



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

# El islam político y la comunicación tecno-retórica y argumentativa

La participación política en el  
espacio público en Marruecos

**Mohamed el Mouden**

*Dykinson, S.L.*

EL ISLAM POLÍTICO Y LA COMUNICACIÓN  
TECNO-RETÓRICA Y ARGUMENTATIVA.  
LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA  
EN EL ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

---

EL ISLAM POLÍTICO Y LA COMUNICACIÓN  
TECNO-RETÓRICA Y ARGUMENTATIVA

LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA  
EN EL ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS

---

DR. MOHAMED EL MOUDEN EL MOUDEN

*Dykinson, S.L.*

2021



Esta obra se distribuye bajo licencia

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)

La Editorial Dykinson autoriza a incluir esta obra en repositorios institucionales de acceso abierto para facilitar su difusión. Al tratarse de una obra colectiva, cada autor únicamente podrá incluir el o los capítulos de su autoría.

## EL ISLAM POLÍTICO Y LA COMUNICACIÓN TECNO-RETÓRICA Y ARGUMENTATIVA LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA EN EL ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2021

1ª edición, 2021

ISBN: 978-84-1377-626-2.

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 OBJETIVOS .....	9
1.2 HIPÓTESIS .....	12
1.3 METODOLOGÍA .....	14
2. EL ISLAM POLÍTICO Y LA COMUNICACIÓN .....	19
RELIGIÓN Y COMUNICACIÓN:	
CONVERGENCIAS CONCEPTUALES Y ESTRATÉGICAS .....	19
2.1. EL ISLAM POLÍTICO, LA COMUNICACIÓN Y EL GRADO CERO .....	21
3. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN POLÍTICA .....	24
3.1 EL ESPACIO PÚBLICO: CONCEPTO Y NUEVOS ENFOQUES.....	24
3.2. LA DIMENSIÓN POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN.....	25
3.3. LA POLÍTICA COMUNICADA EN TIEMPOS DIGITALES .....	29
3.3.1. <i>La nueva comunicación</i> .....	29
3.3.2. <i>La nueva comunicación política o la comunicación tecnopolítica</i> .....	30
3.3.3. <i>Del clic al control: tecnologías digitales y poder político</i> .....	32
<i>Redes sociales y nueva política</i> .....	33
3.3.3. <i>las redes sociales y la dominación política</i> .....	35
3.3.3.4. <i>Redes sociales y el nuevo concepto de poder</i> .....	38
3.4. LAS REDES SOCIALES Y LA RECONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO .....	48
3.4.1. <i>La estructura del espacio público</i> .....	50
3.4.2. <i>La dimensión representacional del espacio público virtual</i> .....	53
3.4.3. <i>La dimensión interactiva del espacio público virtual</i> .....	57
4. RELIGIÓN Y ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS.....	60
RELIGIÓN MODERNIDAD Y ESPACIO PÚBLICO .....	61
4.1 RELIGIÓN Y SU CONTRIBUCIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO .....	63
4.2 LA RELIGIÓN EN ESCENARIOS INTERNACIONALES .....	65
4.3. LA RELIGIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS .....	66
4.4. LA RELIGIÓN ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN MARRUECOS .....	68
4.5. PODER, POLÍTICA Y RELIGIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS ....	70
4.5.1. <i>La Constitución marroquí</i> .....	71
4.5.2. <i>La Monarquía y Emartu-Al-Mou'minin</i> .....	72
4.5.3. <i>Islam político</i> .....	74
4.5.4. <i>Medios de comunicación</i> .....	76

5. MARRUECOS Y EL ISLAM POLÍTICO: CONTEXTO, PRÁCTICA Y DISCURSO .....	79
5.1. EL ISLAM DEL ESTADO MARROQUÍ .....	80
5.2. EL ISLAM PREDICATIVO .....	83
5.3. EL ISLAMISMO Y EL ISLAM POLÍTICO .....	85
<i>El islam político-social</i> .....	87
6. JUSTICIA Y DESARROLLO (PJD) Y LA VISIBILIDAD POLÍTICA EN FACEBOOK .....	88
6.1. LAS REDES SOCIALES Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN ESPACIO PÚBLICO POLÍTICO EN MARRUECOS.....	90
6.2. PARTIDO JUSTICIA Y DESARROLLO Y LA VISIBILIDAD TECNOLÓGICA .....	91
6.3. ESTRATEGIA Y ACCIÓN TECNOLÓGICA DEL PARTIDO JUSTICIA Y DESARROLLO EN FACEBOOK .....	94
6.4. EL PARTIDO JUSTICIA Y DESARROLLO Y LA CUESTIÓN DE GÉNERO EN SU VISIBILIDAD POLÍTICA EN LAS REDES SOCIALES .....	99
6.4.1 <i>Análisis de datos</i> .....	101
6.4.2 <i>Metodología y Muestra de Análisis</i> .....	102
6.4.3 <i>El discurso tecno político y la retórica de la visibilidad</i> .....	104
6.4.4 <i>Perelman y las leyes argumentativas para el análisis del discurso</i> .....	105
6.4.5 <i>La Retórica Problematológica en Meyer: Estrategias Discursivas y Argumentativas</i> .....	106
6.4.6 <i>Persuasión, Explicación y Visibilidad: Estrategias argumentativas para la Construcción de la Legitimidad Política</i> .....	108
6.4.7 <i>Del ethos partidista y la motivación argumentativa a la legitimidad democrática</i> .....	110
7. CONCLUSIÓN .....	112
8. CONCLUSIONES FINALES.....	113
9. BIBLIOGRAFÍA .....	117

## 1. INTRODUCCIÓN

En el escenario político contemporáneo de Marruecos, el islam político ha adquirido una expresión institucional significativa a través del Partido de la Justicia y el Desarrollo (PJD), una formación política que ha sabido posicionarse como actor central del panorama político nacional durante las últimas dos décadas. A diferencia de otras corrientes islamistas en el mundo árabe, el PJD ha optado por una vía pacífica, institucional y legalista para acceder al poder, participando activamente en el juego democrático, formando gobiernos y estableciendo una presencia sólida en el discurso público marroquí.

A partir de esta posición, este libro adopta un enfoque tecnorretórico y tecnoargumentativo para analizar el discurso tecnopolítico del PJD, centrandó su atención en la manera en que este partido ha articulado un lenguaje político eficaz y adaptado al ecosistema mediático contemporáneo. Se trata de comprender cómo, a través de sus estrategias comunicativas en entornos digitales, el PJD ha influido en la opinión pública, disputado legitimidad y afirmado su presencia en el espacio político nacional.

La historia reciente del PJD no puede comprenderse sin tener en cuenta su uso estratégico de la comunicación. Desde sus primeras campañas electorales hasta su liderazgo en el gobierno entre 2011 y 2021, el partido ha demostrado una notable capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, utilizando con eficacia las herramientas digitales para construir legitimidad, movilizar bases sociales, responder a las críticas y posicionarse como un interlocutor político moderno, conectado con las demandas ciudadanas.

En este contexto, este libro se propone analizar en profundidad la dimensión comunicativa del islam político institucional en Marruecos, centrándose exclusivamente en el caso del PJD. No se trata solo de estudiar su discurso político en términos ideológicos o religiosos, sino de comprender cómo este partido ha desarrollado un discurso tecnopolítico: una narrativa y unas prácticas orientadas estratégicamente al uso de la tecnología como medio de influencia y persuasión.

Asimismo, se abordarán las dimensiones tecno-retórica y tecno-argumentativa de su comunicación, es decir, la forma en que el partido construye sus mensajes a través de recursos discursivos adaptados al entorno digital, buscando no solo informar, sino también emocionar, convencer y fidelizar a distintos públicos. Esta retórica digital no se limita a los contenidos, sino que abarca también los formatos, las plataformas, los códigos visuales y los estilos de interacción que configuran la presencia del PJD en el espacio público.

El estudio parte de la premisa de que la comunicación política digital del islam político en Marruecos no es un fenómeno accesorio ni superficial, sino que constituye un eje central en su estrategia de legitimación. En un contexto caracterizado por la limitada apertura del sistema político, la hegemonía simbólica de la monarquía y las restricciones impuestas a la oposición, el PJD ha encontrado en las redes sociales y los medios digitales un espacio crucial para disputar significados, acercarse a la ciudadanía, reforzar su identidad y mantener su influencia, incluso tras su salida del gobierno.

Este enfoque comunicativo permite comprender cómo el PJD ha logrado mantenerse relevante en el escenario político, enfrentando múltiples desafíos: desde la presión institucional y mediática, hasta la decepción de parte de su electorado por los límites de su gestión gubernamental. La capacidad de reinventarse discursivamente, de reconfigurar su imagen y de articular narrativas de victimización, resiliencia o renovación ha sido parte fundamental de su supervivencia política.

A lo largo del libro se analizarán distintos momentos clave en la trayectoria del PJD: su ascenso político en el contexto de la Primavera Árabe; su presencia en el gobierno y los desafíos de gobernabilidad; su relación ambivalente con el poder y con otras fuerzas islamistas y laicas; y finalmente, su caída electoral en 2021. En cada uno de estos momentos se examinará cómo ha evolucionado su discurso digital, qué estrategias tecnopolíticas ha utilizado y cómo ha gestionado su comunicación política en función de los cambios del entorno.

El caso del PJD es especialmente interesante porque permite observar la evolución de un actor islamista desde la oposición hasta el gobierno y de regreso a la oposición, y cómo en ese tránsito ha mantenido una apuesta sostenida por la comunicación digital como herramienta de legitimación, movilización y presencia simbólica.

Así, esta investigación busca contribuir al estudio de la relación entre islam político y tecnología de la comunicación en Marruecos, mostrando cómo un actor institucional como el PJD ha construido un modelo discursivo propio, en el que lo religioso, lo político y lo digital se entrelazan para producir un discurso moderno, adaptado y eficaz. Este análisis se enmarca en una perspectiva multidisciplinar, que combina herramientas del análisis del discurso, la teoría de la comunicación política, los estudios sobre tecnopolítica y el análisis contextual del sistema político marroquí.

En definitiva, el presente libro se propone ofrecer una lectura crítica y matizada del islam político en Marruecos, desde una óptica centrada en el lenguaje, la tecnología y la construcción simbólica del poder, con el objetivo de entender cómo el PJD ha configurado su identidad y su acción política a través del discurso tecnopolítico en el espacio público marroquí.

## 1.1 OBJETIVOS

Este estudio busca analizar la relación entre el islam político en Marruecos y las tecnologías de comunicación modernas, considerándolas como una de las herramientas fundamentales que han contribuido a la configuración de la presencia de los movimientos islamistas en el panorama político y a la consolidación de su participación en el espacio público marroquí. Desde su surgimiento como actor político y civil, el islam político ha procurado utilizar los mecanismos de comunicación no solo como un medio para expresar sus visiones ideológicas y políticas, sino también como una herramienta estratégica para enfrentar los desafíos impuestos por el poder oficial e interactuar con la opinión pú-

blica. De hecho, su objetivo fundamental ha sido superar las restricciones impuestas a su participación política y lograr la capacidad de construir su legitimidad en el espacio público.

El islam político en Marruecos ha enfrentado históricamente una crisis de legitimidad política, en gran parte debido a la naturaleza del poder político en el país, representado por la monarquía, que posee una fuerte legitimidad tanto política como religiosa. Esta circunstancia ha dificultado la integración natural de los movimientos islamistas en el espacio público. En su esfuerzo por construir su propia legitimidad política, el islam político ha encontrado serias dificultades dentro del ámbito mediático tradicional marroquí (televisión, radio y prensa), que está completamente controlado por el poder oficial y regula estrictamente el acceso al espacio público.

A lo largo de los períodos de conflicto político entre el Estado marroquí y el islam político, este último, al ser un oponente en la lucha por la legitimidad y la visibilidad política, así como en su aspiración al poder, ha recurrido a medios de comunicación alternativos, como las cintas de audio y los vídeos, con el fin de construir su discurso político y reforzar su legitimidad. Asimismo, estos medios han servido para restaurar los aspectos de su legitimidad que se han visto afectados por la represión oficial o por la competencia política de otras fuerzas apoyadas por el régimen.

Con la aparición de Internet y de las nuevas tecnologías de la comunicación, la estrategia comunicativa del islam político ha experimentado una transformación significativa (Wheeler, 2002). Ahora se basa en herramientas comunicativas que le proporcionan nuevas posibilidades, gracias a nuevas formas interacción y a medios más eficaces para influir, permitiéndole así construir su legitimidad política fuera de las restricciones tradicionales. Estas tecnologías han contribuido a liberar el espacio público del dominio de las autoridades oficiales, y también han permitido a las fuerzas del islam político fortalecer su presencia en la esfera pública y dotarse de herramientas comunicativas independientes

para consolidar su visibilidad. De hecho, se puede afirmar que han reactivado una legitimidad que antes estaba amenazada por la represión, la vigilancia y la marginación.

