching to Transgress: Education as the Practice of Freedom*. Routledge.
- López Álvarez, José Luis. (2024). Manosfera, masculinidad y política digital. *Revista Tecnopolítica*, 18(1), 44–66.
- Luchadoras. (2023). *Violencia digital contra mujeres y disidencias: tendencias en América Latina y España*. <https://luchadoras.mx/publicaciones/violencia-digital>
- Mbembe, Achille. (2003). Necropolítica. *Revista Prologue*, 5, 123–152.
- Mellón, Joan Antón. (2005). *La herencia del autoritarismo*. Barcelona: Icaria.

- Ministerio de Igualdad & Asociación de Mujeres Juristas Themis. (2025). *Estudio sobre violencia digital de género en España*. Gobierno de España. <https://igualdad.gob.es/estudios/violencia-digital>
- Ministerio del Interior. (2024). *Informe sobre delitos de odio en España 2023*. Secretaría de Estado de Seguridad. <https://www.interior.gob.es/opencms/export/sites/default/es/prensa/documentacion/>
- Monge, Cristina. (2022). *El auge emocional de la ultraderecha*. Madrid: Catarata.
- Noticias de Navarra. (2024, marzo 8). Navarra registró 2.091 denuncias por violencia machista en 2023. <https://www.noticiasdenavarra.com/sociedad/2024/03/08/navarra-registro-2091-denuncias-violencia-7888325.html>
- Núñez Puente, Sonia. (2019). Violencia simbólica y espacio público digital. En *Género y medios digitales*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Resina, Joan Ramon. (2008). *La herencia de Franco: Fascismo y memoria en la España democrática*. Madrid: Alianza Editorial.
- Rivera Cusicanqui, Silvia. (2015). *Un mundo ch'ixi es posible*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Sánchez-Cuenca, Ignacio. (2019). *La superioridad moral de la izquierda*. Madrid: Catarata.
- Segato, Rita Laura. (2013). *La guerra contra las mujeres*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Sebastiani, Stefano. (2019). La leyenda negra y el orgullo reaccionario. *Revista Historia y Memoria*, 33(4), 55–74.
- Sontag, Susan. (1975). Fascinante fascismo. En *Estilos radicales*. Barcelona: Edhasa.
- Traverso, Enzo. (2019). *Melancolía de izquierda: después de las utopías*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Tufekci, Zeynep. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press.
- Valencia, Sayak. (2010). *Capitalismo gore*. Madrid: Melusina.
- VVAA. (2019). *España Salvaje, los otros episodios nacionales*. La Felguera Editores.
- Zarza, Víctor. (2023). *La imagen del Caudillo: escenografías del franquismo*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Índice de figuras

Archivo visual del desprecio: estética, humor y radicalización digital en el Fascismo Pop

Este anexo recoge el repertorio visual analizado a lo largo del trabajo, compuesto por memes, montajes, viñetas y piezas de propaganda digital que circulan en plataformas como Forocoches, Telegram, X y Reddit. Las figuras aquí recopiladas no solo ilustran el fenómeno del Fascismo Pop, sino que constituyen un archivo de la pedagogía del desprecio. Cada imagen ha sido extraída y seleccionada como parte del trabajo de etnografía digital militante, y se acompaña de una breve leyenda que contextualiza su contenido simbólico.

Fig. 1: Preferencia simbólica (meme de Drake)

Fig. 2: Charo coleccionable

Fig. 3: Acción Anticharista

Fig. 4: Ejemplo visual de malismo y Fascismo Pop

Fig. 5: Malismo y cinismo en estado puro

Fig. 6 y 7: Nostalgia de orden y reciclaje emocional del franquismo

Fig. 8: Insertar rojo

Fig. 9: Estética del malismo y cinismo posirónico

Fig. 10: Charo Saturno devorando al bebé del Estado

Fig. 11: Mapa europeo del miedo

Fig. 12: Patada a embarazada

Fig. 13: CJ y la zanja (GTA: San Andreas) Here we go again

Fig. 14: Montaje donde podemos ver diferentes elementos performativos del franquismo

Fig. 15: Distintas etapas de la iconografía del fascismo español: NODO, Vértice y cartelería

Fig. 16: Desfile franquista coloreado

Fig. 17: Monumento a Franco

Fig. 18: Monumentalidad franquista como escenografía ideológica

Fig. 19: Cartel “Salvemos el Valle” / Viacrucis patriótico

Fig. 20: Fascismo arquitectónico en la casa natal de José Antonio

Fig. 21: Franco como estrella de rock

Fig. 22: Franco con armadura estilo cervantino

Fig. 23: José Antonio anime (estética Ghibli y fondo falangista)

Fig. 24: Campeones del escondite, 1939

Fig. 25: Imagen “Con Franco se vivía mejor”

Fig. 26: Placas del Ministerio de la Vivienda en venta — merchandising falangista

Fig. 27: Franco saludando al rapero Anuel AA (montaje)

Fig. 28: Meme del cachorro falangista

Fig. 29: Primavera Nacional. Cartel digital con estética falangista vintage

Fig. 30: Ramiro de Ledesma en estética retro punk

Fig. 31: José Antonio anime (versión alternativa)

Fig. 32: “Difendi Padova”: monja armada en pose heroica

Fig. 33: Panfletos nostálgicos del Valle de los Caídos compartidos en Telegram

Fig. 34: “No nos impongáis vuestra cultura” (Javi Marenas, 2024)

Fig. 35: “We are not sorry”

Fig. 36 y Fig. 37: Fachosfera templaria / “Buenas noches, grupo”

Fig. 38: Soldado gamer imperialista (Warhammer/Doom)

Fig. 39 y Fig. 40: “Fuego español: exterminio de ratas comunistas” / “Vox y la cruzada nacional-pop”

Fig. 41: Ejemplos de humor disciplinante

Fig. 42: Detención ciudadana y camiseta como merchandising

Fig. 43: Pack Funcicharo

Fig. 44: Charos de colección

Fig. 45: Charo sin hijos (Wojak envejecida)

Fig. 46: Charo reaccionaria

Fig. 47: Charo proimpuestos

Fig. 48: Escritorio Funcicharo

Fig. 49: Charocracia

Fig. 50: Charo certified

Fig. 51: Pack ideológico (kufiya, tinte, satisfy, camiseta pública)

Fig. 52: Lista ofensiva (PSOE, Tinder, horóscopos...)

Fig. 53: Feminismo tachado

Fig. 54: Entrevista pin parental

Fig. 55: Hipocresía feminista (Rubiales vs. inmigrantes)

Fig. 56: Altura vs. peso — doble estándar incel

Fig. 57: Acoso y escote — consentimiento ridiculizado

Fig. 58: Navajin, mascota del Mundial Marruecos 2030

Fig. 59: Pedro Sánchez racializado (PISOE)

Fig. 60: Jovelandia

Fig. 61: Ejemplos visuales abiertamente racistas

Fig. 62: Pack del amego

Fig. 63: Barrendero blanco expulsando cuerpos racializados

Fig. 64: Identidades disidentes como insulto político

Fig. 65: Burla contra lenguaje inclusivo y cuerpos cuir

Fig. 66: Pánico moral y ofensiva contra la infancia

Fig. 67: Transfobia explícita y negación del género autopercebido

Fig. 68: Reivindicación de la masculinidad herida

Fig. 69: Acusaciones de censura desde lo cuir

Fig. 70: Infografía pseudodidáctica contra la diversidad sexo-genérica

Fig. 71: Ataque visual desde religiones conservadoras

Fig. 72: Ilustración idealizada de familia cisheterosexual blanca

Nota sobre el uso de inteligencia artificial

En la elaboración de este trabajo se ha utilizado asistencia de herramientas digitales basadas en IA generativa exclusivamente para tareas de apoyo en la edición, revisión bibliográfica y organización de contenidos. El análisis, la redacción argumentativa y las conclusiones han sido elaboradas de forma original y personal por el autor.

Nota sobre derechos de autor

Este trabajo está licenciado bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

Esta licencia se aplica únicamente al **contenido original del Anexo Visual** elaborado por el autor. Las imágenes incluidas han sido recolectadas en contextos digitales públicos y analizadas con fines académicos.

ANEXO VISUAL

"No tiene gracia": Fascismo Pop, estética del mal y batallas culturales en la España digital.



José Carlos Balaguer Paredes

Máster Universitario en Estudios Culturales y Artes Visuales

(perspectivas feministas y cuir/queer)

Universidad Miguel Hernández de Elx

Tutora: Dra. Lourdes Santamaria Blasco

Contenido

Anexo Visual TFM	6
Nota metodológica sobre el origen de las imágenes	6
Estructura del archivo	7
Bloque 1 – Retrofranquismo e imperialismo pop	8
<i>Fig. 1 – “Franco quijote”</i>	<i>9</i>
<i>Fig. 2 – “Franco en concierto”</i>	<i>10</i>
<i>Fig. 3 – “Franco y Anuel AA”</i>	<i>11</i>
<i>Fig. 4 – “Te quiero mucho, José Antonio”</i>	<i>12</i>
<i>Fig. 5 y 6 – “Discurso original vs versión anime de José Antonio”</i>	<i>13</i>
<i>Fig. 7 – “Salvemos el Valle”</i>	<i>14</i>
<i>Fig. 8 – “Viacrucis en el Valle”</i>	<i>15</i>
<i>Fig. 9 – “Fascio arquitectónico en la casa natal de José Antonio”</i>	<i>16</i>
<i>Fig. 10 – “Nosotros somos ellos” (Ramiro Ledesma)</i>	<i>17</i>
<i>Fig. 11 – “Vox y la cruzada nacional-pop”</i>	<i>18</i>
<i>Fig. 12 – “Ah shit, here we go again” versión memoria histórica</i>	<i>19</i>
<i>Fig. 13 – “Campeones del escondite 1939”</i>	<i>20</i>
<i>Fig. 14 – “Insertar rojo”</i>	<i>21</i>
<i>Fig. 15 – “Fachosfera templaria”</i>	<i>22</i>
<i>Fig. 16 – “Con Franco se vivía mejor”</i>	<i>23</i>
<i>Fig. 17 – “Fuego español: exterminio de ratas comunistas”</i>	<i>24</i>
<i>Fig. 18 – “Soldado del imperio español en Marte”</i>	<i>25</i>
<i>Fig. 19 – “Buenas noches, grupo”</i>	<i>26</i>
<i>Fig. 20 – “No nos impongáis vuestra cultura” (Javi Marenas)</i>	<i>27</i>
<i>Fig. 21 – “Placas del Instituto Nacional de Vivienda a la venta”</i>	<i>28</i>
<i>Fig. 22 – “Desfile franquista coloreado”</i>	<i>29</i>
<i>Fig. 23 – “Monumento a Franco”</i>	<i>30</i>
<i>Fig. 24 – “Franco vigilante / Securitas Direct”</i>	<i>31</i>
<i>Fig. 25 – “Drake prefiere el águila franquista”</i>	<i>32</i>
<i>Fig. 26 – “Rojos cabrones, tocarme los cojones”</i>	<i>33</i>
<i>Fig. 27 – “We Are Not Sorry”</i>	<i>34</i>
<i>Fig. 28 – “Primavera Nacional”</i>	<i>35</i>

Fig. 29 – “Conmigo tenías casa” (Franco homeless).....	36
Fig. 30 – “Ramiro de Ledesma retro punk”	37
Fig. 31 – “José Antonio anime”	38
Bloque 2 – Cinismo, <i>malismo</i> y estética de la crueldad	39
Fig. 1. “YO / TU OPINIÓN”. Meme de desprecio como estilo.....	40
Fig. 2 – “Torero Supreme”	41
Fig. 3 – “Un español solo se arrodilla ante Dios”	42
Fig. 4 – “Libertad vs Masculinidad Tóxica” (meme comparativo).....	43
Fig. 5 – “ <i>Defendí Padova</i> ”	44
Fig. 6 – “El Valle de los Caídos se defiende, no se vende”	45
Fig. 7 – “Saturno devorando al bebé del Estado”	46
Fig. 8 – “Audiencias reales vs target” (Call of Duty / Pokémon / PSOE).....	47
Fig. 9: <i>Malismo</i> y cinismo en estado puro.	48
Fig. 10 – “Juntos contra la peste roja”	49
Bloque 3 – Charo y el desprecio al feminismo.....	50
Fig. 1. – “Charo empaquetada”	52
Fig. 2 – “Pack <i>Funcicharo</i> ”	53
Fig. 3 – “Un beso para todas”	54
Fig. 4 – “Charo pro-impuestos 1”	55
Fig. 5 – “Charo pro-impuestos 2”	56
Fig. 6 – “Charo sin hijos”	57
Fig. 7 – “Charo <i>certified</i> ”: gamificación del desprecio.....	58
Fig. 8 – “Charo reaccionaria”	59
Fig. 9 – “Antifeminismo”	60
Fig. 10 – “Le falta una fotocopia”	61
Fig. 11 – <i>Charocracia</i>	62
Fig. 12 – “Charo Starter pack 1”	63
Fig. 13 – Definición de charo por Foro Coches	64
Fig. 14 – “Acción <i>Anticharista</i> . Escudo tipo “ <i>Antifa</i> ”	65
Fig. 15 – “Ministerio de Charos”	66
Fig. 16 – “Charo y el pin parental”	67
Fig. 17 – “Un Charo”	68

Bloque 4 – Estética *incel* y necropolítica afectiva69

Fig. 1– Viñeta de cuatro paneles con dos situaciones de agresión sexual.....	70
Fig. 2 – Juicio <i>incel</i>	71
Fig . 3–Culpa <i>manosférica</i>	72
Fig . 4 – Defensa propia.....	73
Fig . 5– Doble moral feminista	74
Fig . 6– Calvo inseguro	75
Fig . 7– ¡De que te ríes <i>incel</i> ?.....	76
Fig . 8– Denuncias falsas.....	77
Fig . 9 – Gordofofia <i>incel</i>	78
Fig . 10– Desamor <i>incel</i>	79