En este contexto, Internet puede considerarse un espacio alternativo que ha permitido a actores del islam político superar los obstáculos impuestos por el poder oficial en el mundo árabe e islámico. Es más, les ha otorgado una mayor capacidad para interactuar con el público, influir en la formación de la opinión pública y formular un nuevo discurso político acorde con la naturaleza de la etapa política y sus aspiraciones, especialmente en lo que concierne a su lucha competitiva políticamente con el poder oficial. La experiencia comunicativa del islam político ha demostrado su notable capacidad para adaptarse rápidamente a las particularidades de cada era de la comunicación, desde la época de la imprenta, pasando por la era de las cintas de audio, hasta la era de Internet y las redes sociales (Mellor, y Rinnawi, 2016). A través de estas herramientas, es estas fuerzas con referencia religiosa y ha logrado reforzar su participación política, fortalecer su visibilidad y construir su legitimidad con menores posibilidades de intervención por parte del poder oficial o por parte de sus adversarios políticos.

Esta investigación tiene como objetivo general y específico analizar cómo los actores del islam político desarrollan prácticas tecnopolíticas, desde los medios tradicionales hasta las redes sociales, en su interacción política dentro del espacio público y en su búsqueda de legitimidad política, la cual suele ser objeto de una intensa disputa con el poder oficial. Asimismo, el estudio pretende examinar la dinámica de la acción política y la estrategia del *tecnopolitik* adoptada por el islamismo en el espacio público, incluyendo el ámbito digital en Marruecos.

En este contexto, la investigación ofrece la oportunidad de explorar las estrategias *tecno-discursivas*, *retóricas* y *argumentativas* utilizadas por los islamistas para construir lograr acción política, y empoderamiento, retórica y argumentativamente de su discurso tecnopolítico.

Sumado a esto, el libro busca lograr otro objetivo analítico, que consiste en estudiar cómo el islam político basa su acción política en una doctrina firme que otorga gran importancia a la comunicación en sus luchas políticas por el poder, en su búsqueda de influencia sobre la opinión pública, y en sus pretensiones de construir la legitimidad y la visibilidad políticas en el espacio público. Esto no se limita a la influencia de la era de la comunicación moderna, sino que es parte de una visión ideológica previa, donde consideran la comunicación una herramienta esencial desde el inicio de su práctica política, no solo como una respuesta al contexto actual.

## 1.2 HIPÓTESIS

La necesidad estratégica del islam político en el mundo árabe, y en particular en Marruecos, que es el foco de nuestra investigación, se manifiesta en el uso de las nuevas tecnologías de comunicación y redes sociales como una herramienta vital para la participación política. Esto se debe a la apuesta histórica y experimental por la comunicación en su acción política (la tecnopolítica), incluso antes de integrarse como partidos o fuerzas políticas, e incluso cuando solo eran movimientos civiles aislados.

Esto se debe a que el islam político se percibe a sí mismo como una corriente que enfrenta varias restricciones, algunas derivadas de su propia naturaleza política, composición ideológica y visión del mundo, y otras impuestas por el poder, que establece condiciones restrictivas para la acción política dentro del espacio público y el panorama político en el mundo árabe e islámico. A veces, estas restricciones no solo provienen del entorno político nacional, sino también de fuerzas internacionales (potencias internacionales que sostienen el orden mundial) que operan bajo cálculos geopolítico (Maldonado et al., 2009).

A lo largo de su experiencia histórica, el islam político ha consolidado una profunda conciencia sobre la importancia de la comunicación, una conciencia que surge de múltiples factores. Por un lado, está vinculada a su experiencia en enfrentamientos políticos con el poder, tanto en su etapa como movimientos políticos y civiles como cuando pasó a formar

parte del escenario político formal. Por otro lado, responde a la necesidad urgente de contar con herramientas más allá de la práctica política tradicional y de desarrollar mecanismos capaces de superar las barreras impuestas por el poder gobernante. Esto hace que sea esencial fortalecer su capacidad política y comunicativa para potenciar su acción en un entorno restringido y vigilado.

Además de eso, hay otras consideraciones relacionadas con la naturaleza del ámbito en el que se mueve el islam político, es decir, la religión y el espacio público. La religión, en su esencia, se basa en la da ‘Wa (predicación), y este mecanismo religioso, en su núcleo, converge con la comunicación, ya que la religión depende de la difusión de ideas y creencias entre las personas (León Navarro, 2003). Dentro de la cultura religiosa y comunicativa islámica, algunas enseñanzas fomentan la importancia de la predicación del islam, lo que crea una interacción estrecha entre la comunicación y la da ‘wa, ya que esta última constituye, en esencia, un proceso comunicativo integral.

Partiendo de esto, las hipótesis que guían nuestra investigación pueden clasificarse desde una perspectiva temática, es decir, según los ejes temáticos que sustentan el marco teórico y analítico de este trabajo. Además, esta clasificación se basa en una división cualitativa de las hipótesis. Ya que, dentro de este conjunto de hipótesis, se puede establecer una distinción entre hipótesis generales e hipótesis específicas, las cuales se presentan a Existe una concepción madura y arraigada en la práctica política del islam político en Marruecos, que considera la comunicación como una herramienta decisiva en la participación política.

- El islam político es uno de los movimientos más poderosos en el mundo árabe que ha logrado utilizar eficazmente las tecnologías de la comunicación en la participación política dentro del espacio público árabe e islámico e incluso a nivel internacional.
- La naturaleza de la religión, como un ámbito vinculado a la predicación y la comunicación basada en estrategias discursivas, ha convertido al islam político en un elemento clave para

consolidar su relación con la tecnología de la comunicación, lo que ha conducido a un acumulado conocimiento estratégico sobre la importancia de estas herramientas en la acción política.

- La importancia de tecnopolítica para el islam político radica en su capacidad para acceder al espacio público sin someterse a las restricciones impuestas por el poder oficial.
- A pesar de vivir en una era actual de comunicación, en la que las tecnologías de comunicación y las redes sociales modernas se han convertido en medios de comunicación indispensables para los seres humanos, el islam político ha tenido una convicción comunicacional que estaba profundamente arraigada en su filosofía política y religiosa desde antes de esta era, de manera clara.

### 1.3 METODOLOGÍA

#### a. Enfoque epistemológico y contextual

El tema del islam político y la comunicación política constituye un campo de investigación que se caracteriza por dos peculiaridades fundamentales:

**La peculiaridad epistemológica**, que está relacionada con la naturaleza del fenómeno estudiado en cuanto a su relación con los diferentes campos del conocimiento, y lo que requiere de enfoques científicos, filosóficos e intelectuales precisos que combinan áreas del conocimiento que van desde la política hasta la sociedad, la cultura, la religión, la historia, el campo de la comunicación y sus ramas, su historia y sus múltiples teorías. Todos estos elementos cognitivos entrelazados, como un marco epistemológico del tema de estudio, exigen un enfoque compuesto que abarque esta pluralidad y lo utilice de tal manera que no altere la diversidad cognitiva ni haga caer el enfoque en el "pecado" de la conciliación forzada o artificial, sino que imponga trabajar con un

sistema unificado que garantice la armonía científica entre estos diversos conocimientos y, al mismo tiempo, relacionados con el objeto de investigación.

**La peculiaridad contextual**, que se refleja en los elementos del ámbito específico del tema, es decir, el entorno histórico, social y político en el que interactúa el tema, lo que convierte el contexto en un factor decisivo en la formulación de un enfoque adecuado que responda a los requisitos del tratamiento de la investigación. Para ilustrar esta peculiaridad, podemos decir que la importancia del contexto radica en que se convierte en un criterio metodológico crucial en la organización de los capítulos de esta investigación, además de imponer una ingeniería analítica y teórica especial, dado que el ámbito de circulación del tema de la investigación difiere del ámbito de su recepción. La comprensión profunda del tema requiere un enfoque claro que busque abarcar al receptor y evocar su particularidad, asegurando una recepción interactiva por parte del receptor, de manera que no se produzcan malentendidos en los términos y conceptos específicos del contexto y las delimitaciones del tema. Esto se logra mediante la presentación de los elementos contextuales que ayudan a definir la particularidad objetiva y cultural. Por lo tanto, es necesario revisar tanto el contexto cultural como el social, y definir previamente sus conceptos clave, con el fin de evitar cualquier confusión que pueda surgir al utilizar términos y definiciones con significados no unificados o divergentes entre los investigadores y los receptores.

Este enfoque representa una especie de "contrato" entre el investigador y el receptor, cuyo objetivo es establecer una base conceptual común para comprender el tema del islam político y superar posibles malentendidos, sin que sea necesario lograr un consenso sobre los resultados o conclusiones de la investigación. Y si queremos aclarar la idea de manera más profunda, podemos decir que el concepto de "islam político" en sí mismo tiene una peculiaridad epistemológica y cultural que puede no ser unificada entre los receptores, especialmente si sus entornos culturales y cognitivos son diferentes. Por lo tanto, es necesario, tanto metodológica como científicamente, plantear este desafío y tratar

de abordarlo a través de un análisis teórico coherente que dedique una parte de la investigación a la formulación y definición de conceptos, siguiendo conceptos y contextos específicos que surjan en su dinámica según criterios científicos precisos, lo que garantiza superar este problema metodológico en el proceso de recepción y comprensión.

El apartado que abarca el marco teórico, su finalidad es enmarcar las cuestiones centrales de esta investigación desde una perspectiva tanto cognitiva como teórica. En él, presentamos las referencias teóricas y epistemológicas que plantea la naturaleza problemática del tema. Este análisis comprende el tratamiento de conceptos clave como el islam político, la comunicación política, los mecanismos de enmarcado ideológico y la movilización popular. Además, revisamos estudios previos y modelos que han abordado este fenómeno, lo que nos permitió construir una base teórica sólida que conduce a determinar las opciones metodológicas que se adoptarán en esta investigación.

En la primera parte de este apartado, nos propusimos situar esta investigación dentro del contexto de los campos cognitivos y metodológicos que han tratado el fenómeno del islam político y la tecnopolítica, es decir, el uso de la comunicación en su participación política.

A través de la revisión de estas literaturas, buscamos delinear la especificidad teórica y metodológica que esta investigación puede aportar a los esfuerzos científicos previos que han tratado el tema de la comunicación política en los movimientos islámicos, especialmente en el contexto marroquí.

## **b. Metodología de análisis del discurso y estrategias tecnopolíticas en el islam político marroquí**

Dedicáramos la segunda parte del análisis a observar las estrategias tecno-políticas del Partido de la Justicia y el Desarrollo, que se convirtió en el primer partido islamista en liderar un gobierno de coalición marroquí después de las transformaciones políticas y sociales provocadas por la Primavera Árabe. Marruecos brindó a esta experiencia la

oportunidad de liderar un gobierno de coalición, lo que supuso un cambio significativo en el panorama político marroquí.

En esta parte, adoptamos el método de análisis del discurso, basándonos en una referencia argumentativa que observa las estrategias del discurso tecno-político en la construcción de la legitimidad política dentro de las redes sociales, especialmente "Facebook", que es la red social más influyente en el ámbito político marroquí y atrae la mayor base de usuarios.

El objetivo del análisis del discurso argumentativo es explorar la fuerza argumentativa de la visibilidad política que construye este partido islámico a través de prácticas tecno-discursivas producidas en la red social Facebook, basándose en la concepción argumentativa de Perelman y Michel Meyer, lo que permite descomponer:

- Estrategias del discurso comunicacional y sus dinámicas dentro del espacio público del Partido de la Justicia y el Desarrollo.
- Connotaciones simbólicas y retóricas utilizadas por los actores políticos para reforzar su discurso comunicacional y consolidar la visibilidad política, contribuyendo así a la construcción de la legitimidad política en el espacio público.
- Retórica de la visibilidad y su papel clave en la generación de influencia política a través de las redes sociales. Fuentes de poder lógico y argumentativo en las que se basa el discurso tecno-político del Partido de la Justicia y el Desarrollo, lo que fortalece su presencia en el espacio público marroquí.
- Estrategias de ocultamiento, que pueden ser tan importantes como las estrategias de visibilidad, al servir como un medio para legitimar política y religiosamente al partido islámico dentro del panorama político marroquí.

### **c. Alcance y ámbito de la investigación**

La selección del corpus analítico, que incluye dos modelos de islam político en Marruecos, se basó en la consecución de múltiples objetivos

analíticos. Entre ellos, diversificar la posición de estas fuerzas dentro del mapa político marroquí y enriquecer la muestra de actores, lo que implica una variedad de experiencias tecno-políticas del islam político en Marruecos. Esta elección permite examinar el impacto de sus diferentes posiciones respecto al poder oficial, representado por la monarquía marroquí, en la construcción del discurso, la postura política y la legitimidad tanto política como religiosa. Además, ayuda a destacar la influencia de estos factores en la especificidad de la práctica tecno-política y en la construcción de la visibilidad política, utilizada como estrategia discursiva para reforzar la legitimidad política en el espacio público marroquí.

La diversidad de experiencias políticas del islam político en este corpus analítico permite comprender su efecto en las formas de construcción de la visibilidad y la invisibilidad en el espacio público. Asimismo, facilita la exploración del impacto de esta estrategia discursiva tecno-política en la fuerza del discurso y en su retórica visual, elementos clave en la legitimación de estos actores dentro del ámbito público.

Se ha adoptado un criterio temporal variado con el fin de ampliar los resultados de la investigación y enriquecer las conclusiones desde una perspectiva epistemológica y metodológica. El objetivo es examinar la evolución de sus experiencias a lo largo del tiempo y extraer una conclusión metodológica fundamental: la existencia de una doctrina constante dentro del Islam político en Marruecos, basada en la consolidación de la comunicación como un elemento esencial del proceso político. Desde su perspectiva, la batalla por la legitimidad en el espacio público político se gana a través de herramientas de comunicación, algo que se refleja claramente en su trayectoria tecno-política.

El estudio se dirigió al análisis del discurso del PJD en las redes sociales, con un enfoque particular en Facebook. La elección de esta plataforma se debe a su papel como la red social más utilizada por los marroquíes para la interacción política, así como el principal espacio donde los actores políticos se comunican con una base amplia de ciudadanos y la opinión pública. Facebook desempeñó un papel crucial en

la activación de la comunicación política durante la Primavera Árabe, especialmente para los movimientos de islam político en Marruecos.

Además, en 2020, Marruecos fue testigo de una campaña de boicot sin precedentes en su historia de comunicación política moderna, la cual se desarrolló en Facebook y logró alcanzar sus objetivos de manera efectiva. Este hecho reforzó la decisión de utilizar Facebook como plataforma clave para aplicar las preguntas analíticas de esta investigación, evaluar la validez de sus hipótesis y alcanzar los objetivos propuestos en el marco analítico del estudio.

Como en toda investigación académica, el estudio concluyó con la formulación de las principales conclusiones derivadas del análisis del corpus examinado. Se evaluó hasta qué punto se cumplieron los objetivos de la investigación y se validaron las hipótesis iniciales. Asimismo, los resultados obtenidos se compararon con los de otros estudios similares, con el fin de reforzar la credibilidad de las conclusiones y la precisión del análisis.

## 2. EL ISLAM POLÍTICO Y LA COMUNICACIÓN

### RELIGIÓN Y COMUNICACIÓN: CONVERGENCIAS CONCEPTUALES Y ESTRATÉGICAS

Centraremos en este punto nuestra aproximación en la religión islámica como marco legislativo, ético y político, ya que el objeto de nuestro estudio es el islam político y su relación con la comunicación. Intentaremos aclarar cuál se considera el fundamento que hace que la religión se sienta atraída por la comunicación y la información hasta el punto de adoptarlas para fundamentar su visibilidad en los espacios públicos. Este enfoque suele estar ausente de la atención de los investigadores del campo de la comunicación y su relación con la religión, y sobre todo de los estudios modernos que parten de la comunicación, como es el caso de la sociología o de disciplinas similares, que nunca lo hacen de la religión en sí misma. Este enfoque fue emprendido por los teólogos musulmanes y no por investigadores en comunicación o en sociología.

A pesar de que este enfoque pueda parecer puramente teológico, resulta muy importante por su empeño en destacar las características del sólido impacto que ha originado la cohesión entre la religión y la comunicación y explica con elocuencia las causas de la atracción de la religión hacia la comunicación.

Una de estas características es el establecimiento de la religión sobre el principio de la Predicación. Varios estudios interesados en este asunto han considerado la predicación como un fenómeno comunicativo, y así lo define, por ejemplo, una web católica cuando afirma que "la predicación es la comunicación de un mensaje" (Michelén, 2010). Mientras tanto, en el Corán, en la Sura de An-Nahl, versículo 125, se recomienda: "Llama – a toda la humanidad- al camino de tu Sustentador con sabiduría y con una excelente exhortación, y razona con ellos de la forma más amable" (trad. Asad, 2001). Con ello se entiende que la predicación era uno de los elementos en los que se basa la religión para hacerse pública.

Otras de las características de la religión islámica es que se basa más en el grupo que en el individuo. En los textos de legislación islámica como el Corán y los Dichos del Profeta figura "Al jamaá" (la comunidad /el grupo) como un pilar determinante en la sociedad musulmana. Varios versículos del Corán citan directa o implícitamente "Al jamaá", como en la Sura de Al Imrán (versículo 103): "Y aferráos, todos juntos, al pacto con Dios y no os separéis" (Asad, 2001). También se cita en los dichos del Profeta, quien recomienda a los musulmanes unirse a la comunidad y al grupo, como recoge "Musnad Ahmed" (243,5/232).

Se desprende de estos testimonios la importancia de la comunidad o al jamaá en la religión islámica, lo que tiene implícita por otra parte la importancia de la comunicación como herramienta para establecer vínculos entre los individuos de esta comunidad e incluso con otras comunidades, pues, como afirma el filósofo belga Michel Meyer, "la comunicación empieza cuando uno de nosotros establece un discurso o un mensaje hacia otro" (1993: 22).

El hecho de que la religión se base en la predicación y se ejerza en la comunidad o Al Jamaá, y no de forma individual, hace de estos pilares

puntos magnéticos de atracción de la religión hacia la comunicación. Son elementos que garantizan los objetivos comunicativos de la religión. Muchos de los teólogos e historiadores del islam consideran que la primera aparición del islam se fundamentó en una operación de comunicación. Pues en el islam, el Profeta decidió salir con su predicación religiosa de lo privado a lo público después de recibir el texto coránico que recomienda este paso: "Así pues, proclama abiertamente todo lo que se te ha ordenado (decir)" (Asad, 2001, p. 83).

Los analistas señalan que el islam, cuando decidió establecer su visibilidad en aquella sociedad de La Meca o incluso en otros horizontes geográficos, tuvo que adoptar un proceso comunicativo. La religión no solo quiere, a través de la comunicación, establecer su visibilidad en el espacio público, sino también, y más aún con las nuevas tecnologías, hacer que esta visibilidad parezca moderna.

## 2.1. EL ISLAM POLÍTICO, LA COMUNICACIÓN Y EL GRADO CERO<sup>1</sup>

La mayoría de los estudios sobre comunicación han centrado su análisis en la fuerza del discurso político de los movimientos islamistas, atribuyéndola principalmente al uso de los medios de comunicación y las tecnologías de la información, así como a las redes sociales, que constituyen una de sus principales herramientas comunicativas dentro de su estrategia política. Estas redes no solo sirven como un mecanismo de participación política, sino también como una vía clave para la gestión de negociaciones y conflictos en la arena política, ya sea en su relación con el poder o en la competencia con otras fuerzas políticas (Abboud, E., Ajwang, F., & Lugano, G. 2024).

---

<sup>1</sup> Antes de abordar la relación entre la comunicación y el islam político en Marruecos, es importante detenernos en el título "*Comunicación, islam político y el grado cero*", para esclarecer el significado metafórico de la expresión "*grado cero*", utilizada en este apartado. Con esta expresión, nos referimos a la estrecha vinculación entre el islam político y la comunicación, hasta el punto de que no existe una separación real entre ambos. Es una forma de enfatizar el alto grado de fusión, tanto conceptual como práctica, entre el islam político como referencia religiosa, su ejercicio en la esfera política y su estrategia comunicativa.

Este enfoque metodológico, que otorga un peso significativo a la tecnología más que a los propios usuarios de esta, se vio reforzado durante la Primavera Árabe, cuando las redes sociales emergieron por primera vez como un mecanismo crucial para organizar la acción política, facilitar la participación y el acceso al espacio público, y desafiar al poder desde sus cimientos.

Sin embargo, en el caso del islam político, la apuesta por los medios de comunicación y la tecnología de la información no solo se debe a la eficacia de estas herramientas o a su desarrollo técnico, un aspecto generalmente aceptado por individuos, instituciones e incluso Estados. Lo que realmente nos interesa en esta investigación es analizar la comunicación como una ideología y una doctrina arraigada en la estrategia política de estos movimientos, particularmente en sus batallas políticas y democráticas, en su competencia con otras fuerzas y en su relación con el poder. Además, se examina su capacidad para influir en la opinión pública y construir un discurso que genere simpatía y adhesión a su agenda política. Este es uno de los aspectos clave que pretendemos destacar en nuestra investigación.

En el contexto marroquí, la inversión en comunicación por parte del islam político, especialmente del Partido de la Justicia y el Desarrollo (PJD), debe entenderse a la luz de su doctrina comunicativa, concebida como parte central de su visión estratégica. Esta estrategia refleja su voluntad de consolidar legitimidad, ampliar su influencia y construir una presencia efectiva en el espacio público nacional

Actualmente, existe una fuerte relación entre la participación política de los islamistas en Marruecos y el uso de las redes sociales, al punto de que incluso los sectores más conservadores del islam político, cuyas referencias ideológicas chocan con las ideas de la modernidad, han adoptado estas plataformas. En este sentido, el investigador y actor dentro del islam político, Rafiqi Abu Hafs, afirma que: "el islam político en Marruecos es una de las corrientes políticas más activas en las redes sociales, debido a su orientación predicativa (da'wah), que impulsa a estos grupos a difundir su mensaje" (Al-Ashraf, H. 2022).

Este movimiento busca propagar sus ideas e ideologías, penetrar en la sociedad e intentar islamizarla, consciente de que las redes sociales representan un canal prioritario para captar a los jóvenes. Según algunos estudiosos del islam político, los movimientos salafistas también tienen una presencia considerable en las redes sociales, acumulando cientos de miles de seguidores. Sin embargo, su influencia en los medios de comunicación oficiales es menor en comparación con otros grupos islamistas más cercanos al poder, como el islamismo sufi o el islam oficial.

Como resultado, el panorama político y religioso en Marruecos está experimentando una transformación notable con el creciente uso de las redes sociales por parte de los islamistas. Esta nueva tendencia refleja una adaptación estratégica a los avances tecnológicos y a los cambios en los modelos de comunicación social.

El islam político en Marruecos ha emergido como un actor influyente en las plataformas digitales, logrando una audiencia considerablemente mayor que la que obtenía en espacios tradicionales como las mezquitas. Las estrategias de comunicación de los islamistas marroquíes varían según los actores: el Partido de la Justicia y el Desarrollo, que lideró el gobierno, y la Jamaat Al-Adl Wal-Ihsan, el principal movimiento opositor islamista. Ambos han sabido explotar al máximo todas las plataformas disponibles, desde YouTube y Twitter (ahora X) hasta TikTok, consolidando las redes sociales como un elemento clave en su participación política y en su acceso a espacios públicos que antes les estaban vedados (Al-Zo'by. 2015).

Este fenómeno no solo responde a la disponibilidad de herramientas tecnológicas, sino a una conciencia política profunda sobre la importancia de la comunicación en general y de la comunicación política en particular. La esencia misma de estos movimientos, basada en la intersección entre religión y política, los predispone a adoptar estrategias comunicativas sólidas, ya que ambos ámbitos –lo religioso y lo político– dependen intrínsecamente de la comunicación. De hecho, algunos

estudios sugieren que el islam político ha desarrollado una teoría comunicativa propia, inspirada en los principios de la predicación islámica (*da'wah*) y sus normas, las cuales forman parte de su visión religiosa de la acción política y de la participación en el espacio público.

Este será uno de los ejes centrales de nuestra investigación, en la que trataremos de desglosar y analizar estas dinámicas dentro de un marco teórico y metodológico adecuado.

### 3. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

#### 3.1 EL ESPACIO PÚBLICO: CONCEPTO Y NUEVOS ENFOQUES

Tratar el espacio público como concepto y estructura es fundamental en este punto del presente trabajo, ya que es un marco determinante en los estudios que pretenden abordar los fenómenos de las transformaciones democráticas, como los cambios sociales, la participación política, la creación de la opinión pública, la comunicación en general o la visibilidad de los actores, de las ideologías y de los discursos (Loader & Mercea, 2011).

La visibilidad en el espacio público, como es sabido, es un poder en sí misma y es una fuente de representación y de legitimidad de los actores y de las fuerzas que luchan y resisten en defensa de ciertos objetivos sociales, políticos, etc. (Gauvin, 2010). De hecho, la importancia del espacio público en las sociedades modernas, o incluso en cualquier otra sociedad, proviene de las funciones que desarrollan estos mecanismos, y cualquier estudio del espacio público debe ser abordado en paralelo al análisis de estos.

Como se ha señalado anteriormente, el concepto del espacio público ocupa un lugar vital en los estudios políticos y en el campo de la comunicación, y está estrechamente relacionado con las herramientas de medición de la apertura política y social, y es, además, un indicador de transformación democrática y de participación política y social. Y aunque la construcción terminológica final del concepto se asoció con los

esfuerzos teóricos del filósofo alemán Jürgen Habermas, estudios relacionados con la historia del término continuaron explorando sus extensiones a lo largo del desarrollo humano y rastrearon algunos de los orígenes del espacio público en conceptos vinculados a la percepción y la acción en distintas épocas. En este proceso, identificaron un vínculo claro entre la idea de ciudad (polis), con la que se definió el significado del ser humano y del ciudadano, y el concepto de espacio público en la actualidad.

En la “polis”, organización política y social en la antigua Grecia, y, especialmente, en los escritos del propio Aristóteles sobre política, se convierte en un requisito indispensable distinguir entre la esfera pública y la esfera privada. Así, los historiadores del pensamiento y de la filosofía encontraron en la “polis”, como concepto organizativo y político, un origen histórico para el concepto de espacio público de Habermas.

Hannah Arendt adoptó la misma distinción al pensar el concepto de género a partir de la teorización de la política de Aristóteles, pero incorporando su propio término, "vita activa", en el que se basó para entender el mundo moderno, observando las transformaciones de las estructuras sociales y los cambios que estas conllevan en otros niveles (Arendt, 1993).