Bloque 5 – Jovelandia: pelo brócoli, amegos y el archivo gráfico del racismo pop80

Fig . 1. – <i>Navajin</i> , la mascota del Mundial de futbol de Marruecos 2030.....	81
Fig . 2 – “Pedro Sánchez racializado (PISOE)”	82
Fig . 3 – “Pedro Sánchez con pelo de inmigrante”	83
Fig . 4 – “LEGO AMEGO”	84
Fig . 5 – “Mapa europeo del miedo”	85
Fig . 6 – “Carcasa de jamón: protección antirobo”.....	86
Fig . 7 – “Te vamos a matar / deportar”.....	87
Fig . 8 – “HOMBRELANDIA”	88
Fig . 9 – “JOVELANDIA”	89
Fig . 10 – “JOVENLANDIA”.....	90
Fig . 11 – “Once inicial racializado”	91
Fig . 12 – “Hispanchismo y panchofobia”	92
Fig . 13 – “Ley nula”	93
Fig . 14 – “Kit del <i>amego</i> ”.....	94
Fig . 15 – “Mucho manito, tenemos la solución”	95
Fig . 16 – “Barrer a los otros de Europa”	96
Fig . 17 – “Familia modelo / realidad”	97
Fig . 18 – “ <i>Street Fighther árabe</i> ”.....	98
Fig . 19 – “El genio y la vela”: humor xenófobo con retórica melancólica	99
Fig . 20 – “Patada a embarazada”	100

Fig . 21 – “Dinero para Marruecos”	101
Fig . 22 – “ <i>Spanish Lives Matter</i> ”	102
Fig . 23 – “Adivina la nacionalidad”	103
Fig . 24 – “Las vidas blancas importan” (símbolos fascistas)	104
Fig . 25 – “Defender tu identidad” (versión retro)	105
Fig . 26 – “El moro que denuncia”	106
Fig . 27 – “Expulsa al invasor”	107
Fig . 28 – “Pepe brócoli”	108
Fig . 29 – “ <i>White girl</i> : defender tu identidad”	109
Bloque 6 – Ataques al colectivo LGTBIQ+	110
Fig . 1. – <i>Doge</i> cuirfóbico con lenguaje inclusivo	112
Fig . 2 – El “Caballo de Troya” del género	113
Fig . 3 – Ideología de género y pedofilia	114
Fig. 4 – Meme “Not stonks” con Disney y <i>Lightyear</i>	115
Fig . 5 – Lo que los medios hacen creer / lo que sucede	116
Fig . 6 – Padre protegiendo con escudo contra la bandera arcoíris	117
Fig . 7 – Dibujo islámico protegiendo de rayo arcoíris	118
Fig . 8 – Dibujo familiar: “Diseño original”	119
Fig . 9 – Caballero templario eligiendo mes sagrado frente al orgullo	120
Fig . 10 – Cartucho con balas: “ <i>Cure for pedophilia</i> ”	121
Fig . 12 – Mano crucificada que derrama sangre en arcoíris sobre <i>niñxs</i>	122
Fig . 13 – Comparación entre “hombre” y “ <i>hombrx</i> ”	123
Fig . 14 – Viñeta: “La nueva normalidad” en duchas	124
Fig . 15 – Che Guevara y reeducación homosexual	125
Fig . 16 – Profesora cortando género binario y enseñando arcoíris	126
Fig. 17 – Niños atados a TV que impone arcoíris y censura adultos	127
Fig. 18 – Viñeta “El señor del vestido”	128
Fig. 20. “Autobús de HazteOír contra el PSOE”	129
Fig. 21. “Begoño tiene rabo”	130
Fig. 22. “Diferenciamos entre gays y ‘petardas del chiringuito’”	131
Fig. 23. “Her-ma-ni-tes...”	132
Fig. 24. “El gobierno paga sus operaciones, no las de los niños con cáncer”	133

Fig. 25. “El resplandor transfóbico” (con Samantha Hudson).....	134
Fig. 26. “Ni se te ocurra tocar a la familia”	135
Fig. 27. “Aquí acaba el cuento de la ideología de género”	136
Fig. 28. “ <i>Be tolerant</i> ” (sé tolerante)	137

Anexo Visual TFM

El conjunto de imágenes que aquí se presenta es el resultado de una etnografía digital militante desarrollada entre los meses de enero y junio de 2025. Este archivo reúne más de 140 imágenes recolectadas en plataformas como *Telegram*, *X/Twitter*, foros y canales de cultura visual reaccionaria, y constituye una muestra representativa del repertorio gráfico del odio, el desprecio y la violencia simbólica en el contexto español contemporáneo.

Más que una colección, este anexo funciona como un archivo crítico: un mapa visual de las estéticas actuales del odio, donde la crueldad circula disfrazada de ironía, parodia o humor viral. Estas imágenes no ilustran el texto del TFM: lo amplifican, lo encarnan y lo tensan, revelando cómo la ultraderecha digital produce una pedagogía afectiva que estetiza la exclusión, racializa el malestar y trivializa la violencia.

Nota metodológica sobre el origen de las imágenes

Las imágenes que conforman este anexo visual han sido recolectadas durante un proceso de etnografía digital militante en plataformas como *Telegram*, *X/Twitter* o canales de imagen reactiva. Muchas de ellas no cuentan con autoría identificable ni trazabilidad directa, y han sido difundidas de forma anónima o mediante perfiles colectivos. En coherencia con el enfoque ético del archivo y el carácter simbólico y algorítmico del Fascismo Pop, se ha optado por preservar el anonimato de los usuarios cuando no haya una fuente clara. Esta decisión responde tanto a criterios de rigor como a un posicionamiento político frente a los modos en que se propaga el odio digital.

Estructura del archivo

El archivo se organiza en seis bloques temáticos, definidos por categorías simbólicas, afectivas y políticas que emergieron del análisis del corpus:

Bloque 1 – Retrofranquismo e imperialismo pop

Reapropiaciones humorísticas, nostálgicas y virales de la iconografía franquista, José Antonio, Ramiro Ledesma y la arquitectura nacionalcatólica.

Bloque 2 – Cinismo, *malismo* y estética de la crueldad

Memes misantrópicos, nihilismo irónico, desprecio estético como forma de identidad.

Bloque 3 – Charo y el desprecio al feminismo

La Figura de la “Charo” como dispositivo manosférico para ridiculizar a las mujeres, las políticas públicas y el feminismo interseccional.

Bloque 4 – Estética incel y *necropolítica* afectiva

Visualidades que representan el resentimiento masculino, el rechazo a la diversidad corporal, el odio amoroso y la autovictimización misógina.

Bloque 5 – *Jovelandia*, *pelo brócoli*, *amegos* y el archivo gráfico del racismo pop

Representaciones del inmigrante como amenaza, estéticas de la racista, clasismo racializado y blanqueamiento violento.

Bloque 6 – Ataques al colectivo LGTBIQ+

Cuirfobia, transfobia, parodias queer, pánico moral y campañas visuales de deshumanización contra la diversidad sexo-genérica

No todas las imágenes han sido incluidas en el cuerpo del TFM, pero todas fueron analizadas durante la investigación y han sido clave para definir las categorías, los ejes teóricos y los estudios de caso. Este archivo constituye una herramienta metodológica fundamental y una forma de contraarchivar las imágenes que la ultraderecha lanza al espacio público para formar subjetividades.

Bloque 1 – Retrofranquismo e imperialismo pop

En este bloque se agrupan imágenes que resignifican visualmente el legado franquista, el nacionalcatolicismo y el imaginario imperial español desde una perspectiva estética contemporánea. Estas imágenes no se limitan a mostrar banderas, bustos o desfiles: los convierten en objeto de deseo pop, en *stickers*, camisetas, montajes o memes que operan desde el humor, la ironía o la estetización violenta.

El franquismo se transforma en *merchandising* cultural, y el imperio en videojuego, gloria pasada o estética visual aspiracional. No se trata de reivindicar explícitamente el fascismo clásico, sino de reciclar sus códigos desde una memética estética que trivializa la historia y produce comunidad afectiva reaccionaria. Esta operación, profundamente visual, convierte al archivo franquista en contenido de consumo.



Fig. 1 – “Franco quijote”

Recreación visual del dictador Francisco Franco como caballero del imperio, ataviado con armadura renacentista y fondo de castillo. Esta estética glorificadora fusiona el imaginario franquista con la épica imperial española y el espíritu de un Sancho panza reconvertido a quijote, convirtiendo a Franco en una figura mítica más que histórica. La imagen activa una pedagogía nostálgica del poder autoritario, donde el dictador se reconfigura como héroe fundacional de la patria. Es un ejemplo nítido de retro franquismo kitsch, que convierte la memoria autoritaria en espectáculo viril y romántico, alineado con el Fascismo Pop y la estetización del mal.



Fig. 2 – “Franco en concierto”

Montaje donde Franco aparece como estrella de rock. Este meme reescribe la dictadura como espectáculo pop, despolitizando su violencia mediante humor irónico. La imagen encarna el *malismo* y el retro franquismo kitsch: Franco convertido en ícono de entretenimiento.



Fig. 3 – “Franco y Anuel AA”

Montaje viral donde Franco saluda al rapero Anuel AA. El dictador se convierte en meme pop, fusionando nostalgia autoritaria y estética urbana. La imagen trivializa el franquismo y lo convierte en figura adaptable al consumo digital. Un ejemplo claro de Fascismo Pop y retro franquismo viral.



Fig. 4 – “Te quiero mucho, José Antonio”

Un cachorro con la boina falangista y el símbolo del yugo y las flechas sirve para blanquear el imaginario franquista mediante el humor tierno. Esta estetización posirónica del fascismo trivializa la figura de José Antonio Primo de Rivera y la resignifica como “entrañable”. La imagen encarna lo que Mauro Entrialgo denomina *malismo*: ostentar el mal como gesto simpático. El comentario adjunto revela además una deriva conspiranoica y antisemita, mostrando cómo el Fascismo Pop fusiona nostalgia autoritaria, estética cuqui y retórica de odio.



Fig. 5 y 6 – “Discurso original vs versión anime de José Antonio”

Dos imágenes comparadas. Una muestra el discurso real de José Antonio; la otra, su recreación estilo anime, con misma pose y fondo.

Este *diploframe* marca la conversión literal de la historia en ficción *gamificada*. La estética de la animación japonesa se convierte en lenguaje de blanqueamiento. Las juventudes neofascistas reinterpretan el pasado como saga heroica. El efecto es doble: trivialización de lo siniestro y fetichización estética del fascismo. Ejemplo paradigmático del Fascismo Pop en su fase animada y emocional

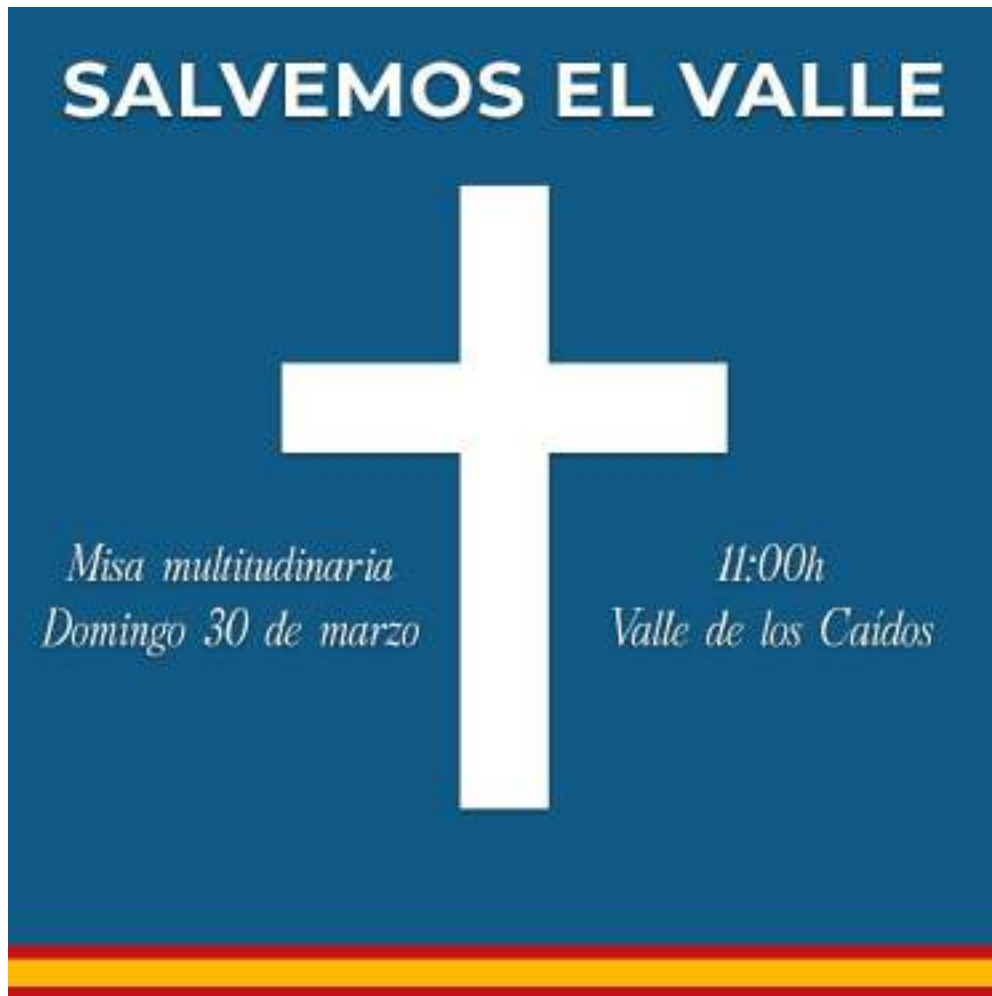


Fig. 7 – “Salvemos el Valle”

Cartel de estética sobria con cruz blanca y banda rojigualda que convoca a una misa en el Valle de los Caídos. Emplea un lenguaje religioso, pero su trasfondo es político: reactiva la sacralización del franquismo bajo la apariencia de culto. Forma parte de la resistencia simbólica contra la resignificación democrática del lugar.