### 3.2. LA DIMENSIÓN POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

Existe una fuerte relación entre política y comunicación de tal forma que el poder político no se logra sin esta última. Esta relación tan extensa e intensa, no solamente ha generado una preocupación cognitiva, sino que ha dado lugar al surgimiento de un campo de estudio interdisciplinario que es la comunicación política (Galnoor, 1979). Las primeras investigaciones enfocadas en explorar el impacto de la comunicación sobre política fueron llevadas a cabo por los propios politólogos, como confirma D.Nimmo (1981) quien considera que desde los años 70 estos politólogos han elaborado una conciencia temprana sobre el impacto político de la comunicación a través de trabajos como “La contribución de la televisión al malestar político” (Robinson, 1976), así

como, “ El mito del poder televisivo en elecciones nacionales” (Patterson y McClure, 1976) y “El impacto de los periódicos en los niveles de confianza pública en el gobierno” (Goldenberg y Erbring, 1979).

Esta dependencia de la política a la comunicación hace que el ejercicio político desarrolle una cierta sensibilidad dinámica sobre estos medios en sí. Del mismo modo que cualquier desarrollo o transformación de la comunicación afecta también a ese dinamismo de la política.

Basándonos en esta realidad, nos surgen preguntas como: ¿quién entonces ejerce más influencia sobre el otro, la política o la comunicación? Es decir: ¿quién necesita más al otro? La acción política dentro de cualquier tipo de sociedad parece una acción que no se realiza y no se logra sin una acción comunicativa.

A la luz de esta relación entre comunicación y política, surgen interrogantes sobre el alcance de la influencia que cada parte tiene sobre la otra y, por ejemplo, entre esas preguntas: quién sigue necesitando más a la otra. En este contexto, la experiencia política confirma que no se puede imaginar un acto político sin una acción comunicativa, especialmente dado que la práctica política es entre otras cosas la gestión de un asunto público vinculado a una sociedad formada por gobernantes y gobiernos.

Por otra parte, la acción de comunicación permanece neutral en esta relación, otorgando su poder a quienes mejor la utilizan y aprovechan. Sea cual sea el sistema político y el grado de apertura o cierre de este, se necesita de la comunicación para consolidar dicha realidad.

Cabe añadir también que el desarrollo de la comunicación ha ido disminuyendo el monopolio de poder que tienen los propios poderes políticos, a favor de un cierto equilibrio que hemos venido experimentando en las sociedades modernas y en acontecimientos internacionales de suma importancia (como la Primavera Árabe).

Así, en el marco de un proceso comunicativo, la política y lo político despliegan sus 'poderes políticos' (si se me permite la redundancia). Asimismo, desde la comunicación también surge un poder contrario,

derivado del intercambio en el ejercicio de la influencia, así como de la resistencia a dicha influencia, que es exigida por el proceso político y democrático".

El desarrollo de los mecanismos de comunicación ha provocado siempre un mayor impacto político de la misma, haciendo de la política un terreno abierto ante la invasión de dicho impacto y dicha influencia de la comunicación y de sus medios. En este contexto, es de suma importancia señalar que el impacto de la comunicación en la política alcanza la capacidad de reconstruir los modelos de relación existentes entre los elementos políticos: el actor político, las instituciones políticas, los ciudadanos y el espacio público, así como engendrar nuevos valores en la agenda política.

Algunos académicos han intentado recoger los aspectos de la transformación que ha marcado la historia de la comunicación política moderna, cubriendo un periodo que comprende la época extendida entre el fin de la Segunda Guerra Mundial y la actualidad, (Blumler y Kavanagh, 1999). Esta estructuración histórica es más bien una manifestación de la transformación que ha sufrido la comunicación política, así como una exposición de los ámbitos y los espacios alcanzados por dicha transformación (provocada a su vez por los mecanismos de la comunicación en la política moderna).

Como se menciona en el estudio, hay tres generaciones de comunicación política, y cada una de estas tres generaciones gira sobre un principio organizativo distintivo (Ibid., 1999). En la primera era figura el partido político como la primera institución que engendra prácticas de comunicación política. Concretamente los debates, destacando la confianza institucional de la que gozaba el partido en el espacio político (público y privado). Es con esta organización política que se estaban generando formas de comunicación política dentro de la relación discursiva normal entre el líder del partido y sus seguidores. Así como dentro de su propia iniciativa, a través de la cual el partido político suscitaba debates entre los agentes políticos y lograba transmitir mensajes a los votantes (la mayoría de los cuales eran mensajes políticos). La

comunicación política del partido político incluye, como afirma María José Canel, "una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como propaganda, marketing electoral, relaciones públicas políticas o comunicación institucional" (Crespo, 2006: 17).

La segunda era comienza en los años sesenta y fue protagonizada por la televisión, que monopolizó la comunicación política. Este medio de información y de comunicación política se apoderó de la mediación entre el espacio político y los ciudadanos, convirtiéndose en un instrumento determinante en la formación de la opinión pública (Gil-Ramírez, Travesado-Rojas, & Martínez, 2019: 1544). La televisión ha podido ampliar el público de la comunicación política, gracias a su capacidad de desarrollar un proceso comunicativo con más opciones de impacto político. Formatos televisivos, como las noticias políticas o los debates electorales, han sido capaces de descentralizar al partido político como plataforma principal para la difusión de mensajes, y discursos políticos. La televisión ha desarrollado mecanismos comunicativos que le permiten marcar la agenda política (Agenda Setting), clasificar a los actores políticos según una determinada escala de valores y ampliar los horizontes semánticos para interpretar los actos políticos. De esta manera, libera al receptor del poder de una fuente única en la interpretación política de los mensajes y discursos, aunque la propia televisión también puede consolidar e imponer una interpretación específica. Sin embargo, su capacidad para llegar simultáneamente a un público amplio garantiza una recepción diversa. Como señala Pandiani, 'ante la necesidad de evaluar opciones políticas y tomar decisiones electorales, se observa en los votantes una clara tendencia a recurrir a los medios de comunicación masiva (especialmente la televisión), en lugar de dirigirse a los comités u otras organizaciones partidarias (Pandiani, 2006: 71).

La televisión ha sido, históricamente, el medio de comunicación que mayor impacto ha tenido en la política, hasta el momento. La política a través de la televisión ha podido consolidar el poder político de la comunicación y la fuerza de la comunicación política en el espacio público. El potencial político de la televisión, que se consolidó en los años

80 y 90, ha venido marcando con dominación notoria el control del espacio y de los símbolos dentro del marco de la comunicación política, pero sin que pudiera garantizar una comunicación política no controlada, centralizada en manos de la minoría y con poco acceso, como es el caso de la televisión, la radio y la prensa en esta era (Ojeda, 2017). La falta de una comunicación distribuida, interactiva, horizontal y no vertical, así como la falta de lo que Castells (2009: 88) llama una "auto comunicación de masas" ha dado lugar a un proceso de consolidación de una nueva era de comunicación con la erupción de Internet. Una era que ha sido marcada por el surgimiento de nuevos medios, nuevas formas y culturas de comunicación política y, por supuesto, mayor impacto de la comunicación en la política y el ejercicio político.

### 3.3. LA POLÍTICA COMUNICADA EN TIEMPOS DIGITALES

Cuando se habla de una nueva era en la comunicación política, es porque esta nueva era supone un punto de inflexión profunda con una transformación cualitativa en las tradiciones de comunicativas en la política. La era digital ha abierto ante los nuevos actores políticos nuevos retos y nuevas oportunidades. La era digital, en este marco y desde esta consideración, ha podido marcar tres niveles de transformación que han aportado Internet y las nuevas tecnologías de comunicación:

#### 3.3.1. La nueva comunicación

Actualmente estamos ante una transformación de la comunicación en sí misma. Es por ello por lo que se están observando nuevas formas de prácticas comunicativas, en cuyo marco ha surgido la llamada "tecnocomunicación". Internet y las tecnologías digitales, como es evidente, generaron cambios en los modos de producir y difundir los contenidos comunicativos (Lago Martínez, 2012: 125). Los grandes y profundos cambios que han marcado la comunicación, en esta nueva era, han tocado, gracias a la innovación tecnológica, la estructura de la comunicación así como su funciones, han marcado las formas de conocer, de informar y de construir el saber requerido por la sociedad de la información en la que se ha convertido nuestra sociedad, valga la redundancia

(Castells, M., 1998), así como las formas de interactuar y construir nuevas maneras de existir en el espacio público, redefiniendo la visibilidad tanto del individuo como de los grupos. En la sociedad de la información, las nuevas tecnologías han transformado la comunicación, otorgándole un mayor poder como marco cognitivo y proporcionando herramientas avanzadas para la difusión y el intercambio de información. En nuestra era existe toda una gama de tecnologías de comunicación interactiva que se ha vuelto muy significativa en nuestra vida diaria (Holmes, 2005: 12). Es por ello por lo que la sociedad de hoy en día, gracias a estas nuevas tecnologías, está más implicada que nunca en dicha comunicación.

### 3.3.2. La nueva comunicación política o la comunicación tecnopolítica

La nueva era de la comunicación política está asociada a la aparición de Internet y concretamente con las redes sociales. El término "nueva era" indica un proceso de transformación que envuelve el ejercicio de la comunicación política en esta nueva etapa de evolución y de cambio. Cada vez es más constante el poder que están adquiriendo las nuevas tecnologías de la comunicación como herramientas de comunicación política. De esta manera, la comunicación política se instala cada vez más en el corazón de la operación política, no solo como un simple suplemento, sino con la capacidad suficiente como para consolidar la efectividad de los actores políticos y la construcción de la realidad política. Es la nueva idea que desde hace tiempo han venido informando Blumler y Gurevitch al considerar que:

El papel desempeñado por los medios de comunicación en la política ha evolucionado [...]. Han pasado gradualmente de informar sobre la política 'desde el exterior', como solían hacerlo, a convertirse en un participante activo que influye y, de hecho, se integra como parte esencial del proceso político (1995: 3).

Los actores políticos se han dado cuenta de las posibilidades ilimitadas de acción política que ahora están disponibles gracias a la tecnología de la comunicación ante aquellos que desean participar en la política, por

lo que están más que nunca buscando caminos innovadores que tengan un mayor impacto.

La campaña electoral del expresidente americano Barack Obama en 2008 que le permitió alcanzar la Casa Blanca, ha sido gracias a la incorporación de las redes sociales a las herramientas electorales adoptadas por el equipo del primer presidente de EE. UU. de origen africano. De esta forma, Obama se ha convertido en el primer presidente de un estado que ha utilizado las redes sociales en la campaña electoral y como instrumento determinante de su comunicación política. La potencia de las redes sociales y de las nuevas tecnologías de comunicación ha sido consolidada con otras experiencias socio-políticas, como los movimientos con otras experiencias socio políticas como los movimientos sociales que lograron cambiar regímenes políticos en el mundo árabe en 2011, gracias al uso de una estrategia de comunicación política llevada a cabo a través de las redes sociales, para la movilización política y social, y para crear opinión pública implicada y comprometida con la reclamación del cambio político (Eltantawy & Wiest, 2011). Desde entonces, no se ha interrumpido este proceso de transformación de la cultura en la comunicación política, provocada por las nuevas tecnologías, en ese surgimiento de nuevas experiencias que evidencian el gran impacto de estos medios novedosos en el activismo tecno-político, el cual aspira al cambio político, como han venido demostrando luego los movimientos sociales internacionales como el 15M en España o el *Occupy Wall Street* en EEUU (Lotan, Graeff, Ananny, Graffney, Pearce, et al., 2011), o la revolución de los paraguas en Hong Kong y tantas otras en casi todas las grandes ciudades del mundo.

¿Cómo alteran entonces las nuevas tecnologías el dinamismo de la comunicación política? Es evidente que estas nuevas tecnologías, y por lo tanto la nueva comunicación, gozan de cierta capacidad para cambiar el núcleo y los aspectos de la comunicación política y, por lo tanto, de la acción política. En este nuevo escenario de la comunicación política, los políticos se han visto obligados adaptarse a estos nuevos medios tecnológicos. Se dieron cuenta que ya no monopolizan el control de la agenda política, y que los medios tradicionales para la comunicación

política se quedan cortos ante la capacidad de la nueva generación de los medios tecnológicos en la difusión de los mensajes políticos, sin intermediarios tradicionales (como los periodistas) y sin que haya ninguna restricción sobre la oferta de contenidos políticos ya que la comunicación se produce directamente entre el político y el ciudadano (Blumler y Kavanach, 2006: 85).

El grado de transformación que han provocado las nuevas tecnologías sobre la comunicación política, tanto a nivel de contenido como a nivel de forma, ha dejado sus huellas en los modos de participación política así como en el impacto político, y de otra parte en la redistribución del poder político entre los actores de la operación política, entre quien tenía el acceso a los medios de comunicación y quien afrontaba dificultades para acceder el espacio público político y para construir su visibilidad política (Maquail, 2010: 156).

### 3.3.3. Del clic al control: tecnologías digitales y poder político

hablar del poder político de las nuevas tecnologías de comunicación y del poder de la comunicación tecno-política, es en realidad destacar los nuevos horizontes que se abren ante la política, o ante el ejercicio político, así como ante modelos de la construcción del poder o del liderazgo político, gracias a la aportación de las nuevas tecnologías a la comunicación política y a las prácticas tecnopolíticas.

El poder político de las nuevas tecnologías de la comunicación o de las redes sociales, no se percibe por su capacidad de provocar una transformación notoria en la comunicación política, o en la comunicación tecnopolítica, sino a través también de su capacidad de lograr el cambio en el ejercicio y la participación políticas, pero sobre todo la capacidad de estos nuevos medios de lograr un fin político (Ezequiel, Aguiton, Beetham, Bell, & Berardi, 2014: 102).

El poder político de las redes sociales reside, por otra parte, en su capacidad para abrir un acceso directo y sin barreras al espacio público de forma igualitaria entre todos los actores políticos, así como entre los políticos y los ciudadanos. En consecuencia, se consolida la dimensión

democrática de la participación política. De esta forma, es destacable el constante alcance que tiene la nueva comunicación política en la era digital, la cual ha impulsado varios cambios hacia nuevos horizontes (tanto políticos como tecno-políticos) reinventando así los nuevos modelos para gestionar el juego político (Beas, 2011: 17).

Los medios tecnológicos de la comunicación ya no son meros medios de transmisión de información, sino unas herramientas principales y directas para la participación política y que parecen tener más poder e impacto en la acción política. El actor político que utiliza las redes sociales está, de alguna manera, garantizando una serie de fuentes que confieren un cierto poder político a su acción tecno-política. Internet es, en este contexto, un protagonista político capaz de cambiar regímenes políticos, crear nuevos líderes y hacer que la política se convierta en algo más atractivo después de que los ciudadanos, y en concreto los jóvenes, se hayan alejado de la participación política (Livingston, Coul-dray, & Markhan, 2007: 23).

### Redes sociales y nueva política

Las redes sociales han podido despertar un gran interés en la política entre los ciudadanos. El flujo masivo de la información que circula en los espacios digitales, consolidado por el coste reducido de la información y la diversidad de sus fuentes, ha alimentado la motivación de aquellos ciudadanos que han visto que su acceso a la política se veía afectado por el modelo tradicional, fomentando así el deseo de éstos de volver a participar en la misma (Xenos, M. y Moy, 2007).

La era de la web 2.0 ha liberado la comunicación política del modelo de comunicación dominante en la era predigital como la comunicación unidireccional y la comunicación vertical. Hoy, con las nuevas tecnologías de comunicación y con las redes sociales, la información, noticias, debates y todos aquellos tipos de contenidos dirigidos al consumo de la opinión en los espacios digitales públicos están sujetos a las nuevas realidades comunicativas como la comunicación multidireccional y horizontal. Son dos fenómenos emergentes de esta transición han sen-

tado sus bases gracias a la interactividad que ofrece Internet como esencia de la nueva comunicación, una esencia que multiplica las posibilidades de contactos directos y que cambia el dinamismo en lo que a participación política activa se refiere (Williams, A., Williams, A. P., & Tedesco, J. C., 2006). Dentro de este proceso de comunicación marcado por la interactividad se establece un proceso de construcción de poder y de “contrapoder”. Es un mecanismo que consolida por sí mismo la democracia y la invención de una nueva política.

Es por ello por lo que sabemos que las nuevas prácticas de la comunicación política en la sociedad de las redes sociales han abandonado muchos de los elementos tradicionales, como motor principal para el desarrollo de su acción y de su función política, y se ha abierto las nuevas herramientas que brinda internet. Herramientas como las redes sociales de las que hablamos, las cuales se han dejado y se dejan utilizar con fines políticos, revolucionando la política misma, consolidando así la democracia y fomentando la participación política.

Hoy dichas redes sociales forman una base de acción tecnopolítica, así como nuevas formas para la participación política, para la construcción del liderazgo político y para adquirir el poder político mismo. (Uribe, S. C. de, Marqués, P. J., & Fondevila, J. F., 2016). En este contexto, la nueva era de la comunicación política se ha implicado en reconstruir una nueva relación entre el político el ciudadano basado en la igualdad en cuanto a la acción participativa, así como en las oportunidades de acceso al escenario político. El ciudadano, en esta era, no es un mero consumidor del mensaje o el discurso de los políticos sino también productor de un mensaje político y con una capacidad tecnocomunicativa para la acción política. Los roles hoy del político y del ciudadano parecen más igualados en cuanto a sus posiciones en el escenario político, estamos ante un nuevo político y ciudadano dentro de un entorno político nuevo empoderado sus acciones tecnopolíticas o sus participaciones políticas por las redes sociales (Aguilera & Casero-Ripollés, 2018: 5).

Continuamente hemos visto como alguna de las herramientas de acción política tradicionales han ido perdiendo efectividad política después de

perder el impacto a favor de los nuevos medios. Es el caso de los medios de comunicación tradicionales que han ido dejando paso a las nuevas tecnologías de comunicación y a las redes sociales. Hoy en día, estos nuevos medios son las nuevas herramientas adoptadas para la producción del discurso político y la construcción de la opinión pública política. Los propios medios de comunicación tradicionales recurrieron a las redes sociales para poder adquirir habilidades comunicativas nuevas y por lo tanto consolidar su funcionalidad en la comunicación política.

Cabe añadir, además, que lo que le otorga más poder a las redes sociales como herramientas nuevas de la comunicación política es su capacidad de provocar mayores niveles de grietas en el modelo tradicional de la propaganda política o en las campañas electorales.

Actualmente, las acciones políticas como las campañas electorales son menos costosas que antes. Es suficiente con adquirir un móvil, acceso a internet y una cuenta en redes sociales para garantizar el acceso al escenario político, y adquirir visibilidad y representación en el espacio público. Internet está ofreciendo hoy a los actores políticos el acceso gratuito y fácil al escenario político, el alcance a los lectores y difusión del mensaje en espacios más amplios en lo que a receptores se refiere (Hendricks & Kaid, 2010). Todas estas características consolidan el poder político de las nuevas tecnologías y las convierten en herramientas de gran impacto que el político y las plataformas para el desarrollo del proceso de la comunicación política se esfuerzan en adquirir.

Estas ventajas de las redes sociales contribuyen a la consolidación de un nuevo dinamismo de valores en la participación política y en los modelos de relación que se establece entre el actor político y el ciudadano de una parte, así como en las formas de construir el liderazgo político.

### 3.3.3. las redes sociales y la dominación política

En la era de Internet, la participación política se ha convertido en un proceso abierto ante los ciudadanos, con un acceso directo al corazón

del espacio público político, adquiriendo así un nuevo dinamismo y tomando nuevos modelos de funcionamiento. Dichos ciudadanos se encuentran ante un dinamismo tecnocomunicativo promovido por la era digital que está reestructurando la comunicación política, y se encuentran más implicados que nunca en la acción política gracias a la reestructuración de la relación entre el político y el ciudadano que han impuesto las redes sociales como realidad política (Menéndez, María Cristina, 2011: 76). El político y el ciudadano están más cerca que nunca el uno del otro, enfrentándose incluso “cara a cara” en el proceso horizontal de la comunicación política o en la acción política, sin que existan ya esas barreras estructurales tradicionales en el espacio público.

Hay una reestructuración también del espacio-tiempo provocada por la realidad digital que hace que la distancia espacial, dentro del proceso de la participación política, se reduzca entre el político y el ciudadano, así como que disminuya el tiempo que transcurre entre la acción tecnopolítica y la reacción tecnocomunicativa del ciudadano (Wilhelm, 2000: 148).

Es muy difícil hoy en día, en esta era de las redes sociales, que se hable de monopolio tradicional por parte del actor político dentro del proceso tecnopolítico actual. Aquel monopolio que condiciona la iniciativa o el control políticos de la opinión pública ante la acción ciudadana. Los muros establecidos por el funcionamiento de las estructuras físicas y simbólicas del poder desaparecen en el espacio público digital, dando lugar a una acción tecnopolítica equitativa entre el político y el ciudadano (Etling, B., Faris, R., y Palfrey, J., 2010: 42). Quizás esta nueva realidad, que concierne a la nueva forma que toma la relación entre el político y el ciudadano en cuanto a la comunicación política en este nuevo espacio digital, hace que la política se convierta en un valor atractivo, provocando a su vez que la participación política sea vista por los ciudadanos, ahora más que nunca, como un ejercicio transparente y con sentido. Esto ha transformado profundamente la estructura de la política misma, del ejercicio político y de la relación entre sus componentes. Las últimas experiencias dentro del ejercicio político en la era digital indican que existe una nueva realidad política, en cuya esfera el público, es decir, los ciudadanos (que son el principal objetivo de los

mensajes tecno-políticos por parte de los actores políticos) ya son capaces de formar una opinión que podría convertirse en una acción política, gracias a las herramientas que ofrece la era digital. (Robles, J.M y De Marco, S. 2011: 9). Por otro lado, la dominación política a la que aspira cualquier actor político como mecanismo de competición política con otro actor político o como poder discursivo, hace que los mensajes de estos se filtren a la mente de los ciudadanos, haciendo que la opinión pública responda con actitudes políticas a favor de la estrategia tecnopolítica de dicho actor. De esta forma, las redes sociales se convierten en una nueva fuente de información para consolidar la estrategia de la comunicación política y perfilar o personalizar el mensaje político, aumentando las posibilidades de impacto sobre el receptor del mensaje político, es decir, el ciudadano o el votante.

Las redes sociales han permitido al actor político, dentro de las nuevas realidades del escenario político digital, acceder a las herramientas que facilitan un conocimiento profundo del ciudadano. La información que dejan las actividades comunicativas de dicho ciudadano en las redes sociales, como datos personales, imágenes colgadas en muros de dichas redes, las formas de pensar reflejadas en las prácticas comunicativas como los comentarios de las publicaciones, las huellas ideológicas trazadas en las rutas digitales derivadas de las actividades informativas, los gustos anunciados durante las prácticas de consumo, las relaciones personales mantenidas en la red, etc. Toda esta información conforma un banco de datos para el actor político y será aprovechada para consolidar la estrategia de la comunicación tecno-política con la personalización requerida que garantiza el éxito del impacto sobre el ciudadano y el votante y, de esta manera, lograr uno de los mecanismos de la dominación política del actor tecno-político. (Dader, J. 2003: 321). Los nuevos modos de prácticas de consumo en la era de internet han generado nuevos discursos políticos y por lo tanto nuevos modos de hacer campañas electorales y nuevas políticas. En definitiva, las nuevas tecnologías como herramientas de la nueva generación de la comunicación política conducen a lo que se llama hoy “la nueva política” (Bessant, J. 2014: 9).

#### 3.3.3.4. Redes sociales y el nuevo concepto de poder

Uno de los resultados indiscutibles de la era digital es su capacidad de provocar una ola de transformación que ha tocado elementos esenciales de la sociedad de hoy, como los conceptos, los valores y las formas de relacionarse. En este marco las redes sociales, como herramientas de comunicación, de información, de construcción del saber y de la forma de relacionarse con otros, no son solamente un mecanismo de emancipación y de movilidad social, sino también un modelo de producción del cambio, es decir, su fuente de poder (Romero, 2011).

Concepto de poder que se está reconstruyendo en la era del Internet, siendo sus mecanismos y herramientas totalmente ajenos al concepto tradicional de poder en épocas anteriores.

La tecnología de comunicación ha liberado el poder tradicional de su violencia material y simbólica. Las nuevas tecnologías de comunicación, dentro de un contexto de confrontación tecnocomunicativa, retiraron el látigo de la mano del poder para que nadie fuera azotado, le quitaron los colmillos para que nadie fuera devorado y le cortaron las uñas para que las caras de sus oponentes no se arañasen dentro del espacio digital, fortaleciendo la lengua para que su función esencial sea la comunicación.

El nuevo concepto de poder que se forma en los espacios digitales, y en los foros de las redes sociales, tiende a establecer su fuerza sobre la eficacia del discurso de persuasión y los mecanismos de razonamiento, así como el poder de interpretación y, concretamente, esa capacidad crucial para establecer el significado en la mente del interlocutor o en la parte participante del proceso comunicativo (Castells, M. 2009), es decir, aquel que disputa con su adversario un objetivo comunicativo. La gran aportación de la era de internet en cuanto a la construcción de poder es que haya podido permitir, de forma igualitaria, el uso de las herramientas de construcción del poder político, social y religioso a todos los actores, así como haber facilitado el acceso a los medios tecnocomunicativos para la producción del discurso que forma el elemento esencial del poder en la comunicación. Existe una lógica de “ejercicio

de poder” en todos aquellos espacios donde se constituye el contrapeso del poder. Y en comunicación, esta lógica está muy arraigada a la comunicación de la era de Internet.

El concepto de poder que se forma aquí, en las redes sociales, es entonces un concepto que abandona su vestimenta tradicional, por lo que no implica ya una capacidad de controlar y dominar a través de las instituciones del estado o con leyes de castigo, ni por medio de una clase social que posee experiencias, herramientas y materiales de control previos a la comunicación. Este poder tradicional, como bien define Foucault, es:

Un poder pobre en recursos, muy ahorrativo en su procedimiento, monótono en sus tácticas incapaz de invención y condenado a repetirse siempre. Además, sería un poder que solo tendería la fuerza del no, incapaz de producir nada; apto únicamente para trazar límites, sería en esencia una anti -energía; en ello consistirá la paradoja de su eficacia; no poder nada, salvo lograr que su sometido nada pueda tampoco, excepto lo que le deja hacer (Foucault, M. 2000: 104).