Fig. 8 – “Viacrucis en el Valle”

Convocatoria gráfica para un viacrucis, con Jesús portando la cruz y el Valle de los Caídos de fondo. Estéticamente amable, pero simbólicamente poderosa: reafirma la identificación del Valle como lugar sagrado ultracatólico, invisibilizando su origen franquista. Inscribe lo religioso en una lógica de apropiación política de la memoria.



Fig. 9 – “Fascio arquitectónico en la casa natal de José Antonio”

Relieve escultórico con fascio estilizado y texto monumental que señala el lugar de nacimiento de José Antonio Primo de Rivera. Esta inscripción conmemora al fundador de la Falange como si fuera un héroe nacional, sin mediación crítica. Es un ejemplo claro de la persistencia del franquismo ornamental en el espacio público español.



Fig. 10 – "Nosotros somos ellos" (Ramiro Ledesma)

Cita exaltadora del imperialismo hispánico con imagen de Ramiro Ledesma Ramos, fundador de las JONS, acompañado del símbolo falangista. El mensaje "Nosotros somos ellos" activa una nostalgia colonial y una identidad imperial proyectada sobre América Latina. Circula como consigna entre grupos identitarios en X mostrando cómo el imaginario falangista se reactiva en clave digital y posfascista.



Fig. 11 – "Vox y la cruzada nacional-pop"

Meme visual de estética infantilizada donde un caballero medieval con capa española y bandera de cruz templaria aparece como emblema heroico bajo el lema "Por una España grande otra vez". Se actualiza el imaginario cruzado y la nostalgia franquista mediante una estética similar a la de los videojuegos o cómics, fusionando nacionalismo cristiano y marketing político. Es un ejemplo típico de *Fascismo Pop*.



Fig. 12 – "Ah shit, here we go again" versión memoria histórica.

Meme basado en el videojuego *GTA: San Andreas*, con el personaje CJ mirando una zanja (simulando una fosa común) y la bandera republicana en su espalda. El texto *"Ah shit, here we go again"* ironiza sobre la exhumación de víctimas del franquismo, banalizando la violencia política. Funciona como un meme de fatiga y burla hacia los procesos de memoria. Humor cínico con carga *necropolítica*.



Fig. 13 – "Campeones del escondite 1939"

Meme abiertamente ofensivo que muestra una fosa común con bandera republicana y la frase "Fosa común republicana – Campeones del escondite". Se ridiculiza el asesinato y desaparición forzada de víctimas del franquismo mediante el humor cruel. Este tipo de material forma parte de lo que este TFM denomina pedagogía de la crueldad, donde la estética del mal se vuelve celebratoria y viral.



Fig. 14 – “Insertar rojo”

Esta imagen opera como un meme de odio racializado, homofóbico y antifeminista. Se cruzan tres códigos visuales: la referencia a las fosas comunes republicanas (“insertar rojo”), la ridiculización del sujeto racializado como servil o ridículo, y la asociación del arcoíris con la disidencia sexual. La zanja remite a la violencia franquista, pero la estetización del genocidio se convierte en chiste.

Este tipo de humor forma parte de la pedagogía de la crueldad *manosférica*, que convierte la violencia simbólica y la humillación del otro en capital afectivo compartible. El meme banaliza el crimen de lesa humanidad mientras reproduce jerarquías racistas, sexistas y clasistas.



Fig. 15 – “Fachosfera templaria”

Este contenido pertenece a lo que podríamos llamar el medievalismo patriótico digital. Se glorifica una imagen idealizada de la Reconquista y se proyecta sobre el presente. La #Fachosfera, mencionada explícitamente, es la comunidad afectiva que comparte esta visión: patria, cruzada y nación como trincheras.

La figura templaria, cargada de mística cristiana y violencia redentora, refuerza la idea de pureza y misión. El tuit invoca la fidelidad nacional como sacrificio militar y estético. Aquí, la historia no se recuerda: se mitifica para justificar el odio al presente multicultural y democrático.



Fig. 16 – “Con Franco se vivía mejor”

Se trata de un ejemplo de revisionismo sentimental, que utiliza cifras manipuladas o directamente falsas para construir un relato idílico de la dictadura. Este tipo de contenido busca legitimar el autoritarismo como modelo eficaz frente al supuesto “caos” de la democracia contemporánea. A nivel visual, se recurre a la estética de la propaganda (foto en blanco y negro, gesto marcial) para evocar autoridad. En redes, estas piezas funcionan como “memes de consigna” que condensan afectos de nostalgia, orden y anti-izquierdismo. La masiva interacción demuestra su *viralidad* y eficacia afectiva.



Fig. 17 – “Fuego español: exterminio de ratas comunistas”

Este meme configura una fantasía de limpieza política y étnica. El uso de dragones y estéticas tipo *Game of Thrones* traduce la violencia en espectáculo digital. Las “ratas” son una deshumanización explícita del enemigo ideológico, recurso clásico del fascismo (ver propaganda nazi o franquista).

El meme no es solo violento: es narrativo. Presenta al usuario (el cruzado) como héroe épico en lucha contra lo impuro. A nivel emocional, este tipo de imágenes articulan deseo de venganza, goce apocalíptico y exaltación patriótica. Es una clara expresión de *necropolítica afectiva gamificada*.



Fig. 18 – “Soldado del imperio español en Marte”

Ilustración de soldados futuristas (inspiración *Warhammer*) portando cruces de Borgoña en un paisaje marciano, bajo una galaxia. Aquí se visualiza la estetización futurista del imperialismo español. Se mezcla la estética espacial con la iconografía del imperio (cruz de Borgoña, armaduras, escuadras). España no solo es eterna, sino también interplanetaria. Esta imagen forma parte de una corriente que podríamos llamar “*fascismo sci-fi*” o imperio pop extraplanetario.



Fig. 19 – “Buenas noches, grupo”

Montaje tipo WhatsApp con caballero medieval y frase motivacional. Se trata de una pieza clásica de literatura visual de autoayuda franquista. Estas imágenes circulan en redes cerradas (grupos de Facebook, WhatsApp) como dispositivos de cohesión afectiva. El caballero y el caballo representan el espíritu de lucha, castidad y lealtad. Opera desde la estética cuñada y bizarra, pero tiene una función clara: naturalizar la épica del sacrificio por España. Es un meme para reforzar la moral interna de la comunidad reaccionaria.



Fig. 20 – “No nos impongáis vuestra cultura” (Javi Marenas)

La imagen invierte el discurso anticolonial contemporáneo para ridiculizarlo desde una lógica neocolonial y negacionista. Se presenta la cultura precolombina como inherentemente bárbara, y a los conquistadores como racionales o civilizadores, en un ejercicio de inversión cínica que deslegitima la crítica decolonial.

Este tipo de representaciones se usa en redes sociales para justificar el legado del Imperio español y rechazar la memoria crítica, en particular los reclamos indígenas y afrodescendientes en América Latina. La viñeta funciona como un arma cultural de la nostalgia imperial, donde se defiende una supuesta “superioridad civilizatoria” española bajo ropajes de sátira gráfica.



Fig. 21 – “Placas del Instituto Nacional de Vivienda a la venta”

Captura de un tuit que promociona la venta de réplicas de placas del Instituto Nacional de la Vivienda franquista, incluyendo las flechas y el yugo. El mensaje presume de haber replicado las originales y las ofrece a 20–25€.

Este ejemplo refleja un fenómeno inquietante: la mercantilización de la simbología franquista como objeto de deseo nostálgico o fetichismo político. Las placas no se venden como piezas de museo o crítica, sino como “tesoros” restaurados, evocando una estética retro del autoritarismo. La recuperación acrítica de estos símbolos como mercancía cultural, especialmente a través de plataformas como Twitter o Wallapop, forma parte del Fascismo Pop: estetizar y consumir ideología en formato souvenir. Este tipo de circulación promueve una normalización afectiva de la dictadura bajo el disfraz de coleccionismo o “orgullo patriótico”



Fig. 22 – “Desfile franquista coloreado”

Imagen histórica coloreada de Francisco Franco observando un desfile militar desde una tribuna. Lo acompaña otro militar, mientras las tropas uniformadas desfilan bajo su mirada. Esta imagen recupera el imaginario de orden, unidad y poder del franquismo, presentando una masculinidad autoritaria asociada a la verticalidad y control militar. La coloración digital actualiza la imagen para las estéticas digitales contemporáneas, haciendo de la historia una herramienta de propaganda emocional. Esta iconografía circula en canales nostálgicos como afirmación de virilidad, unidad nacional y anti-multiculturalismo



Fig. 23 – “Monumento a Franco”

Fotografía coloreada de un monumento franquista con soldados desfilando. En la estructura aparece repetido el nombre “Franco” en grandes letras. El uso insistente del nombre propio y el escudo franquista crea una atmósfera de culto a la personalidad. Es una puesta en escena visual del autoritarismo como estética: orden geométrico, simetría, disciplinamiento corporal. La circulación de esta imagen en canales de extrema derecha refuerza la nostalgia por el caudillismo y la idea de nación disciplinada. El efecto teatral del monumento anticipa las formas escenográficas del fascismo pop.



Fig. 24 – “Franco vigilante / Securitas Direct”

Pegatina de Securitas Direct intervenida con la imagen de Franco superpuesta al vigilante de la empresa, como si el dictador estuviese “custodiando” la propiedad. Ejemplo nítido de estética *malista*. La imagen reapropia un ícono comercial contemporáneo (seguridad privada) para insertar simbólicamente al dictador como garante del orden. Se convierte en broma negra, *sticker* o artefacto viral. El humor ultraderechista actualiza así el culto a Franco bajo el disfraz de troleo posmoderno. Esta hibridación entre lo comercial y lo ideológico es central en el Fascismo Pop.



Fig. 25 – “Drake prefiere el águila franquista”

Meme con el famoso gesto de Drake rechazando algo (bandera constitucional española) y aprobando otra cosa (bandera franquista con el águila de San Juan y el lema “Una, Grande y Libre”). El meme sintetiza la lógica *manosférica* del humor como dispositivo ideológico. Utiliza una plantilla de uso común en redes para deslizar una defensa explícita del franquismo. Es un claro ejemplo de cómo el Fascismo Pop disfraza el revisionismo histórico de ironía o desobediencia juvenil, desactivando la crítica desde una estética de la indiferencia cínica. El uso de humor popular trivializa símbolos autoritarios, borrando su violencia



Fig. 26 – “Rojos cabrones, tocarme los cojones”

Pegatinas impresas con el rostro caricaturizado de Franco con gafas de sol, acompañado del escudo franquista y la frase: “Rojos cabrones, tocarme los cojones”. Esta imagen condensa los elementos centrales del *malismo* digital: vulgaridad orgullosa, estética punk del autoritarismo, reapropiación provocadora del lenguaje popular. Se vuelve meme gráfico de consumo fácil, vehículo de odio con estética vintage. El uso del insulto como consigna conecta con la pedagogía de la crueldad: se entrena afectivamente al espectador en la aceptación de lo violento como “gracioso” o “auténtico”



Fig. 27 – “We Are Not Sorry”

Intervención digital de una pintura de la conquista con efecto *glitch* y la frase “*We Are Not Sorry*” sobreimpresa. Esta imagen representa una estética del cinismo colonial. Se glorifica el genocidio como orgullo nacional, negando cualquier posibilidad de reparación o memoria crítica. El efecto *glitch* remite al lenguaje visual del meme, insertando la violencia histórica en el universo de la cultura digital. Es una muestra de reivindicación del imperio como marca y de rechazo frontal a cualquier lectura decolonial, propio de la ultraderecha hispánica transnacional



Fig. 28 – “Primavera Nacional”

Ilustración de estética vintage con jóvenes uniformados en una marcha. El lema: “Primavera Nacional”. Arriba: “Patria, pan y justicia”. Esta imagen actualiza el imaginario de la Falange Española en clave gráfica contemporánea. Se utiliza un estilo retro-pop tipo propaganda soviética o publicidad vintage, apelando a la estética nostálgica. Su función es movilizar afectos juveniles hacia un nuevo “ideal nacional”, legitimando la estética fascista a través de códigos visuales modernizados.



Fig. 29 – “Conmigo tenías casa” (Franco homeless)

Dibujo de Franco sonriendo, sentado en una acera con un cartel: “Conmigo tenías casa... pero de verdad”. Al fondo, placa del Ministerio de la Vivienda franquista. Esta imagen articula una operación de nostalgia económica a través del meme. Se representa al dictador como benefactor de la clase trabajadora, desplazando la memoria del terror hacia una memoria de “eficiencia social”. Es una relectura *malista* del franquismo como solucionador de problemas. Humor cínico, mercantilización de la dictadura y blanqueamiento afectivo se entrelazan aquí



Fig. 30 – “Ramiro de Ledesma retro punk”

Collage donde Ramiro de Ledesma aparece en pose de culto, con estética de propaganda soviética, pero colores negro y rojo. Rodeado de cuchillos apuntando. Iconografía de culto neofalangista reactualizada. Se construye un mártir laico con estética religiosa, en clave gótica y pop. Es una operación estética de rebranding fascista, donde el líder se vuelve una figura pop contracultural, a través de estrategias propias del punk o del *vaporwave* fascista. Conecta con la idea de “santo patrón nacionalista” del nuevo fascismo digital.



Fig. 31 – “José Antonio anime”

Personaje de estética anime en pose de saludo falangista, con la bandera de la Falange. Ejemplo rotundo de gamificación de la memoria franquista. El uso del estilo anime transforma la figura de José Antonio en héroe juvenil, suaviza la violencia, estetiza la ideología y la adapta al imaginario otaku y *gamer*. Una pedagogía suave de la ultraderecha, ideal para circulación algorítmica. La memoria histórica es reemplazada por mitología de avatar.