A diferencia de estas características que forman el tipo de poder criticado por Foucault, surge el poder que se constituye con el uso de herramientas de comunicación y que están al alcance de cualquier actor tecnocomunicativo. Es, así pues, uno de los grandes factores que ha animado a los ciudadanos para la participación política o comunicativa (Kate, K. y Natalie J. S. 2006).

El poder en este contexto no es aquel poder logrado a través del concepto de capital material como figura en el análisis marxista (Poulantzas, N. 2001), ni en su significado especial para el sociólogo francés Bourdieu, ni siquiera lo que se formó en medio de la filosofía Althusser del aparato represivo e ideológico en el estado capitalista que logró hacer obedecer a las personas (Althusser, L. 1988). Más bien, es un concepto de poder cercano al que figura dentro aparato teórico de Michel Foucault, donde el poder se basa en el concepto de inmanencia y no trascendencia, como en Marx y Althusser.

Foucault considera que el poder no se ejerce de arriba abajo, sino por todos los lados y en todas direcciones (Foucault, M. 1999). El otro concepto de poder que surge del pensamiento de Foucault es aquel que contribuye a la construcción de puentes cognitivos y filosóficos con el concepto de poder que se constituye en el dominio de la comunicación, y que se forma a través del conocimiento (Foucault, M. 1969).

Este significado del poder es el más cercano, conceptualmente hablando, a aquel que surge asociado con el poder en el dominio de la comunicación, en cuyo ámbito el poder es la información manejada dentro del proceso comunicativo y, sin duda, son considerables las estrategias de uso de esta información dentro del discurso y de los argumentos que la consolidan.

El poder que se adquiere, gracias a las nuevas tecnologías de la comunicación, a través de los mecanismos accesibles por todo el mundo hace que el poder en la comunicación no exista antes del proceso de la comunicación, sino que surge durante el desarrollo del proceso de la comunicación. Es decir, que la comunicación en la era de Internet elimina cualquier poder anticipado a la comunicación misma y cualquier herramienta del poder que exista fuera del contexto interno de la comunicación. Lo que le otorga el poder a cualquier actor tecno-comunicativo o actor tecno-político son las herramientas de comunicación, como las redes sociales concretamente, así como las estrategias comunicativas adoptadas para gestionar la acción de estas redes. A estos elementos del proceso tecnocomunicativo se les pueden incorporar las competencias tecnodiscursivas, es decir, las dimensiones retóricas del discurso dentro del proceso comunicativo. El poder aquí no es otra cosa que la capacidad de establecer el significado en la mente del receptor del discurso o aquel implicado (como adversario) en el proceso de la comunicación (Castells, M. 2009).

### 3.3.3.5. El Poder en red: redes sociales como escenarios políticos emergentes

La participación política a través de las prácticas tecnopolíticas que, antes de la era digital, estaban marcadas por los actores políticos tradicionales representados en los partidos y otras instituciones del estado, se ven cada vez más desbordadas por la irrupción de nuevos actores que exhiben sus acciones políticas a través de los nuevos medios del ejercicio político y de la construcción del liderazgo político que son las redes sociales (Arce Rudon, Katya. 2005).

Este cambio en las formas del ejercicio político y de la participación política que ha marcado la era de la web 2.0, ha provocado un cambio en cuanto al dinamismo de la participación política y también en cuanto a las oportunidades de acceder al espacio público político y a las posibilidades de construcción de la visibilidad política que forma parte del poder político. La participación política en esta era es más democrática que nunca, o, mejor dicho, más abierta a la participación política y a sus medios y herramientas tecnopolíticas (Sánchez-Villar, 2019: 41).

En este contexto surge el fenómeno del político libre, es decir, aquel actor político independiente que no está apoyado por ninguna institución pública o privada. Internet le ofrece, como actor político, herramientas tecnopolíticas gratuitas y pone a su alcance el lograr acceder al espacio público sin ningún obstáculo, y construir su visibilidad política lejos de cualquier condición o presión ideológica de los grupos de presión (Martínez Villarreal, J. de D., Rivera Hernández, P. P., & Rodríguez Burgos, K. E. 2019).

Además, esta realidad anima a los actores políticos independientes a mantener su condición de libre e independiente sin miedo a que les falten medios de difusión y de acceso al espacio público. Todo ello dentro del sistema de percepciones emergentes que surgió con la aparición del término "nueva política" que ha venido instalándose mientras se eclipsa "la antigua política" debido a la transformación en los modos de comunicación política y de la participación política provocadas por la nueva era de la comunicación.

Con todo esto, nos encontramos con un nuevo actor político que desarrolla su acción política con nuevas habilidades tecnopolíticas consolidadas por la naturaleza del nuevo espacio político digital abierto y libre de los mecanismos de control por las fuerzas o poderes dominantes. El poder político dominante suele imponer, como confirma Manuel Castells (2009), los mecanismos de control que regulan las relaciones políticas, así como el acceso a dicho espacio. Aquellos que no se sienten representados por los valores del poder y pretenden una participación política resistente encontrarán en el poder político de las nuevas tecnologías de comunicación un aliado y un medio de resistencia tecnopolítica contra la dominación y el control. Estos nuevos medios consolidarán las garantías de un acceso libre al escenario político sin que la independencia del actor político se vea afectada u obstaculizada. En este contexto, la voluntad del actor político independiente, que no cuenta con el apoyo del poder oficial ni con estructuras representativas como los partidos u otras organizaciones políticas, para construir su liderazgo, quedaría solamente en manos de la capacidad de la buena inversión en las oportunidades tecnopolíticas que brindan las redes sociales en su estrategia de comunicación política (López-García, G. 2016).

Hoy en día, la participación política independiente y libre por parte del actor político o del ciudadano, se beneficia mucho no solamente del poder comunicativo de las redes sociales y de su impacto político sino también, y esto es importante, el coste de una campaña electoral. Es evidente que Internet o las redes sociales no solamente han transformado los modos de desarrollar prácticas tecnopolíticas de campañas electorales y ofrecer procesos prácticos tecnocomunicativos para una mayor implicación de los ciudadanos, y en concreto de los votantes en la acción política y en las operaciones relacionadas con el voto de una parte para elevar el dinamismo de la competitividad política entre los actores de la otra (Papagiannidis, S., Coursaris, K.C., & Bourlakis, M., 2012), sino que también han aportado una dimensión económica, como uno de los aspectos más significativos de las aportaciones de las nuevas tecnologías a la participación política en general y en las campañas

electorales, más concretamente. En consecuencia, la participación política de actores políticos independientes y libres que no están sostenidas por instituciones políticas u organizaciones financieras. Esta dimensión económica se manifiesta en la reducción del coste de las campañas electorales gracias a las herramientas de internet. Esto permite que cualquier actor político encuentre en los medios una poderosa herramienta para la difusión de su mensaje y la proyección de su imagen, evitando así quedar relegado a la marginalidad.

Basta con tener un móvil conectado a internet para poder crear una campaña electoral. Son éstos los nuevos instrumentos que garantizan el acceso a los nuevos espacios de la construcción de la visibilidad y a las plataformas de organización de la movilidad social como Twitter y Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. que, además de ser más eficaces, consolidan las posibilidades de la participación política independiente, todo ello desde fuera de las estructuras institucionales tradicionales como los partidos políticos, los gobiernos nacionales o regionales, las instituciones representativas, etc. (Kreiss, D., 2015: 132).

En definitiva, dentro de toda la transformación que provocaron las nuevas tecnologías de la comunicación en las prácticas tecnopolíticas y en la comunicación política, también han generado mecanismos estructurales resistentes, desde el ámbito tecnocomunicativo, a aquellas estructuras del poder dominante.

Mecanismos que permiten, en consecuencia, el surgimiento de un actor político capaz de alcanzar el poder y de acceder al espacio público e influir en la opinión pública, desde un proceso de acción completamente diferente a aquel que está controlado por el poder oficial, ya sea poder político, económico o religioso. A su vez, estos nuevos medios de comunicación tecnopolítica, han diseñado caminos directos al corazón de plataformas consagradas a la creación de la opinión pública independiente, adoptando solo mecanismos tecnocomunicativos.

Por lo tanto, estamos ante un actor político "independiente" cuyo acceso al poder o a las instituciones legislativas no depende de los puntos de acceso controlados por este poder, sino que depende de las capacidades

tecnopolíticas del actor político mismo y de la estrategia comunicativa de su acción política, y, por lo tanto, de su comunicación política. Basta señalar que, en sociedades similares a las que estudiamos en este trabajo, los actores políticos que están más dedicados a la opinión pública y a la movilización de masas siguen siendo también aquellos actores activos fuera de instituciones tradicionales como los partidos, los parlamentos o los medios públicos. E incluso si nos referimos a los medios de comunicación privados alineados con el poder, ya que después de la Primavera Árabe, en concreto, se ha incrementado la acción tecnopolítica, con un impacto efectivo, de actores completamente independientes. Todo ello gracias a las posibilidades que les están otorgando las redes sociales para poder actuar con total independencia dentro del espacio político. Destacamos, por ejemplo, como en Marruecos (que es nuestra principal área en este trabajo) una activista política que no está afiliada a ningún partido político, ni a ningún grupo de presión y que no cuenta tampoco con el apoyo del poder oficial, tiene un alto impacto en la opinión pública y goza de una capacidad notoria para la movilización de la gente, más que aquellos políticos que son apoyados por sus partidos o por las instituciones públicas del Estado (Amsidder, Daghami, & Toumi, 2012).

Últimamente, en dicho país, se está observando la incorporación a la política de nuevos actores políticos independientes y con gran trayectoria tecnopolítica. Por ejemplo, la activista política marroquí Mayssa Salama Ennaji se considera una de las figuras políticas independientes que más impacto ha tenido en la formación de la opinión pública marroquí, más que cualquier otro actor político que pudiera pertenecer a cualquiera de los grandes partidos políticos marroquíes (Ziad, M. 2014).

Por otra parte, el bajo coste de una campaña electoral tecnopolítica, es decir, aquella que se basa en la producción del discurso político y que se distribuye a través de las plataformas de redes sociales como Twitter y Facebook de manera eficaz, consolida la idea de que la participación política fuera de las estructuras institucionales tradicionales como los partidos políticos, gobiernos nacionales o regionales, instituciones representativas, etc., es una posibilidad (Kreiss, 2015).

En ese mismo contexto en el que se encuentran las aportaciones de Internet a la participación política, pero desde una dimensión determinante para la comunicación política y para las estrategias tecnopolíticas y tecnodiscursivas, figura una de las características que se enmarca en la información que ofrecen las redes sociales al actor político, en este caso.

Hoy en día, los votantes parecen que son más fáciles de identificar por parte de aquellos políticos que buscan el apoyo electoral de dichos ciudadanos. Todo ello a través de los intentos de los tecnopolíticos en obtener información reveladora de esos nuevos actores de la opinión pública.

La información que dejan los activistas en las redes sociales, las actividades tecnocomunicativas (manifestadas a través de los comentarios), las fotos, las opiniones, los textos y las referencias, etc., constituyen un espacio digital donde se distribuyen los elementos identitarios y específicos de los usuarios de las redes sociales, ofreciendo información y datos (incluso íntimos) sobre la personalidad del ciudadano/votante. El acceso a internet permite, así pues, alcanzar una cantidad infinita de contenidos y con ello la posición del ciudadano frente al actor político dentro del ámbito de la comunicación política. Esta relación ha cambiado de forma radical gracias a la redistribución, no solamente de las oportunidades de visibilidad que ofrecen los nuevos medios a estos ciudadanos y a sus mensajes, sino también porque las redes sociales son medios fáciles de adquirir, de forma gratuita y no necesitan de una gran experiencia, permiten, de esta manera, el acceso a la esfera política o pública a aquellos a quienes los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa niegan esta posibilidad de comunicación libre e incondicional. Es por ello por lo que estos nuevos medios han rebajado la dependencia a los medios tradicionales que monopolizan las fuentes de información, además de que poseen calidad interactiva sólida (McQuail, 2016).

Frente a esta apertura incondicional de internet hacia los usuarios de sus herramientas, surge otro componente que constituye uno de los nuevos aspectos de la comunicación política en la era de internet. Dicho componente concierne, en concreto, al conocimiento específico mutuo

que adquieren al mismo tiempo los actores políticos y los ciudadanos, uno sobre otros, durante las prácticas tecnopolíticas. La cantidad de información que dejan expuesta el político y el ciudadano durante el activismo político en las redes sociales ofrece un conocimiento específico sobre estos actores determinantes de la comunicación política. Los actores políticos y los ciudadanos que participan en redes sociales se encuentran, hoy en día, más al descubierto y con rasgos más visibles gracias a la información sobre ellos que dejan las propias redes sociales. En esta realidad, la comunicación política incluye en sus estrategias comunicativas los elementos privados de los actores de una parte, así como de los ciudadanos. De esta forma, los actores políticos encuentran en la información sobre el ciudadano una fuente para consolidar y potenciar la estrategia de la comunicación tecnopolítica, y hacer su discurso con más capacidad pragmática y retórica.

Personalizar las estrategias de la comunicación política por parte del actor político, es invertir a nivel de comunicación y discursivamente en el conocimiento establecido por la información rastreada y recuperada por dicho actor de las actividades comunicativas del ciudadano y también de la información que requiere la construcción de un perfil de red social (imagen y lugar, por ejemplo). También se produce a través de los contenidos que expone el ciudadano en su cuenta de redes sociales durante su activismo tecnocomunicativo y que desvela al final los elementos personales del ciudadano, como su cultura, su ideología, su religión, sus gustos, sus opciones políticas, sus relaciones personales, etc. La comunicación tecnopolítica en este contexto, se basa incluso en una estrategia personalizada que hace que la distancia entre el actor político y el ciudadano se reduzca. Es más, la comunicación política desde una perspectiva retórica es una “negociación de la distancia” entre el usuario del discurso y el auditor, como confirma Meyer (1994: 13).

Negociar la distancia, acercando las posiciones, las impresiones, como ganar el apoyo discursivamente durante el activismo tecnopolítico, es un objetivo primordial de cualquier comunicación política. La retórica tecnodiscursiva en este contexto político no es otra cosa más que la capacidad de provocar la implicación del otro político, actor político o

ciudadano, desde la fuerza tecnopolítica de la comunicación, en la participación política en general, y también sus adhesiones en las tesis políticas.

Este proceso negociador de distancias políticas e ideológicas a través del uso de la comunicación tecnopolítica se consolida de forma esencial y tensa durante las campañas electorales. En este caso, para implicar a los ciudadanos en el activismo político o incluso se apodera (el político) de información que le permite acercarse más al ciudadano para ganar su apoyo político en las elecciones.

La retórica tecnodiscursiva se alimenta de las aportaciones de las nuevas tecnologías y de las redes sociales a la comunicación tecnopolítica. El acceso a los datos de los actores o de los ciudadanos en las redes sociales hace que el impacto de comunicación política sea determinante. Los datos facilitan un conocimiento más amplio y profundo sobre los actores políticos y los ciudadanos que se implican en la participación política a través de las nuevas tecnologías y esta realidad hace que la retórica se apodere de los elementos que permiten la filtración de sus efectos discursivos en el proceso de la comunicación.

El activismo tecnopolítico, como hemos mencionado antes, suele dejar en las redes sociales huellas personales e identitarias de cualquier actor tecnocomunicativo, convirtiéndose en un objetivo al descubierto para aquellos que buscan captar su implicación política o ideológica, o incluso solamente su apoyo en momentos electorales.

Por otro lado, la información personal del actor tecnopolítico ha consolidado su huella digital, y ha convertido su actividad en redes sociales en una fuente adicional de información. Estos datos se transforman en herramientas clave para quienes buscan ejercer persuasión o influencia, actuando como intermediarios entre el individuo activo en redes y aquellos que intentan moldear su pensamiento a través del discurso o la orientación política.

Esta información que deja el usuario de las redes sociales en todos sus movimientos digitales hace que los actores tecnopolíticos inviertan discursivamente en ellas para lograr sus objetivos comunicativos. Quizás

las redes sociales han marcado más aún esta tendencia, y estamos comenzando a ver que todo el discurso de influencia en el campo político depende más de datos personales que de datos objetivos, lo que produjo un fenómeno que Manuel Castel llamó "escándalo político" (2009).

Esta tendencia, como una de las consecuencias de las prácticas tecnopolíticas, ha hecho que las vidas personales de los políticos se transformen. De esta manera, el creciente fenómeno del escándalo político se ha convertido en elemento de las nuevas estrategias de la comunicación interpersonal, es decir, entre el actor político y el ciudadano, por una parte, o entre los adversarios políticos entre sí, de la otra.

Con todo lo que hemos visto y como consecuencia de la transformación que ha sufrido la comunicación política gracias a las nuevas tecnologías de comunicación y en concreto gracias las redes sociales, las prácticas del tecnopolítico y la participación política en la era de internet, contribuyeron en sentar las bases de unas nuevas prácticas políticas y la invención de lo que se ha llamado como "la nueva política" (Ortega, 2011: 37). La dependencia de la nueva política de las redes sociales se refiere a la relación orgánica emergente entre las nuevas tecnologías de comunicación, las redes sociales en concreto y la política, ya que es evidente hoy en día que donde hay redes sociales hay política (Nahon, K, 2016: 39). Esta regla consagra el escenario definitivo donde la nueva política prefiere desarrollar sus dinámicas y afirmar su existencia. Son las redes sociales el campo de batalla en el que el nuevo actor político busca librar sus disputas, atrayendo a sus oponentes a este terreno para intentar vencerlos en cada contienda.

#### 3.4. LAS REDES SOCIALES Y LA RECONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

Abordar los problemas teóricos relacionados con la fórmula conceptual, estructural y funcional del concepto de espacio público en la era de la comunicación digital y de las redes sociales nos lleva, inevitablemente, a afrontar cuestiones centrales relacionadas con la legitimidad de contemplar el espacio público desde el campo de su definición, como es la red de Internet. Algunas de las cuestiones más importantes se pueden formular de la siguiente manera:

¿Cómo se define la percepción digital del espacio público?, ¿habrá una ruptura en la definición del espacio público en la era digital con las percepciones tradicionales del mismo concepto planteadas en la filosofía, la historia y la sociología? Si no equivale a una ruptura, ¿se pueden, al menos, llenar los vacíos conceptuales y funcionales del espacio público con el concepto heredado de Habermas y de sus críticos como Negt y Fraser, por ejemplo?, ¿cuáles son las perspectivas comunicativas y democráticas del espacio público digital? ¿cuáles son los nuevos desafíos conceptuales y funcionales a los que se enfrenta el espacio público en la era de las redes sociales?

La formulación de estas preguntas parte de un axioma que debe ser revelado antes de abordarlas, ya que es este axioma el que da legitimidad para ahondar en los ejes planteados a la hora de tratar el espacio público en la era de Internet. Durante casi una década, investigadores y pensadores han estudiado las invasiones digitales en los valores de la vida social, política, cultural, comunicativa, religiosa, entre otros. Han analizado los efectos de la transformación que la Web 2.0 ha traído al mundo, así como los valores asociados a ella. Un gran número de estos estudios han contabilizado las manifestaciones de dicha transformación, que ha impactado las relaciones, las percepciones y los trabajos.

Y la mayoría coincide, casi unánimemente, en reconocer que los efectos de Internet aparecen en todos los ámbitos en los que se utiliza o se emplea. Por tanto, teniendo en cuenta este axioma, que enfatiza la inevitabilidad de la transformación que Internet tiene en todos los aspectos de la vida, en nuestras relaciones, en los mecanismos de nuestra comunicación, y en los valores relacionados con nuestras diversas esferas de la vida, es legítimo cuestionar el impacto de Internet en la esfera pública; especialmente, porque este espacio es un espacio de comunicación, de exposición de discursos, de diálogo, debate y deliberación, y es un entorno, además, conectado a la acción democrática y política. Todos estos componentes activos en la dinámica del espacio público tienen una especial sensibilidad hacia Internet, porque, responden con una dinámica creativa a las capacidades que brinda la era digital para lograr diferentes objetivos.

Trataremos de abordar la transformación del concepto de espacio público en la era digital a través de tres puntos:

#### 3.4.1. La estructura del espacio público

Por estructura nos referimos a los otros ámbitos que abre el mundo de Internet para convertirse en un espacio público de discusión y de creación de opinión pública, es decir, que crea, por ejemplo, espacios que orientan el debate político, distintos de aquellos confinados a ámbitos más limitados como el parlamento, los medios de comunicación o los foros políticos o culturales. La red habilita áreas más amplias, abiertas a quienes deseen participar en un debate abierto o, al menos, comunicarse a través de él, amplía, además, los foros de discusión, los cuales constituyen el espacio público. A través de ellos se forma la opinión colectiva y se adoptan posiciones públicas; y, de alguna manera, se libera al debate público de las limitaciones impuestas por quienes controlan esos espacios, como la autoridad, los propietarios de los medios, o las clases que dominan los círculos de discusión política, literaria, filosófica etc., por ser un componente del espacio público burgués, según Habermas.

Ampliar el espacio público significa, en cierto modo, incrementar las posibilidades de participación en discusiones políticas y democráticas, y eliminar barreras, desde otros ámbitos accesibles como los que crea Internet o las redes sociales, para quienes no pudieron acceder a esos espacios de participación o discusión de interés público, o de crítica a la autoridad. Así, las redes sociales brindan un espacio para que nuevos actores se involucren en el debate público y expandan la democracia a horizontes no convencionales. Es posible afirmar, por tanto, que el espacio público tradicional se ha ampliado a un espacio paralelo creado por las redes sociales. De hecho, durante esta última década, ha quedado patente cómo el espacio público digital constituido por las redes sociales ha tenido consecuencias efectivas sobre el espacio público tradicional, influyendo en su dinamismo y en su agenda. Las redes sociales, que brindaron un refugio digital y tecno-comunicativo a los movi-

mientos sociales de protesta, ya fueran en el mundo árabe con la primavera árabe o en otras regiones del mundo, como aquellos que llamaron a ocupar las plazas públicas el 15 M en España o el Occupy Wall Street en EE. UU, o los movimientos estudiantiles en América latina o en Hong Kong, han provocado un claro cambio social y político en las sociedades que conocieron estas protestas. Estos movimientos no encontraron un espacio justo en la esfera pública de sus sociedades<sup>2</sup> ni en los ofrecidos por los medios de comunicación que controlaban los debates mediáticos. La búsqueda de un espacio abierto para sus reclamaciones de cambio los llevó a refugiarse en las herramientas tecno-comunicativas de Internet, y, con ellas, a construir un espacio con acceso abierto y sin control para poder garantizar una participación integra en el debate público.

Existe un claro cambio estructural en el concepto de espacio público en el ámbito de Internet, en comparación con el concepto tradicional elaborado por Habermas. Las redes sociales, con sus espacios de comunicación, de debate, de intercambio de ideas, así como de coordinación para la acción, ofrecidas por plataformas como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram etc., han conseguido derribar las barreras extremas del espacio público habermasiano y ampliar sus fronteras a horizontes más amplios permitiendo a nuevos actores participar en el debate público. Cuanto mayor sea la participación política y el debate diverso, más sólida será la democracia, esto es lo que se espera del espacio público, que sea eficaz en la consolidación de la democracia.

Internet se ha convertido en el nuevo espacio público, un espacio que permite el debate y contribuye a su expansión, que fomenta una mayor participación de los individuos y de los actores, y que establece una libertad más amplia que no está sujeta a las restricciones de clasifica-

---

<sup>2</sup> No se pretende igualar aquí las democracias en las sociedades del mundo, sino destacar el interés común de sus actores en encontrar un espacio como para expresar sus reclamaciones de cambio político y social, marcar su visibilidad y defender su discurso.

ción que ejerce la formulación del espacio público desde una clase social concreta, como en el espacio público tradicional (Papacharissi, 2002: 11).

La jerarquía social, política o de poder lograda en el espacio público tradicional que defendió Habermas no afecta significativamente a la estructura del espacio digital, pues no reproduce las mismas relaciones jerárquicas que parecían haberse logrado en el espacio público de Habermas, formulado desde un marco burgués, que clasificaba la visión de los demás y las relaciones entre actores en diferentes contextos.

En las acciones tecnopolíticas practicadas en el espacio político digital en Marruecos, que forma nuestro corpus de análisis en este trabajo, los diferentes actores políticos, sociales y religiosos han tenido la misma oportunidad de visibilidad. La opinión pública, con sus diferentes clases sociales, políticas e ideológicas, ha contado con las mismas herramientas para acceder al debate público e interactuar con los diferentes actores, sin que hubiera condiciones de acceso establecidas por las normas de las instituciones políticas representativas, en comparación con la naturaleza de los medios de comunicación tradicionales que no permite las mismas condiciones de interactividad en los debates que emprenden. Las redes sociales han puesto a todos los actores de la sociedad, desde el Estado hasta el ciudadano, dentro de la misma línea de partida en el ámbito de la competitividad para la construcción de la legitimidad discursiva, el liderazgo político, social y religioso, ofreciendo un espacio con estructura que elimina cualquier desigualdad estructural y cualquier dominación previa.

La estructura del espacio digital, formada por foros de redes sociales, y su funcionamiento están, por tanto, determinados por las nuevas arquitecturas que configuran los nuevos espacios o plataformas como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, etc. en la esfera pública digital. Dicha arquitectura tecno-espacial permite el libre acceso y la ampliación de la participación que proporciona la configuración del espacio público digital.

### 3.4.2. La dimensión representacional del espacio público virtual

Una de las dimensiones fundacionales del espacio público, físico, tal como lo define Habermas, o virtual, como el formado por las redes sociales, es la dimensión representacional.