Bloque 2 – Cinismo, *malismo* y estética de la crueldad

Este bloque recoge imágenes que encarnan una de las formas más peligrosas y efectivas del Fascismo Pop: la estetización del desprecio en clave humorística, nihilista o cruel. Aquí, el objetivo no es tanto convencer como hacer gozar. El *malismo*, tal como lo define Mauro Entrialgo, se vuelve una estética política: no se oculta el odio, se celebra.

Los memes, *stickers* y gráficos reunidos en este apartado muestran cómo el humor *manosférico*, el cinismo afectivo y la violencia simbólica operan como pedagogías visuales. El dolor ajeno, la exclusión, la muerte o el fracaso emocional no se debaten: se convierten en carcajada. Lo que aquí se analiza no son solo imágenes graciosas, sino instrumentos afectivos de subjetivación política, que banalizan la empatía y glorifican la crueldad.



Fig. 1. “YO / TU OPINIÓN”. Meme de desprecio como estilo.

Este montaje de origen desconocido, pero ampliamente viralizado en la cultura de foros y cuentas *manosféricas*, representa una escena de ostentación de poder económico y desdén absoluto hacia el otro. La figura masculina blanca y acomodada orina (simbólicamente) sobre una persona sin hogar, etiquetada como “tu opinión”. Esta imagen condensa varios elementos del Fascismo Pop: *malismo* (Intriago, 2024), desprecio como autenticidad, borrado del oprimido y goce irónico con la humillación ajena.



Fig. 2 – “Torero Supreme”

Imagen en blanco y negro de un torero con la etiqueta de Supreme sobre los ojos. Esta imagen fusiona el imaginario de la tauromaquia como orgullo nacional con la estética del *hypebeast* y la moda urbana. Se produce una trivialización de la identidad nacional violenta (la tauromaquia) a través de una estética de marca global. Opera como ironía posfascista: se glorifica el folclore identitario con estética de meme capitalista. El resultado es una estética frívola del mal.



Fig. 3 – “Un español solo se arrodilla ante Dios

Hombre de aspecto épico arrodillado frente a una Figura clerical que le da la comunión. Lleva un brazalete con símbolo ultraderechista. Detrás, una Figura demoníaca intenta derribarlo. Esta imagen proyecta un relato de martirio heroico vinculado a la identidad nacionalcatólica, reactualizando la retórica franquista de “España como reserva espiritual de Occidente”. Rechaza toda sumisión que no sea a Dios y dramatiza la secularización como amenaza demoníaca. Refuerza la idea de masculinidad obediente solo ante lo sagrado, y ataca el pluralismo democrático como decadencia moral.

LIBERTAD MASculINIDAD TÓXICA



Fig. 4 – “Libertad vs Masculinidad Tóxica” (meme comparativo)

Comparación visual con dos imágenes: a la izquierda, jóvenes queer en el Orgullo con estética afeminada y alegre. A la derecha, el futbolista Carvajal, votante de VOX, musculado envuelto en la bandera de España, identificado como “masculinidad tóxica”. Este meme invierte el discurso progresista sobre género, ridiculizando el concepto de masculinidad tóxica mediante una reapropiación burlesca. En la lógica *manosférica*, la “libertad” se feminiza y se desprecia, mientras se reivindica un modelo viril y agresivo. Refuerza el antifeminismo con lenguaje visual memético de confrontación.

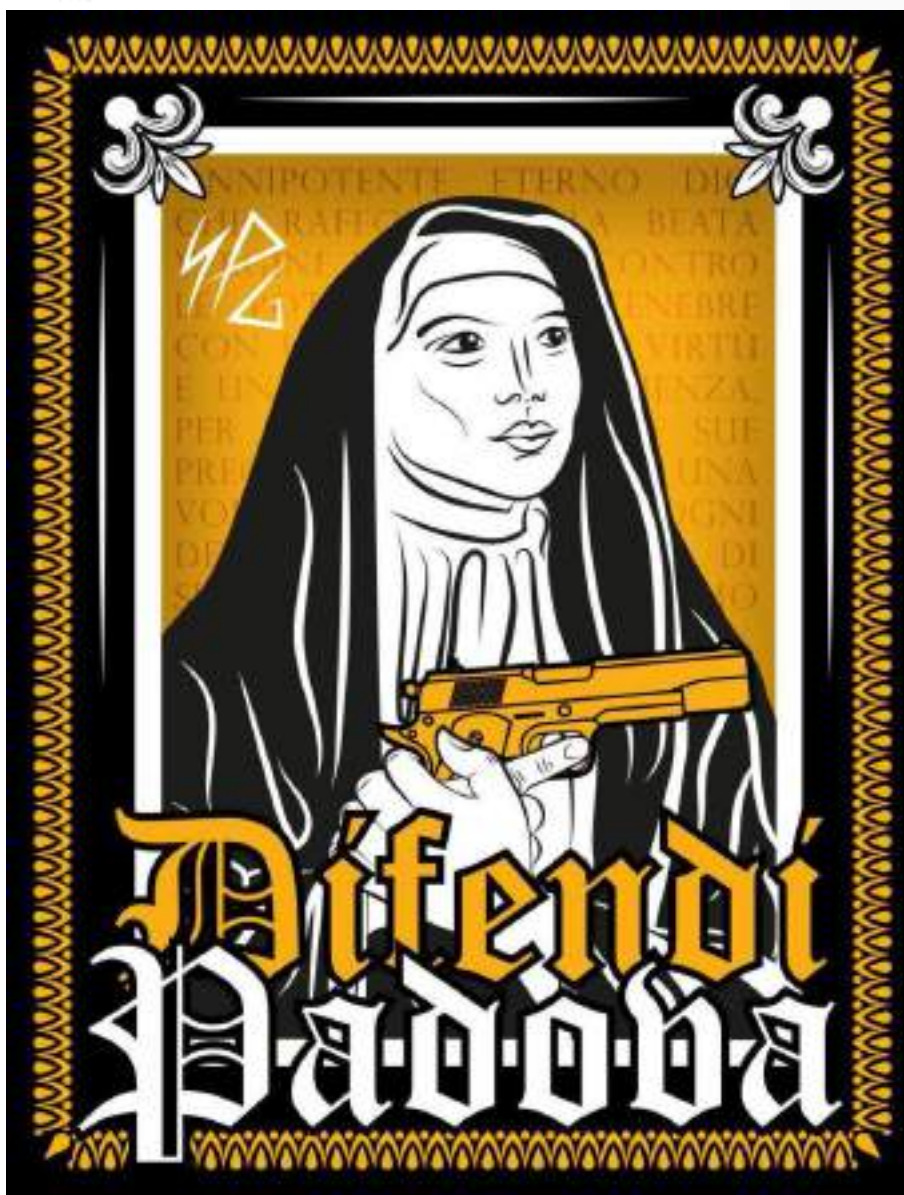


Fig. 5 – “Defendí Padova”

Ilustración de una monja en estilo de icono religioso, empuñando una pistola dorada. Letras góticas: “*Difendi Padova*”. La imagen combina el imaginario católico tradicional con la iconografía *gangsta*. Otro ejemplo de “*malismo*”: estetizar el mal para convertirlo en atractivo visual y político. Se normaliza la violencia desde el marco religioso, y se convierte a la monja en heroína armada del orden.



Fig. 6 – “El Valle de los Caídos se defiende, no se vende”

Caja llena de panfletos o postales con la imagen del Valle de los Caídos y el lema en letras rotundas, acompañado de la bandera rojigualda. Ejemplo claro de nostalgia franquista visual. Se reactiva la estética del NO-DO para construir un imaginario de “patrimonio nacional” en clave beligerante. El Valle de los Caídos deja de ser un lugar de memoria compleja para convertirse en símbolo de pureza nacional atacada. Refleja una pedagogía del desprecio al proyecto democrático de memoria histórica



Fig. 7 – “Saturno devorando al bebé del Estado”

Parodia de Saturno de Goya: un charo, devora un bebé, rodeada de sacos con la inscripción “Tesorería General de Seguridad Social”. Esta obra es ejemplo extremo de pedagogía del odio. Parodia la imagen de la “funcionaria” o jubilada como parásito estatal. El cuerpo envejecido y femenino se vuelve grotesco, encarnando el miedo *manosférico* al Estado protector, las pensiones y lo femenino como amenaza. Es estética de la crueldad en estado puro, misoginia visual ritualizada.



Fig. 8 – “Audiencias reales vs target” (Call of Duty / Pokémon / PSOE)

Parodia en formato tabla: “audiencia objetivo” vs “audiencia real”. El PSOE aparece como pensado para obreros, pero consumido por una señora histérica. Ejemplo claro de cinismo *manosférico*. Se usa la lógica memética para ridiculizar al votante del PSOE, feminizado, envejecido, “irracional”. Se construye un relato de desclasamiento y *desvirilización* del voto de izquierda. Es una burla infantilizada de la política institucional. En este tipo de visualidades, la crítica se convierte en broma ácida que despolitiza a la vez que radicaliza



Fig. 9: Malismo y cinismo en estado puro.

La imagen anterior condensa la lógica afectiva del Fascismo Pop: el titular del pseudomedio Mediterráneo Digital ya cosifica a una mujer racializada y migrante como “puta boliviana”, mientras que el comentario que le sigue convierte el asesinato en motivo de sarcasmo viral. La pregunta —“¿y de qué trabajaba?”— desactiva cualquier empatía y transforma la violencia en espectáculo.

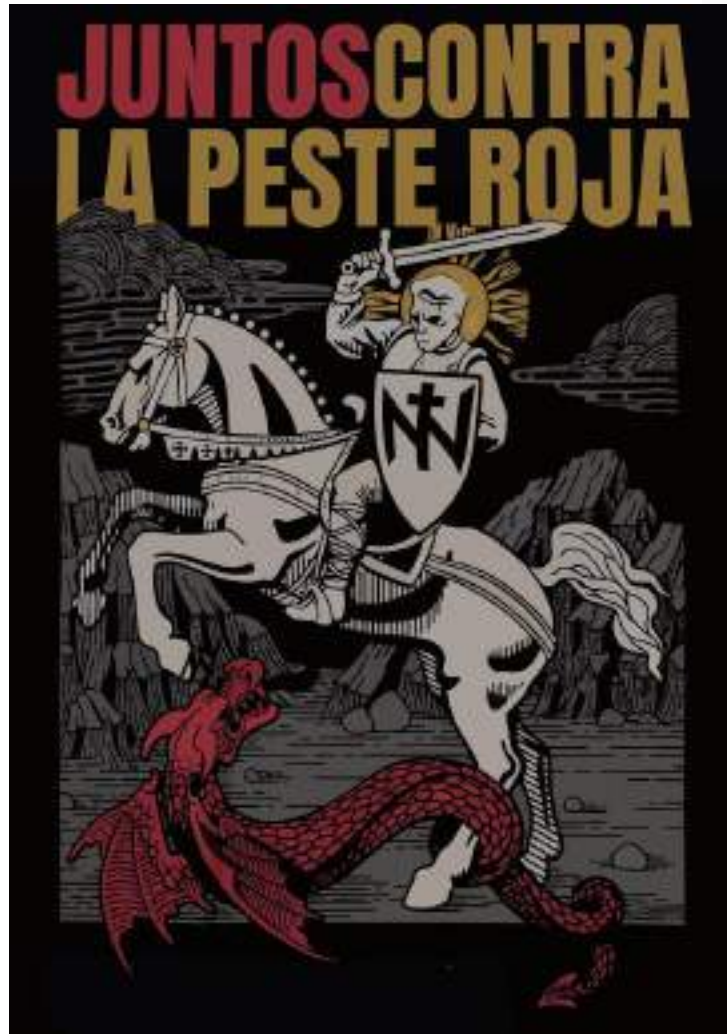


Fig. 10 – “Juntos contra la peste roja”

Cartel de estética medievalizante, donde un caballero (arquetipo de San Jorge) con halo dorado atraviesa con su espada a un dragón rojo. El caballero lleva un escudo con el símbolo de una organización neofascista. Tipografía en bloque: “Juntos contra la peste roja”. Esta imagen actualiza el imaginario cruzado cristiano, inscribiendo el antifeminismo y anticomunismo contemporáneo en una lógica bélica de cruzada moral. Se articula como parte de la pedagogía de la crueldad: el “dragón rojo” condensa el mal en un símbolo a exterminar. La estética remite tanto al grabado medieval como a la propaganda fascista clásica (Sontag, 1975), y opera una mitologización épica del odio.

Bloque 3 – Charo y el desprecio al feminismo

La Figura de Charo no remite a una persona real, sino a una construcción simbólica, profundamente misógina, que la ultraderecha digital ha producido para ridiculizar y deslegitimar al feminismo, especialmente al vinculado con mujeres mayores, de izquierda o activistas. En los foros de la *manosfera*, Charo encarna la mujer “pesada”, “subvencionada”, “progre”, “histérica”, que “vive del cuento” y “culpa al patriarcado de todo”.

Estas imágenes no solo insultan: enseñan a despreciar. Son memes, *stickers*, caricaturas y sellos visuales que codifican una pedagogía del desprecio. Lo que era política deviene parodia; lo que era cuerpo deviene grotesco; lo que era palabra deviene grito caricaturesco. El bloque *Charo* del anexo visual del TFM analiza cómo opera este archivo afectivo que banaliza, difama y convierte el feminismo en chiste viral.







Fig. 1. – “Charo empaquetada”

Imágenes que imitan un blíster de juguete tipo *Playmobil*. El meme usa IA, una corriente cada vez más extendida en este tipo de imágenes, en él se presenta cuatro arquetipos de Charos con características específicas con el fin de ridiculizar y deslegitimar los movimientos feministas de diferentes partes del mundo. Todos los accesorios y contenidos de la imagen son tratados como un producto ideológico ridículo y repetitivo.



Fig. 2 – “Pack Funcicharo”

Imagen con múltiples etiquetas alrededor de una mujer deformada. Este “pack” es un compendio brutal de insultos misóginos, clasistas, xenófobos, gordófobos y antifeministas. Se presenta como sátira, pero es una pedagogía de la crueldad. Concentra toda la lógica *manosférica*: desprecio a lo público, odio al feminismo, ridiculización de la salud mental y sexualidad de mujeres “no deseables”. Ejemplo claro de *necropolítica* simbólica visual.



Fig. 3 – “Un beso para todas”

Captura intervenida de Rubiales con la frase “Un beso para todas”, emitida como supuesto “homenaje” a las feministas. Este meme convierte una agresión simbólica en burla institucional. Parodia la reacción feminista al beso no consentido de Rubiales a Jenni Hermoso durante la Copa Mundial Femenina de 2023. La frase “un beso para todas” reduce el acto a un gesto generoso o festivo, borrando el consentimiento e invisibilizando la denuncia colectiva. Opera desde una lógica cínica, que no niega el hecho, pero lo trivializa hasta volverlo meme. El cuerpo de la mujer, otra vez, es espacio de consumo simbólico.



Fig. 4 – “Charo pro-impuestos 1”

Mujer cocinando bajo luz de vela con el texto: “Por lo menos no gobierna la derecha”, en referencia al 28 de abril de 2025. Esta imagen ironiza sobre el deterioro del Estado en contextos de izquierda. Se representa a la “Charo” como una mujer políticamente fiel pero ingenua, que defiende el progresismo incluso en la precariedad. Se refuerza la idea de que el feminismo institucional es ciego, doctrinario y desconectado de la realidad. El gesto culinario bajo penumbra activa un archivo visual de la “izquierda masoquista”: una que acepta el sacrificio como virtud moral.



Fig. 5 – “Charo pro-impuestos 2”

Caricatura de Charo diciendo “hay que pagar impuestos para que el Estado nos proteja” con escenas de catástrofe. Aquí se intensifica la crítica: se representa al Estado feminista como fallido, inútil, incapaz de garantizar seguridad. La “Charo” es convertida en portavoz de una racionalidad disfuncional, que sigue defendiendo lo público aun cuando lo público colapsa. Es una pedagogía visual del cinismo neoliberal, donde la única forma de representar a la izquierda es a través del autoengaño y la catástrofe.



Fig. 6 – “Charo sin hijos”

Meme que muestra a una mujer feminista depresiva con psicofármacos, vino y gato. Este meme actúa como sentencia visual. Encapsula el estereotipo de la mujer feminista como sola, medicada, emocionalmente rota y reproductivamente fallida. Se proyecta una lógica necropolítica afectiva: la autonomía femenina es un camino al vacío. La representación corporal—exageradamente envejecida y melancólica—funciona como advertencia: “esto es lo que te pasa si no sigues el mandato de género”.



Fig. 7 – “Charo certified”: gamificación del desprecio

Este meme no argumenta: etiqueta. Se trata de una herramienta visual de cancelación simbólica irónica, que convierte cualquier voz feminista o progresista en objeto desautorizado. Su potencia radica en su eficacia: basta con aplicar el “sello Charo” para que cualquier discurso pierda legitimidad dentro de los circuitos digitales reaccionarios.



**NO VOY A DIMITIR POR BESAR
A JENNI HERMOSO**



**QUÉ VERGÜENZA, QUÉ FALTA DE MORAL
Y DE ÉTICA**



**NO MIENTO, CAMBIO DE OPINIÓN
CADA VEZ QUE ME CONVIENE PORQUE
NO TIENE PENALIZACIÓN ELECTORAL**



**ERES EL MEJOR PRESIDENTE DE LA
DEMOCRACIA**

Fig. 8 – “Charo reaccionaria”

Este meme se basa en la narrativa de la “doble moral feminista”, sugiriendo que la crítica a la agresión depende de la afiliación política del agresor. Es una estrategia clásica de inversión cínica: convertir la denuncia en contradicción, y la defensa de derechos en hipocresía. A través de este mecanismo, el feminismo se representa como incoherente, selectivo y por tanto inválido.



**CUANDO EL VIOLADOR O
ASESINO NO ES BLANCO LAS
FEMINISTAS CALLAN COMO
PERRAS.**

**FEMINISMO=ODIO CONTRA
EL HOMBRE BLANCO**

Fig. 9 – “Antifeminismo”

Señal con símbolo feminista tachado y texto “Feminismo = odio al hombre blanco”.
No hay mucho que poder añadir ante esto. Puro odio.



Fig. 10 – "Le falta una fotocopia"

Viñeta humorística que parodia a una funcionaria de ventanilla pública. Esta imagen representa a una mujer adulta, burócrata, con estética noventera (Windows 96), sindicalizada (UGT) y poco resolutiva. Refuerza la narrativa *manosférica* sobre el Estado como un ente ineficiente, dominado por mujeres "acomodadas" que abusan de su poder mínimo. Se articula con una crítica implícita a lo público, lo feminizado y lo sindical. El humor irónico encubre un discurso profundamente clasista y sexista.



Fig. 11 – Charocracia

Imagen en blanco y negro de Carmen Calvo al estilo propaganda, con el rostro de una mujer rotulado como “CHAROCRACIA”. Imita la estética de la propaganda totalitaria, insinuando que las feministas (asociadas al PSOE o al progresismo) detentan un poder autoritario. El término “*charocracia*” fabrica una amenaza simbólica: un supuesto régimen feminista que impone censura, burocracia y decadencia. Esta estrategia victimista proyecta sobre las mujeres de izquierdas la figura del opresor.



Fig. 12 – “Charo Starter pack 1”.

Collage de objetos asociados a la estética progresista o feminista: henna, kufiya, *satisfyer*, camiseta pública, gatos, símbolo feminista, etc. Funciona como un "pack identitario" paródico: objetos que ridiculizan a la mujer militante de clase media, centrada en el autocuidado, el consumo ético o el feminismo blando. Esta imagen desacredita toda identidad política mediante su estetización y trivialización. Recurre a la lógica del meme comercial, como si el sujeto político pudiera comprarse.

CHARO

- Divorciada y sin hijos, su marido la dejó por una mujer más joven que ella
- Vota al PSOE y está enamorada de Pedro Sánchez
- Tiene cuatro gatos, va camino del quinto
- Adicta al satisfyer
- Muy feminista, tiene la casa llena de libros y merchandising, no se pierde una manifestación



- Fumadora, su marca preferida es Marlboro
- Atea, pero cree en el horóscopo
- Sus cantantes favoritos son Ana Belén y Víctor Manuel
- Se emborracha casi todas las mañanas para ahogar sus penas
- Todos los meses se tiñe el pelo de un color distinto, a cual más extravagante
- Toma analgésicos constantemente

Fig. 13 – Definición de charo por Foro Coches

Estamos ante una pieza de pedagogía del odio disfrazada de humor: esta figura aparece como emocionalmente inestable, solitaria, adicta al *satisfyer*, contradictoria (atea, pero cree en el horóscopo), bebedora, amante del PSOE y víctima de abandono masculino. El efecto es doble: ridiculiza y desautoriza al tiempo que reproduce estereotipos de género, edad y clase.



Fig. 14 – “Acción Anticharista. Escudo tipo “Antifa”

Ejemplo paradigmático de reapropiación perversa. Usa el icono antifascista y lo subvierte para crear una identidad ficticia reaccionaria que se autoproclama “anticharista”. Recurre a *Pepe the Frog*, símbolo global de la *alt-right*, generando una comunidad estética e ideológica. Fusiona estética activista con discurso misógino digital.



Fig. 15 – “Ministerio de Charos”

Parodia del logo oficial del Gobierno de España, intervenido con el texto “Ministerio de Charos”. Desacredita la institucionalidad del feminismo al equiparar los avances en políticas públicas de igualdad con una caricatura burlesca. Esta pieza irónica ridiculiza la visibilidad de mujeres en el gobierno, evocando una supuesta dominación ideológica en las instituciones. Actúa como un meme de guerrilla digital.



Fig. 16 – “Charo y el pin parental”

Formato meme tipo entrevista entre una joven y un charo. Contrapone una “progre” emocional e ignorante (que se opone por reflejo, pero no sabe por qué) con una mujer que representa la lógica sin argumentación. Este tipo de memes degrada el pensamiento crítico mediante el humor, fomentando la burla hacia quien se identifica políticamente desde el afecto y no desde la racionalidad.



Fig. 17 – “Un Charo”

Estas imágenes extienden el uso del término “Charo” a varones mayores con estética similar a las Charos, transformándolos en objeto de burla memética. La fotografía captura a una pareja de edad con aspecto alternativo, mientras que el sello “Charo Certified” convierte esa imagen en etiqueta reproducible. Ambas piezas ridiculizan la vejez activista desde una estética manosférica que mezcla desprecio generacional, odio clasista y cinismo reaccionario. Se construye así una figura fácilmente reconocible —el “Charo”— para deslegitimar cualquier presencia pública afectiva, feminista o de izquierdas mediante la risa.

Bloque 4 – Estética *incel* y *necropolítica* afectiva

Este bloque del anexo visual reúne memes, viñetas y montajes gráficos que emergen de los imaginarios *incel* y *manosféricos*. Lejos de ser piezas de humor aislado, estas imágenes condensan una estética de la frustración, marcada por el cinismo, el grotesco digital y la repetición de esquemas visuales que convierten el malestar masculino en cruzada ideológica.

Desde lo afectivo, estas piezas operan sobre la base de un goce compartido del desprecio: se construyen para reír, pero también para cohesionar comunidad en torno al resentimiento. El cuerpo femenino, queer o racializado no aparece como interlocutor, sino como objeto de humillación o amenaza.

Políticamente, estos materiales enseñan a odiar: a través de narrativas de doble moral, exaltación del rechazo o denuncias falsas, promueven una visión reaccionaria de la masculinidad dolida como sujeto justiciero. Este archivo visual no solo reproduce estereotipos: activa una *necropolítica* simbólica, donde ciertos cuerpos no son dignos de respeto, deseo ni palabra, sino solo de burla.



Fig. 1– Viñeta de cuatro paneles con dos situaciones de agresión sexual.

Arriba, una mujer denuncia un beso sin consentimiento de su novio; abajo, otra grita "me están violando 3 moros". Las respuestas contrastan: castigo severo en el primer caso y relativización en el segundo. Este meme instrumentaliza el racismo y el antifeminismo a la vez. Apela a la idea del "feminismo hipócrita" que sería severo con hombres blancos y permisivo con agresores racializados. La imagen usa la estética del *rage* comic para caricaturizar la voz feminista como histérica, ciega o incoherente. El montaje desactiva la noción de consentimiento e introduce una lógica islamófoba y xenófoba.



Fig. 2 – Juicio incel

Dos secuencias paralelas de juicio estético. Arriba: mujeres juzgan a hombres por su altura; abajo: hombres juzgan a mujeres por su peso, provocando indignación femenina. Este meme sigue una lógica de falsa equivalencia. Busca mostrar una supuesta “doble moral feminista” que se burla de atributos masculinos, pero no tolera ser juzgada por los propios. Visualmente, reproduce el estilo de los *NPC wojaks*, personajes estereotipados sin profundidad. La mujer ilustrada con trenzas rosas —presente en muchas piezas *manosféricas*— encarna el arquetipo de feminista hipócrita o narcisista. El objetivo es deslegitimar toda crítica feminista al sexismo.



Fig. 3—Culpa manosférica

Mujer sexualizada en la parte superior pregunta si gusta su pelo; recibe comentario de “buen culo”. Al responder indignada, se le revierte la culpa. Este tipo de meme es una constante en la cultura *manosférica*: cuestiona el derecho de las mujeres a la autopresentación estética sin ser sexualizadas. El meme usa lenguaje visual de la “doble vara”, culpabilizando a las mujeres por exponerse. Se aplica una lógica coercitiva: si muestras tu cuerpo, no tienes derecho a exigir respeto. Se refuerza así la narrativa *incel* de “si te vistes así, te expones”.



Fig. 4 – Defensa propia

Un ladrón racializado, abatido con una motosierra, es defendido por un personaje llorón que reprocha la violencia del defensor blanco. Este montaje justifica la violencia letal bajo el discurso de defensa propia y ridiculiza cualquier respuesta humanitaria o crítica. Usa códigos de la *alt-right* (uso de armas, justicia personal, radicalización del delincuente) y caricaturiza a la izquierda como llorona o ilógica. Aunque no menciona a las mujeres directamente, se enmarca en la misma lógica de “sentido común reaccionario” que estructura la *manosfera*.



Fig. 5– Doble moral feminista

Una mujer afirma que le gustan los hombres altos y musculosos. Un hombre responde con “ok” en actitud resignada. Más abajo, la misma mujer estalla cuando él expresa su preferencia por chicas que se ejercitan. Reproduce el patrón de “doble moral” que justifica el resentimiento masculino. La respuesta “ok” del hombre resignado remite a la estética del *doomer* o *blackpilled*, una figura central del *incelismo*. La mujer es representada como caprichosa, intolerante y contradictoria. Este tipo de meme alienta la frustración masculina como respuesta política.



Fig. 6– Calvo inseguro

Mujer se burla de un hombre calvo por llevar peluquín; en la segunda viñeta, él muestra una imagen suya maquillada. Ella responde ofendida, diciendo que lo hace por inseguridad. Este meme apela a la contradicción como forma de ataque: acusa al feminismo de usar “doble rasero” sobre la estética y la inseguridad. Estéticamente está construido desde una mirada sarcástica: los dos personajes están exageradamente expresivos. La mujer pasa de la burla al llanto. La narrativa *incel* aparece aquí en su forma más depurada: todo rechazo masculino se justifica por supuesta hipocresía femenina.



Fig. 7– ¡De que te ríes Incel?

Una mujer se queja de la sexualización que sufre; luego pregunta si le queda bien el tinte del pelo. El hombre responde con un simple “xd”. Esta imagen trivializa los reclamos feministas. Ridiculiza la queja sobre la sexualización al confrontarla con un acto banal y supuestamente contradictorio. El personaje masculino ríe (emoticono “xd”) como gesto de desprecio. Aparece aquí una estrategia típica *manosférica*: transformar el discurso feminista en contradicción interna, y convertir la crítica en una burla automática.



Fig. 8– Denuncias falsas

Una mujer feminista defiende el movimiento; un hombre responde que el feminismo moderno no ha logrado nada y permite denuncias falsas. Esta pieza ataca al feminismo como institución. La crítica no se dirige solo al sujeto “Charo” o al estereotipo feminista, sino al movimiento entero. Aparece la narrativa *manosférica* sobre la “impunidad femenina”, especialmente en denuncias falsas. La caricatura del rostro femenino chillando refuerza la idea de histeria. El meme impugna el feminismo desde la lógica de “feminismo institucional = privilegio injustificado”.



Fig. 9 – Gordofobia incel

Esta imagen condensa el núcleo de la ideología *incel*: el derecho a ser deseado. El meme acusa a las mujeres de exigir aceptación sin reciprocidad. Visualmente, recurre al grotesco (figura deformada, pecho desproporcionado, camiseta “mommy e-thot”) para causar repulsión. El mensaje finaliza con rechazo y contradicción. Funciona como refuerzo emocional de la lógica resentida: “yo soy rechazado, pero ellas exigen todo”.



Fig. 10– Desamor incel

Este es otro meme basado en la “disonancia hipócrita”: las mujeres critican la cosificación, pero también cosifican. Estéticamente, el contraste entre la figura masculina (neutral, serena) y la reacción femenina (agresiva, burlesca) enfatiza la injusticia simbólica. Este tipo de contenido forma parte del repertorio *incel* sobre la “hipergamia femenina” y la “crueldad selectiva”.

Bloque 5 – *Jovelandia*: pelo brócoli, amegos y el archivo gráfico del racismo pop

El conjunto de imágenes agrupadas bajo la etiqueta “*Jovelandia*” constituye un archivo visual que expone la persistencia de representaciones racistas en clave irónica y digital. Estas imágenes no solo refuerzan estigmas de clase y origen étnico —asociando migración, radicalización y pobreza con peligro, estética desagradable o caos urbano—, sino que también articulan un discurso pedagógico visual desde el humor cínico.

Lo que en otro momento se habría considerado abiertamente discriminatorio, hoy circula como “broma”, “estilo”, “crítica estética”. La categoría *Jovelandia* —como etiqueta despectiva de barrios racializados y clases populares— cumple una doble función: produce una otredad ridícula y cohesiona afectivamente a quienes se ríen. En este bloque se recogen memes, montajes, *stickers* y capturas de redes que dan cuenta de esta estética del desprecio.

Este bloque visual no recoge una estética espontánea, sino una ingeniería del racismo cotidiano, sostenida por afectos como el asco, el cinismo y la burla cruel. Las imágenes aquí presentadas no representan un caso aislado, sino una forma eficaz de comunicación política reaccionaria.



Fig. 1. – Navajin, la mascota del Mundial de futbol de Marruecos 2030

Caricatura de una navaja antropomorfizada, con bandera de Marruecos, ropa deportiva, balón de fútbol y la frase “Segarro, amego”, parodiando acento magrebí. Este meme codifica una representación racista infantilizada: la figura del joven inmigrante es convertida como arma (navaja) y ridiculizada desde su idioma, vestimenta y nacionalidad. No es un sujeto político, sino una amenaza cómica. Desde el marco de la *necropolítica* simbólica (Mbembe), lo racializado se convierte en caricatura, no en interlocutor. es un ejemplo de humor disciplinante que “enseña a odiar riendo”.



Fig. 2 – “Pedro Sánchez racializado (PISOE)”

Fotomontaje de Pedro Sánchez con piel oscura y peinado afro, con sudadera roja que dice “*PISOE*” y texto “*Amego ame Segarro*”. La racialización del presidente por medios digitales no solo busca burla, sino generar un cortocircuito afectivo: transforma al líder blanco en símbolo del “otro”. Es una representación de la traición cultural: Sánchez ya no es un político, sino un “*amego*” infiltrado. Se activa así una estética del rechazo al mestizaje, propia del *Fascismo Pop*, donde se estetiza el “peligro” como mezcla intolerable.



Fig. 3 – “Pedro Sánchez con pelo de inmigrante”

Aquí no se trata de representar a Sánchez, sino de asociarlo simbólicamente al caos multicultural. El pelo actúa como marcador biopolítico: es suficiente con modificar un rasgo corporal para desplazarlo fuera de “lo nacional”. Esta es una forma de racismo sin razas, que se expresa a través de códigos estéticos más que de discursos explícitos



Fig. 4 – “LEGO AMEGO”

Caja de juguete tipo LEGO donde dos figuras negras armadas agreden a una mujer con sudadera de Sumar. El meme transforma un objeto infantil en una escena de amenaza racializada. La violencia no está en la representación directa, sino en la ironía: el set se llama AMEGO y sugiere que esto es lo que “regala” la izquierda. Desde la estética del humor, se instala una pedagogía del asco: no se critica la política de inmigración, se presenta como broma visual de alto impacto emocional.



Fig. 5 – “Mapa europeo del miedo”

Mapa de Europa con términos locales para nombrar a jóvenes racializados: Este mapa no representa datos reales, sino estigmas compartidos. Se construye una Europa ficticia donde cada país tiene su “amenaza joven” racializada. Lo que se produce es una cartografía afectiva del rechazo, donde cada palabra es un acto de exclusión simbólica. Es una forma de *pedagogía memética del odio común* que transforma el léxico local en arma cultural.



Fig. 6 – “Carcasa de jamón: protección antirobo”

Esta imagen utiliza el jamón —prohibido por el islam— como frontera cultural simbólica. La carcasa no es protección tecnológica, sino islámica: evita el robo porque “un musulmán no la tocaría”. Es una pieza de islamofobia gráfica que recurre al humor escatológico para transmitir una lógica de exclusión. El dispositivo no protege el teléfono: marca el cuerpo deseable y el cuerpo excluido.



Fig. 7 – “Te vamos a matar / deportar”

Montaje con estética memética donde aparece un militante neonazi y *Pepe the Frog* con casco español tocando el hombro de un hombre. El texto superior dice: “TE VAMOS A MATAR”, con la palabra tachada y reemplazada por “DEPORTAR”. Este meme ilustra una amenaza fascista suavizada con humor cínico. El tachado de “matar” no elimina la violencia, sino que la insinúa. Se construye así una estética del odio irónico, donde el gesto paternalista (la mano en el hombro) esconde una pedagogía del exterminio simbólico. El meme combina *necropolítica* afectiva (Mbembe) con símbolos del *Fascismo Pop*: uso de estética nazi, lenguaje *memético*, y humor como camuflaje del desprecio.



Fig. 8 – “HOMBRELANDIA”

Mapa físico de África con el texto “*HOMBRELANDIA*” superpuesto en el centro. Este meme convierte África en una geografía simbólica del miedo racial y sexual. “*Hombrelandia*” sugiere que todo el continente es origen de hombres violentos, peligrosos y sexualizados. Desde el *Fascismo Pop*, se trata de una operación de reducción racista: el continente entero se convierte en amenaza memética. Es un ejemplo de cartografía del desprecio, donde la estética irónica borra la historia, la humanidad y la complejidad cultural.



Fig. 9 – “JOVELANDIA”

Este meme infantiliza y caricaturiza el continente africano, rebautizándolo como “*Jovelandia*”: término irónico usado para señalar una supuesta invasión de jóvenes negros y magrebíes a Europa. Es un caso de racismo lúdico, donde el globo escolar se convierte en artefacto de guerra cultural. Desde el *Fascismo Pop*, el chiste no explica, naturaliza el prejuicio. Se trata de una herramienta de pedagogía reaccionaria que enseña a temer y reírse de lo africano como origen del caos.



Fig. 10 – “JOVENLANDIA”

Esta imagen refuerza el uso del término “*Jovelandia*” como categoría geopolítica ficticia y racista. Al resaltar solo el Magreb, se presenta esta región como fuente única de amenaza juvenil migrante. El meme transforma un territorio real en un espacio simbólico del caos, mediante una estética neutral y “limpia”, que aumenta su credibilidad. Un ejemplo de cartografía del desprecio, donde el humor elimina toda complejidad cultural y refuerza el miedo a la alteridad racializada.



Fig. 11 – “Once inicial racializado”

Este meme combina racismo visual con deporte, insinuando que la multiculturalidad ha desvirtuado la identidad nacional. Usa el humor futbolístico para naturalizar el desprecio racial. El único europeo aparece rodeado de personajes grotescos, como si el “blanco” estuviera en minoría en su propio equipo. Una forma clara de *blanqueamiento del discurso racista* mediante comedia gráfica.

El hispanchista promedio:



Fig. 12 – “Hispanchismo y panchofobia”

Aquí se caricaturiza el antifascismo y la memoria histórica como traición. La imagen introduce el concepto “pancho” como insulto racial, denunciando el mestizaje como amenaza. Es una crítica a la izquierda desde la extrema derecha que deforma el antirracismo como debilidad moral. Se activa una lógica de cinismo y miedo disfrazado de lucidez.



Fig. 13 – “Ley nula”

Este meme propone que las leyes son irrelevantes ante el “sentido común” racista. Se deslegitima la legislación de extranjería desde el sarcasmo, justificando la expulsión inmediata. Es un ejemplo de memética fascista basada en inversión cínica del derecho, que conecta con tu análisis de la subjetividad algorítmica reaccionaria.



Fig. 14 – “Kit del amego”

Collage con objetos asociados a estereotipos de jóvenes magrebíes: machete, bandera de Marruecos, chándal PSG, marihuana, pelo rapado. La imagen construye una identidad visual del “inmigrante delincuente”. Se produce una iconografía cerrada, reconocible y estigmatizante que convierte la estética juvenil en síntoma de peligro social. Este “pack visual” funciona como arma de simplificación xenófoba y conecta con la estética *necropolítica*



Fig. 15 – “Mucho manito, tenemos la solución”

Viñeta estilo caricatura con un latinoamericano invitado a volver a su país si le incomoda España. Reproduce la lógica colonial de expulsión, ahora edulcorada por gráficos infantiles. El recurso visual “amable” contrasta con el fondo brutal: desaparición simbólica del sujeto migrante. Una forma clara de *racismo pop* en clave neoliberal: sin gritos, solo marketing visual de la exclusión.



Fig. 16 – “Barrer a los otros de Europa”

Aquí no hay humor, solo representación directa de la limpieza étnica. La escoba actúa como símbolo civilizatorio y la acción como deseo colectivo. Este meme no es ironía: es *necropolítica* directa, representada con lenguaje estético de la posguerra. Un ejemplo puro de afecto autoritario.

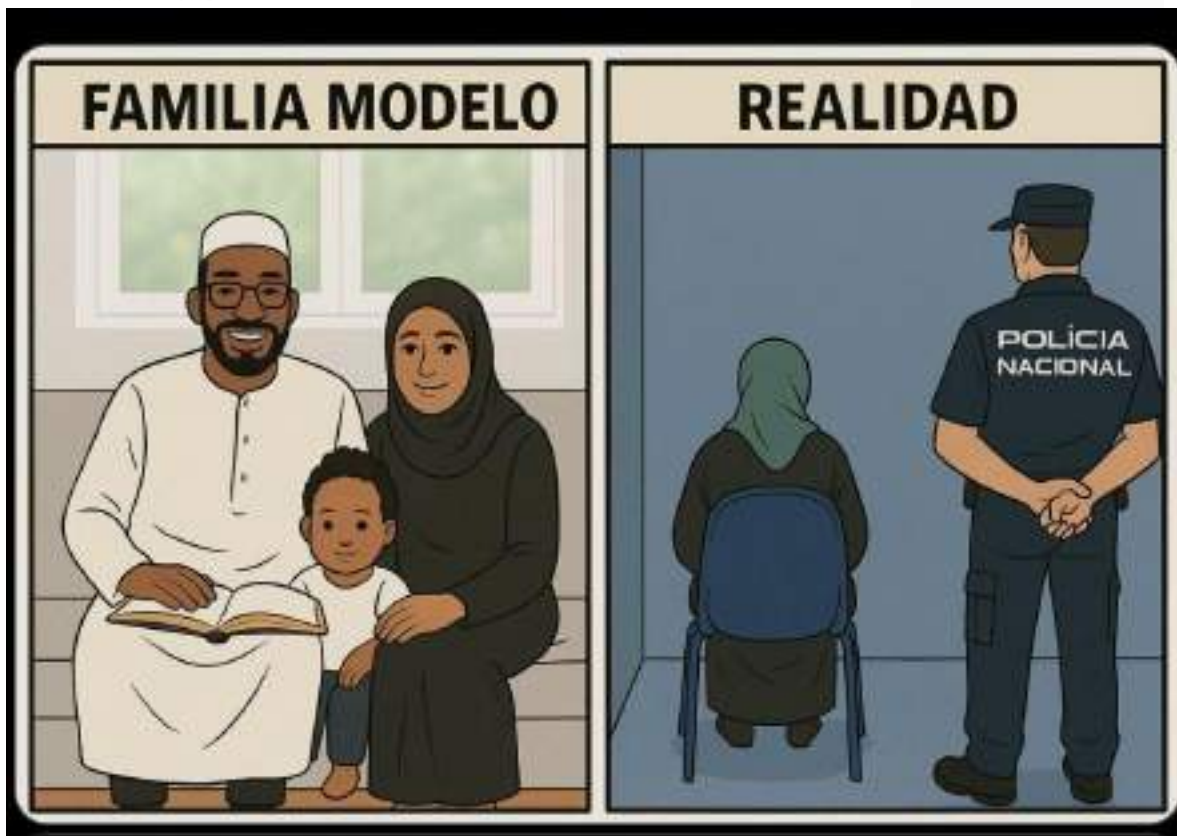


Fig. 17 – “Familia modelo / realidad”

El meme desmiente el relato institucional de integración. Sugiere que los musulmanes mienten, fingen ser ideales, pero en realidad delinquen. Usa la forma de cartel didáctico para producir pedagogía del prejuicio, encajando como ejemplo de las *estéticas de la cancelación institucional*.

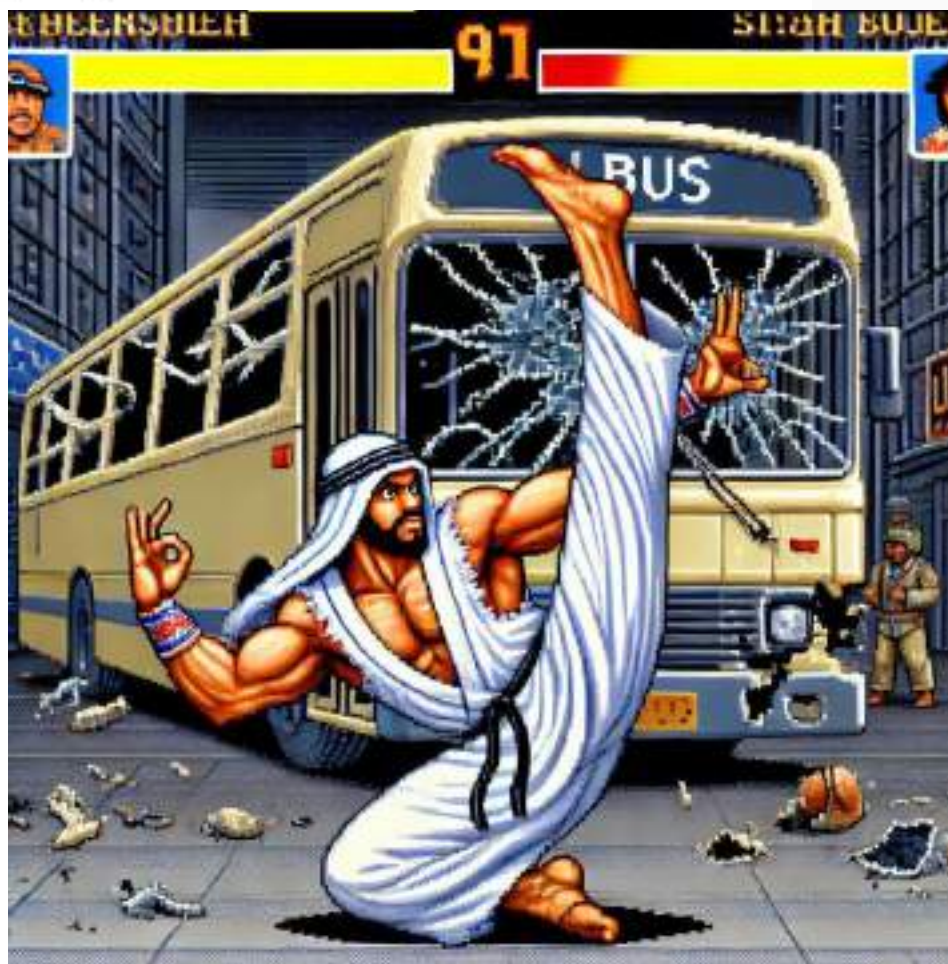


Fig. 18 – “Street Fighter árabe”

Fotomontaje de un personaje árabe hipermasculinizado en estética de videojuego, frente a un autobús destruido. Aquí el sujeto racializado es exotizado, estetizado como amenaza viril. El meme produce un avatar estético del islamismo como barbarie, y lo hace desde la nostalgia *gamer*. Es orientalismo *memético*, donde lo árabe es siempre fuerza destructiva y espectacular.



Fig. 19 – “El genio y la vela”: humor xenófobo con retórica melancólica

Esta imagen, diseñada como una pintura religiosa, muestra a un hombre envuelto en la bandera venezolana con una vela encendida. El texto ironiza sobre la precariedad energética en España como forma de “sentirse en casa”, insinuando que la migración reproduce la miseria. Es racismo estético en clave sentimental.



Fig. 20 – “Patada a embarazada”

Esta imagen extrema la violencia simbólica: misoginia, racismo y fobia reproductiva condensados en una acción brutal con trazo infantil. Deshumaniza a la mujer y estetiza el acto como “castigo”. El cuerpo racializado femenino es reducido a recipiente reproductivo. Es *necropolítica* gráfica explícita.



**DINERO
PARA
ESPAÑOLES
DE LA PALMA
Y VALENCIA**

**DINERO
PARA
MARRUECOS**

Fig. 21 – “Dinero para Marruecos”

Montaje estilo “Los Simpson” con Pedro Sánchez serio ante ciudadanos españoles y sonriente al entregar dinero a Marruecos. Esta imagen acusa al gobierno de “traicionar” al pueblo español por beneficiar a migrantes.

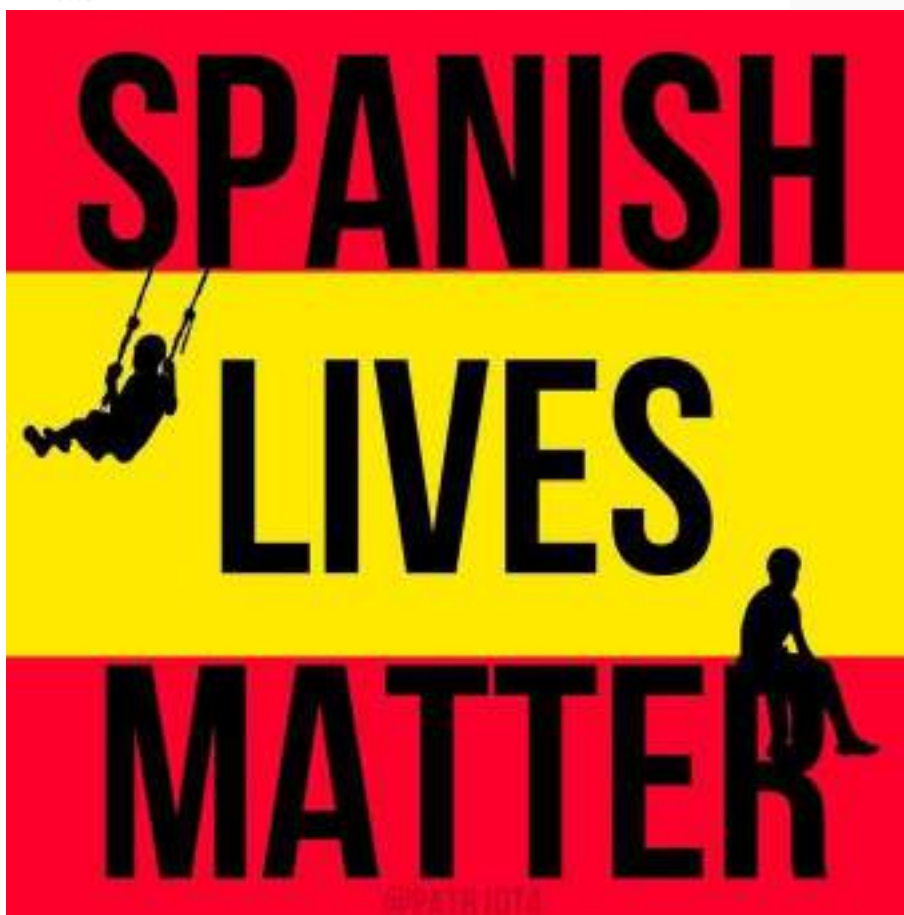


Fig. 22 – “Spanish Lives Matter”

Versión de “*Black Lives Matter*” sobre la bandera de España. Ejemplo de apropiación inversa y blanqueamiento discursivo. El meme intenta resemantizar un lema antirracista para justificar el supremacismo nacional. Opera como marcador de identidad excluyente, remarcando que solo unas vidas merecen importar.



Fig. 23 – “Adivina la nacionalidad”

Viñeta irónica sobre un crimen en el que se intuye la nacionalidad del agresor. Construye una narrativa implícita de culpabilidad étnica, con estética low-cost de meme compartible. Se activa la sospecha racial como saber común. Refuerza los afectos reaccionarios mediante el recurso del silencio burlón: todos sabemos quién es.



Fig. 24 – “Las vidas blancas importan” (símbolos fascistas)

Imagen con estética nazi sobre bandera de España con símbolo celta. Abiertamente neonazi, este meme visualiza el supremacismo blanco como causa nacional. La referencia gráfica a estéticas totalitarias legitima la defensa racial como acto heroico. Se conecta con el *White Lives Matter* global, ahora adaptado al contexto ibérico.



Fig. 25 – “Defender tu identidad” (versión retro)

Cartel vintage con familia blanca, logo “*White Lives Matter Spain*” y lema: “Defender tu identidad no es delito”. Estetiza la nostalgia racial como protección cultural. Esta imagen funciona como propaganda *soft* de la pureza blanca, usando imágenes felices para justificar exclusión. El mensaje es claro: los otros amenazan esta postal.



Fig. 26 – “El moro que denuncia”

Viñeta donde un personaje musulmán entrega una nota a un policía con errores ortográficos: “*sinior polisia... fue rasista...*”. Ridiculiza la denuncia por racismo y acusa de manipulación a los migrantes. Es un meme de *cinismo judicial*, donde el sistema legal se representa como rehén del chantaje multicultural. Produce sospecha institucionalizada.



Fig. 27 – “Expulsa al invasor”

Pintura clásica de la Reconquista intervenida digitalmente con la frase “EXPULSA AL INVASOR”. Este meme usa el arte clásico como vehículo del discurso reaccionario. Reactualiza la gesta bélica contra el islam para justificar xenofobia. Es neomedievalismo digital como herramienta del fascismo visual.



Fig. 28 – “Pepe brócoli”

Pepe the Frog con brócoli en la cabeza y el texto: “*ti lo joro irmano*”. Representación irónica del estereotipo magrebí desde el humor fonético. Funciona como reducto de burla racial en clave de meme blando, pero opera igual como instrumento de desprecio normalizado.



Fig. 29 – “White girl: defender tu identidad”

Ilustración de una mujer blanca con el lema “Defender tu identidad no es delito”. Actualización estética y juvenil del mismo mensaje supremacista. Usa lo *kawaii*, lo limpio, lo suave, para enmascarar el proyecto excluyente. La extrema derecha estetiza su causa con imágenes inocuas para ampliar su alcance.

Bloque 6 – Ataques al colectivo LGTBIQ+

Este bloque del anexo visual reúne una selección representativa de imágenes digitales que operan como dispositivos ideológicos de la *cuirfobia*, la transfobia y el odio visual hacia los cuerpos que desbordan la norma cishetero-masculina. A través del humor irónico, el esencialismo biológico, el pánico moral o el sentimentalismo religioso, estos contenidos circulan ampliamente en redes sociales, generando pedagogías del desprecio hacia toda forma de subjetividad cuir, disidencia de género o estética no normativa.

Tal como expusimos en el marco teórico, el Fascismo Pop no se impone solo a través de la violencia explícita, sino mediante una producción simbólica que estetiza el odio y convierte lo queer en objeto de burla, sospecha o criminalización. Estas imágenes forman parte de una guerra cultural en la que lo visual actúa como campo de batalla y archivo emocional. En ellas se despliegan narrativas que reducen la complejidad de las identidades cuir a caricaturas grotescas, cuerpos “engañosos” o amenazas contra la infancia, la nación o la familia.

Desde una perspectiva queer, feminista y decolonial, este conjunto se analiza no solo por su contenido explícito, sino por su función dentro de la maquinaria afectiva del *tecnofascismo* contemporáneo. En muchos casos, el humor se convierte en una estrategia de blanqueamiento del odio mientras que el discurso anti-género se disfraza de sentido común o defensa de la “normalidad”. Estas imágenes refuerzan jerarquías corporales y morales, deshumanizan a las personas trans, travestis o no binarias, y consolidan una estética *necropolítica* que sanciona qué vidas son reconocidas y cuáles son tratadas como errores ontológicos.

Así, el presente bloque no solo documenta las formas visuales del odio digital, sino que permite trazar una genealogía simbólica de la violencia política contemporánea contra las disidencias sexuales y de género. Frente al espejismo

de la neutralidad algorítmica, estas imágenes nos recuerdan que lo visual es también un campo de producción de subjetividades, de afectos y de exclusiones.

Este bloque reúne imágenes que articulan el rechazo, la ridiculización o la patologización de las identidades LGTBIQ+ desde una estética reaccionaria y viral. No se trata solo de insultos o negaciones explícitas: muchas de estas imágenes operan mediante la ironía, el troleo o el uso cínico de símbolos. Así, la bandera arcoíris se convierte en blanco gráfico, la diversidad es tratada como “moda ideológica” o “enfermedad cultural”, y las corporalidades disidentes son estetizadas como amenaza.

El Fascismo Pop no necesita una pancarta homófoba: le basta con un meme compartido en *Telegram*, un *sticker* en *Discord* o un montaje humorístico en X (Twitter). Esta sección del anexo muestra cómo opera esta violencia visual contra el colectivo LGTBIQ+ en la cultura digital española contemporánea.

España en la actualidad



**mi nombre es Huga,
me digiste tío, me da
ansiedad amigue,
nosotres somos
invisivilizades 🤔**

Fig. 1. – Doge cuirfóbico con lenguaje inclusivo

Meme que utiliza el formato del perro *Doge* y la estética visual de movimientos feministas y LGTB+ para ridiculizar el uso del lenguaje inclusivo y la identidad cuir. Ejemplo claro de estética del desprecio, donde el humor banaliza las violencias simbólicas y refuerza el discurso de la “ofendidita”.



Fig. 2 – El "Caballo de Troya" del género

Infografía pseudo didáctica que acusa a la diversidad sexual y de género de ser una estrategia totalitaria camuflada como tolerancia. Mezcla falacias científicas, anticomunismo y conspiracionismo neoconservador en clave gráfica, típica del discurso anti-género digital.



Fig. 3 – Ideología de género y pedofilia

Caricatura que asocia la “ideología de género” con la pedofilia, sugiriendo que el progresismo y los gobiernos abren las puertas a una amenaza oculta. Recurso emocional altamente manipulador, que utiliza el símbolo infantil como dispositivo de pánico moral.



Fig. 4 – Meme “Not stonks” con Disney y *Lightyear*

Meme que ironiza sobre el fracaso económico de productos audiovisuales con contenido LGTB+, acusando a las grandes corporaciones de “forzar” diversidad como moda. Ejemplo de *backlash* cultural donde lo queer es asociado con la ruina del entretenimiento.



Fig. 5 – Lo que los medios hacen creer / lo que sucede

Viñeta que subvierte el relato de violencia hacia el colectivo LGTB+, mostrando supuestas agresiones desde el activismo queer hacia personas “normales”. Construcción de la inversión victimaria, común en retóricas negacionistas y teorías de la “ideología de género”.



Fig. 6 – Padre protegiendo con escudo contra la bandera arcoíris

Representación visual de un padre cristiano protegiendo a su familia de la influencia LGTB+. Una imaginarios bíblicos con estética épica, reforzando el relato de “guerra cultural” entre valores tradicionales y disidencias sexuales.



Fig. 7 – Dibujo islámico protegiendo de rayo arcoíris

Imagen que vincula el islam conservador con la defensa de la “familia natural” frente al “ataque” del arcoíris queer. Usa una narrativa visual infantilizada y heroica para pintar la diversidad como amenaza moral y cultural.



Fig. 8 – Dibujo familiar: “Diseño original”

Ilustración idealizada de una familia cishetero sexual blanca, acompañada de una cita bíblica. Ejemplo de nostalgia nacionalcatólica y esencialismo sexual, donde se impone el matrimonio como único modelo legítimo de reproducción y crianza.



Fig. 9 – Caballero templario eligiendo mes sagrado frente al orgullo

Meme medievalista que muestra preferencia por el “mes del Sagrado Corazón” frente al “mes del Orgullo LGBT”. Glorificación de la tradición cristiana como resistencia simbólica al avance de los derechos queer, en clave de cultura meme reaccionaria.



Fig. 10 – Cartucho con balas: “Cure for pedophilia”

Imagen explícita que vincula pedofilia con disidencias sexuales y propone su “cura” mediante violencia armada. Discurso de odio radicalizado que combina apología de la violencia con criminalización de cuerpos no normativos.



Fig. 12 – Mano crucificada que derrama sangre en arcoíris sobre niños

Representación religiosa en clave infantil donde una mano estigmatizada (Cristo) detiene simbólicamente la “influencia corruptora” del arcoíris sobre la infancia. Imagen de alto contenido emocional que presenta a la diversidad sexual como amenaza demoníaca camuflada.



Fig. 13 – Comparación entre “hombre” y “hombrrx”

Imagen binaria que contrapone la masculinidad tradicional como fuerte y protectora frente a una masculinidad queer representada como débil, cobarde y ridícula. Recurso visual misógino y transfóbico que apela a la nostalgia de la virilidad militarizada.



Fig. 14 – Viñeta: “La nueva normalidad” en duchas

Dibujo que representa a una persona trans en un vestuario femenino, sugiriendo amenaza e incomodidad. Imagen que refuerza la idea de los espacios seguros como invadidos por cuerpos “engañosos”. Ejemplo de transfobia visual basada en el miedo sexual.



Fig. 15 – Che Guevara y reeducación homosexual

Viñeta que denuncia la hipocresía de admirar a líderes revolucionarios que persiguieron a personas LGTB+. Se utiliza para ridiculizar el progresismo queer y sugerir que el colectivo desconoce su historia. Funciona como dispositivo de resentimiento histórico.

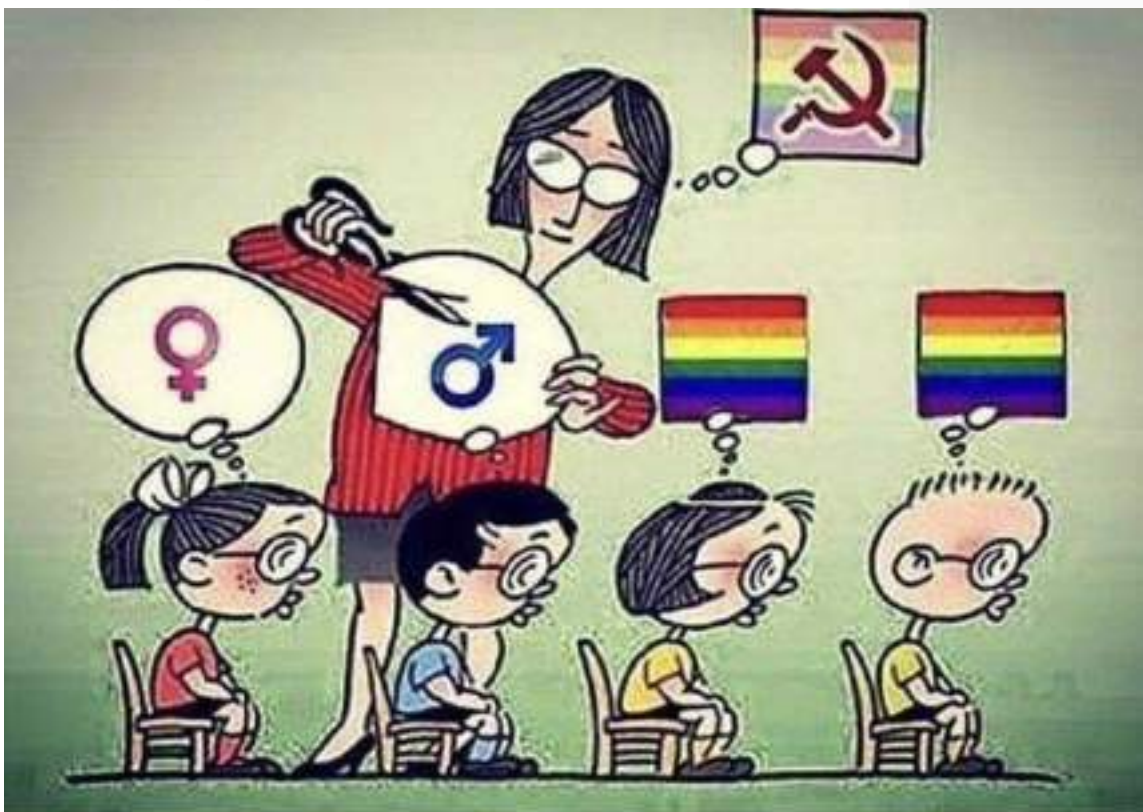


Fig. 16 – Profesora cortando género binario y enseñando arcoíris

Caricatura escolar donde una profesora con símbolos comunistas reemplaza el género binario por banderas LGTB. Crítica a la educación sexual integral como herramienta de adoctrinamiento ideológico. Parte de la narrativa conspiranoica de “reingeniería social”.



Fig. 17 – Niños atados a TV que impone arcoíris y censura adultos

Dibujo que representa a la televisión como un arma que “lava cerebros” infantiles con la agenda queer. Los adultos aparecen amordazados. Imagen típica de pánico moral que denuncia la diversidad como censura invertida, borrando voces disidentes.



Fig. 18 – Viñeta “El señor del vestido”

Cómic que ridiculiza la identidad trans mediante una situación cotidiana con tono humorístico. Presenta el cuerpo masculino como inadecuado o grotesco si se asocia a feminidad. Reproduce tropos transfóbicos bajo apariencia de humor inocente.



Fig. 20. “Autobús de HazteOír contra el PSOE”

La imagen muestra un autobús naranja de la organización ultraconservadora HazteOír, rotulado con mensajes usando los cuerpos trans como insulto. Se trata de una pieza de propaganda donde el gobierno y las leyes de igualdad son representadas como amenazas a la infancia y a la libertad parental.



Fig. 21. “Begoño tiene rabo”

La imagen muestra un fotomontaje con Pedro Sánchez acompañado de la frase “Begoño tiene rabo”, en alusión a la esposa del presidente, Begoña Gómez, tergiversando su identidad mediante un bulo transfóbico ampliamente difundido en redes. Esta pieza gráfica articula una estrategia doble: por un lado, busca ridiculizar al presidente a través de una feminización burlona de su pareja; por otro, instrumentaliza la idea de la mujer trans como herramienta de desprestigio, construyendo lo cuir como anomalía o desviación sexual. El uso del logo del PSOE le da este toque *malista* que tanto gusta al fascismo español.

Diferenciamos entre gais y "petardas subvencionadas" viviendo del chiringuito. 😏



GAY

- Es normal
- No sabes que es gay hasta que lo conoces
- No basa su personalidad en su orientación sexual
- Hace cosas en su día a día



PERSONA "LGTB"

- Lleva pulseras con banderas arcoíris (WTF)
- Intenta llamar la atención constantemente
- Te recuerda que es gay cada minuto
- Es muy pesado
- Nini

Fig. 22. "Diferenciamos entre gays y 'petardas del chiringuito'"

La imagen enfrenta dos imágenes estereotipadas: un "gay normal" y una "persona 'LGTB'", en clave irónica y claramente despectiva. Mientras el primero es representado como discreto, masculino, profesional y "normal", el segundo aparece como un sujeto afeminado, calvo, con piercings, camiseta arcoíris y gestos considerados exagerados. Se trata de una operación discursiva de normalización de la homonormatividad, que asimila ciertos cuerpos gays a los valores de clase media liberal, mientras que criminaliza y ridiculiza toda expresión visible, política o disidente de la identidad cuir.



Fig. 23. “Her-ma-ni-tes...”

La viñeta presenta a un varón de estética alternativa —barba, moño, camiseta violeta— sentado frente a un smoothie en una cafetería moderna, corrigiendo con sorna a una niña empobrecida que le pide ayuda para sus “hermanitos”, sugiriéndole usar “her-ma-ni-tes” en lenguaje inclusivo. La escena se construye desde el contraste visual y de clase entre el “progre urbanita” y los niños racializados y pobres, apelando a un humor sarcástico que presenta el activismo por el lenguaje como ridículo, frívolo y desvinculado de las verdaderas urgencias sociales.



Fig. 24. “El gobierno paga sus operaciones, no las de los niños con cáncer”

La imagen yuxtapone dos bloques visuales: arriba, niños con cáncer recibiendo tratamiento médico; abajo, tres personas trans con estética llamativa y femenina en plena calle. El texto afirma que “el gobierno no tiene dinero para salvarles la vida a ellos (niños enfermos), pero sí para pagar operaciones a ellos (personas trans)”. Este montaje articula una narrativa de odio que enfrenta dos colectivos vulnerables —niños enfermos y personas trans— para movilizar el rechazo social hacia la diversidad de género.



Fig. 25. “El resplandor transfóbico” (con Samantha Hudson)

La imagen parodia la icónica escena de *El resplandor* (Stanley Kubrick, 1980), en la que Jack Nicholson atraviesa una puerta con un hacha mientras la actriz Shelley Duvall grita aterrada. En esta versión, el montaje se modifica con dos elementos clave: primero, la penetración de la puerta por un pene erecto, y segundo, la aparición del rostro de Samantha Hudson —artista y activista queer española— en actitud exagerada, con maquillaje marcado y expresión burlona. Esta relectura busca provocar risa mediante la yuxtaposición de lo sexual y lo monstruoso, construyendo la identidad cuir como amenaza grotesca y perversa. Al colocar a Samantha Hudson en el lugar del agresor, la imagen activa un imaginario transfóbico donde los cuerpos no normativos son presentados como invasivos, hipersexualizados y peligrosos.



Fig. 26. “Ni se te ocurra tocar a la familia”

La imagen muestra una mano con la bandera arcoíris intentando apoderarse, mediante una garra negra, de una familia nuclear heteronormativa (padre, madre e hijos), representada en íconos rojos. Sobre ella, otra detiene el avance. La composición plantea una clara dicotomía: el “bien” asociado al orden y la familia, versus el “mal” encarnado por la diversidad sexual, a la que se atribuyen rasgos monstruosos. Este tipo de representación visualiza de forma sintética el núcleo del discurso antigénero: la idea de que los derechos LGTBIQ+ atentan contra la infancia, la reproducción y la moral social



Fig. 27. “Aquí acaba el cuento de la ideología de género”

La imagen utiliza la fotografía de una mujer trans acompañada de un diálogo ficticio en clave irónica: “Señor, su diagnóstico. –Soy señorita doctor. –OK señorita, su diagnóstico es cáncer de próstata”. El texto refuerza una narrativa biologicista que niega la identidad de género autopercebida, aludiendo a los órganos sexuales como verdad incontestable. Se trata de una pieza de humor transfóbico reactivo, donde la supuesta lógica médica se usa como mecanismo de burla, para deslegitimar el reconocimiento de las mujeres trans como tales.



Fig. 28. “Be tolerant” (sé tolerante)

La imagen muestra una silueta de un sacerdote con una pistola apuntándole a la cabeza, cuya forma está compuesta por la bandera arcoíris. El texto irónico “*Be tolerant*” refuerza la idea de que el movimiento LGTBQ+ impone sus ideas mediante la coacción, silenciando o “eliminando” a quienes no las comparten. Esta gráfica visualiza una inversión radical del discurso de derechos humanos: presenta al colectivo queer como fuerza violenta, totalitaria e ideológicamente opresiva. Es un ejemplo de lo que Sara Ahmed (2010) ha descrito como el “victimario invertido”, donde quienes luchan contra la exclusión son representados como opresores.