Se trata de la percepción que Louis Quéré propone en su concepción teórica al enfatizar que el espacio público es un ámbito social basado en dimensiones simbólicas y representativas que se manifiestan en su interior (1992: 77). Una dimensión de espacios físicos, socioespaciales e incluso mediáticos, que, a través de prácticas culturales y sociológicas, se manifiesta en dos niveles. Un primer nivel es el del espacio público tradicional, donde los límites de la representación terminan en las estructuras permitidas por los mecanismos que configuran la propia esfera pública tradicional. Según el espacio público de Habermas, la representatividad en él incluye solo a quienes tienen acceso a los espacios establecidos por las herramientas de la clase burguesa, con la que el autor vinculó su concepto teórico de espacio público, ya sea a nivel de perspectiva, o mediante el uso de las herramientas de acceso como los medios de comunicación o incluso los círculos culturales. Se trata, como critica Fraser, de herramientas que hacen que otros componentes activos, con una dinámica invisible, estén ausentes del espacio público, aunque estos actores invisibilizados pueden ser los que jueguen un papel más relevante en la resistencia a la hegemonía y en la crítica al poder, como es el caso del movimiento feminista, que, según Fraser, fue una aportación para construir un espacio público libre de todos los elementos y aspectos de dominación.

Numerosas fuerzas sociales, políticas y culturales son conscientes, hoy en día, de la invaluable oportunidad que ofrece el nuevo espacio público digital a quienes siempre han visto obstaculizada su participación por diversas barreras, especialmente aquellos que han sufrido marginación de clase, política o incluso étnica, al carecer de los mecanismos para expresar sus posiciones e integrar su discurso en el debate público. Las redes sociales han posibilitado una gran flexibilidad lo que ha permitido que entidades pequeñas e importantes ingresaran y participaran en ese

espacio público, un espacio que estaba limitado a las dimensiones de los que tenían poder de cualquier tipo, ya fuera a través de la representación institucional, de la propiedad o del control de los medios. De hecho, la especificidad de la interacción virtual que brindan los espacios de las redes sociales en general, crea posibilidades que no se pueden pasar por alto ya que logran un espacio público virtual, abierto y democrático, más flexible y representativo, de manera que se adapta a todos los componentes sociales.

El nuevo espacio público virtual formado a partir de las redes sociales se ha convertido en un entorno inmaterial e incontrolado en la forma tradicional por las propias instituciones convencionales. Se ha transformado en un espacio que combina ingeniería y relaciones más tecnológicas que sociológicas, con datos interconectados.

Estos datos, que componen el espacio público virtual, comenzaron a vincularse con importantes proyectos de desarrollo y de cambio social y político, con la democracia, la igualdad, la resistencia a la dominación, la visibilidad y con la participación, y ocuparon un espacio creciente en la geografía de los hechos sociales cotidianos de los individuos. Asimismo, han constituido, en numerosas ocasiones, un factor generador de muchas aspiraciones y esperanzas por sus capacidades comunicativas, su flexibilidad interactiva, su simbolismo y su habilidad para proporcionar nuevas dinámicas que liberan a los individuos de las contradicciones y limitaciones de la realidad.

Los espacios que brindan las redes sociales no son meramente imaginarios, sino que representan un locus complejo dentro del cual se forman percepciones simbólicas, interacciones sociales, prácticas discursivas, representaciones sociotécnicas y rituales antropológicos (Belkacem & Ben Amra, 2018: 86).

El espacio público virtual descentralizado ha dado lugar a un concepto comprometido con los objetivos comunicativos, con las políticas sociales, así como con la democracia, al que el mismo Habermas aspiró establecer con su teoría sobre el debate público, el interés colectivo y la

democracia. Con la dimensión representativa del espacio público virtual, la dominación y la exclusión han perdido fuerza a favor de una mayor representación y visibilidad de las fuerzas marginadas en la sociedad física y real.

Actualmente, los actores representados disponen de más herramientas para llevar a cabo acciones de participación en el debate público sin necesidad de intermediación (Subirats et al., 2015: 9), es decir, se representan por sí mismos, se encargan directamente de la construcción de su representación virtual sin intermediarios. La ampliación de las representaciones y de los actores que participan en el debate público, contribuye a la creación de más contextos en el espacio virtual, a más visiones, a más justicia participativa. Podemos, con toda seguridad metodológica, tomar prestado el concepto de polifonía desarrollado por Mikhaíl Bakhtín, referido a la transparencia representativa de todas las voces que forman la realidad, es decir, una presencia no intermediada de cada uno de los actores (1977: 53). Un espacio público virtual con esta capacidad representativa de los actores permite la consolidación de la democracia y de la justicia participativa.

Hoy en día existe un número considerable de modelos representativos instalado en el espacio público virtual, y refleja la transformación de la noción de la representación en cuanto al ámbito de presencia y a los tipos de actores. Podemos ofrecer como ejemplo el de la comunidad médica, uno de los colectivos sociales, culturales y científicos que construye sus propios discursos y se ocupa de comunicar la información y de exponer sus opiniones en la esfera pública. Actualmente, este sector profesional, gracias a las nuevas tecnologías, ha asumido el liderazgo en la construcción de su visibilidad en el espacio público virtual, sin intermediarios que comprometan el rigor de la información médica o científica. Hoy en día grupos de médicos, incluso más específicos como los especialistas, acceden, gracias a las nuevas tecnologías, al espacio público y garantizan la llegada de la información de la forma más original posible. Durante la pandemia, cuando el espacio público virtual se transformó en el verdadero espacio público real, los médicos crearon, a través de las redes sociales, espacios para orientar a la opinión pública

sobre cómo afrontarla. El colectivo médico dotó de identidad a un espacio virtual que ellos mismos construyeron a través de las redes sociales y, por lo tanto, se representó a sí mismo. El espacio público virtual, durante la pandemia, ofreció más pruebas de la relevancia ganada en comparación con el espacio público físico.

La pandemia fue una ocasión significativa para evidenciar el papel creciente del espacio público virtual, ya que se convirtió en un entorno que reflejó el espíritu que dio vida a todos los componentes de la sociedad, que incubó todas sus dinámicas y sus relaciones, y que hizo posible el surgimiento de todos los colectivos presentes en la realidad. Dentro de un mismo espacio digital tuvimos la oportunidad de ver comunidades de médicos, comerciantes de verduras, profesionales de la restauración o profesores, experimentando su día a día y construyendo sus representaciones en el espacio público de una forma sin precedentes. Notable fue en la sociedad marroquí, objeto de nuestro estudio, cómo su espacio público digital, durante la pandemia, respondió con una mayor representación de los sectores de la sociedad. Llamó la atención cómo, por ejemplo, los comerciantes, que no se encuentran, habitualmente, entre los colectivos que ocupan la agenda de las noticias en los medios tradicionales, se trasladaron deliberadamente al espacio público digital durante esta crisis de salud por COVID 19, organizando reuniones y participando en ellas a través de las redes sociales o por medio de la plataforma Zoom. Se pudo observar cómo, por ejemplo, en un debate, y en la misma sesión, participaban decenas de representantes del sector comercial y de diferentes ciudades del Reino de Marruecos a la vez. Estas discusiones no fueron cubiertas por los medios tradicionales y solo informaron sobre ellas las emisoras locales. También entendemos que apostar por el espacio público digital en Marruecos está, en gran medida, motivado por la sed de los actores sociales en busca de un espacio público alternativo al tradicional, en el que la participación está restringida y controlada por la autoridad u otros elementos como los propios medios de comunicación. Este espacio alternativo digital permite a los nuevos actores construir su visibilidad y participar en debates públicos.

Por este motivo, el dinamismo de la sociedad digital, en cuanto al número de encuentros de discusión colectiva de temas públicos a través de la mencionada plataforma Zoom, y desde distintas ciudades de Marruecos, fue mayor que el de los países desarrollados, que cuentan con medios de comunicación que ejercen menos control sobre ellos. En la actualidad, y en lo que respecta a la participación en el debate público especialmente, las redes sociales continúan siendo las únicas que contribuyen a lograr una representación plena de los distintos actores.

### 3.4.3. La dimensión interactiva del espacio público virtual

El estudio de la interactividad forma parte de la evolución de la ontología y de la tecnología de la comunicación en general, y de las redes sociales en particular, incluso del espacio público (Bowman & Willis, 2003). Es otro componente efectivo que afianza la transformación estructural que ha afectado al concepto de espacio público digital, y que desplaza el concepto de Habermas de su centralización. Es el concepto relacionado con la capacidad de este nuevo espacio público existente mediante la tecnología de la comunicación para responder a la dinámica comunicativa expandida. Esta dinámica ha sido consagrada tanto por esta tecnología como por las redes sociales, en el propio acto comunicativo y en los espacios ilimitados de su formación, que hoy día están construyendo nuestras discusiones públicas, así como nuestros discursos públicos. Este componente es, como se ha mencionado, la interactividad.

Antes de proceder a mostrar la transformación que realiza la interactividad en la estructura del espacio público, nos detendremos en las percepciones que circulan sobre el término interactividad en sí. No cabe duda de que se antoja difícil definir de forma clara y precisa el concepto, dada la existencia de campos de conocimiento entrelazados que enmarcan el dominio de acción de dicho término, sin embargo, podemos adoptar definiciones que nos coloquen en una distancia más cercana a la esencia del concepto. En este sentido, Sheizaf Rafaeli definía la interactividad como:

Una expresión en la medida en que, en una serie dada de intercambios comunicativos, cualquier tercera (o posterior) transmisión (o mensaje) está relacionada con el grado de intercambios previos referidos a transmisiones anteriores (1988: III).

Otra definición del término es la aportada por Ha y James, quienes centraron su aportación conceptual de la interactividad en considerar la interacción "en la medida en que el comunicador y la audiencia responden o están dispuestos a facilitar las necesidades de comunicación de cada uno" (1998: 461). El impacto de la interactividad figura en la definición elaborada como aspecto conceptual por Steuer, que para él "la interactividad es la medida en que los usuarios pueden participar en la modificación de la forma y el contenido de un entorno mediado en tiempo real" (2000: 84).

Sin embargo, en mi opinión, una de las aproximaciones conceptuales más destacadas del término interactividad sigue siendo la de ese esfuerzo teórico que busca construir una visión del concepto desde un marco que considera la interactividad como un aspecto comunicativo que contribuye a la profundización de la dimensión social y política de las redes sociales. La interactividad permite participar en el acto de comunicar, en el intercambio de posturas y también en influir, así como permite establecer relaciones específicas, con múltiples objetivos, entre los usuarios del discurso o los usuarios del mensaje, fuente de la interacción (Ariel & Avidar, 2015).

La interactividad nos impulsa a abrirnos a espacios no subjetivos, es decir, fuera de los límites del individuo, de la familia, de la universidad, de la ciudad, y nos conduce a horizontes más amplios que abarcan a todo el mundo. Estos nuevos espacios, cuyos dominios se unen por la interacción con el campo de nuestra acción, suelen ser portadores de nuevos valores, ideas, visiones, experiencias y argumentos que se desbordan de las fronteras tradicionales controladas por el poder dominante en el espacio público tradicional.

El derrumbe de las fronteras frente a la acción comunicativa, y la ruptura de las barreras que permitían el establecimiento del control por

parte de una autoridad dominante, hacen ineficaz el control de las fuentes del discurso de oposición y de las críticas contrarias en el nuevo espacio público digital. La caída de las fronteras, que impedían una participación más amplia en el discurso y en el debate públicos, abre los espacios a nuevas legitimidades que pueden debatir y competir con la legitimidad dominante. La inclusión de nuevos actores en el debate público, gracias al acceso disponible a libertades ampliadas, implica la incorporación de nuevas interpretaciones y perspectivas. Estas perspectivas enriquecen el debate y realzan más su libertad, pero suponen un desafío a la hora de terminar una discusión o incluso controlarla, y quizás la incapacidad de concluirla, pero hace más presente la dimensión democrática. Proporcionar información diferente y puntos de vista amplios hace que la toma de decisiones sea más efectiva, aunque puede ser más lenta.

Algunos ven la naturaleza interactiva de Internet y de las redes sociales, que hoy en día acogen e incluso dan forma al nuevo espacio público, como una innovación técnica que puede mejorar la participación en la política, los asuntos civiles y las discusiones públicas, y crear una oportunidad para que el ciudadano medio interactúe en la toma de decisiones a través de nuevos y llamativos modelos. Existe una clara creencia entre los usuarios de las redes sociales de que la interacción cambiará incluso la naturaleza de la democracia.

El debate y la discusión, en sí mismos, son propicios para una participación amplia y deseable. Las redes sociales e Internet en general, que forman el nuevo espacio público, garantizan la oportunidad de participar y de acceder. Son oportunidades que no estaban disponibles, con esta amplitud y tamaño, en los espacios públicos tradicionales. Internet ha permitido a la ciudadanía, gracias a la interactividad que brinda, reemplazar los mecanismos tradicionales de participación, por ejemplo, en las instituciones políticas o culturales establecidas por la autoridad, por otros instrumentos, a saber, las redes sociales, que les garantizan una nueva experiencia de participación e interacción (Dyson et al., 1994). Las redes sociales han facilitado al ciudadano medio acercarse al ámbito de la formación de posiciones y de la opinión pública, así como

al de la circulación de datos privados, monopolizado por una determinada élite de la sociedad, para comprender la lucha política y la naturaleza del poder, y dismantelar así el discurso dominante.

Con la multiplicidad de estos datos se forma una nueva conciencia política entre la ciudadanía, que no habría logrado este acceso a los espacios públicos de discusión, de acceso limitado y participación restringida y, en ocasiones, elitista, de no ser por las oportunidades que brindan las redes sociales para este fin (Grossman, 1995).

Sin embargo, para algunos analistas, la interacción, con la amplia libertad que garantizan las redes sociales a nivel de debate público o democracia, plantea desafíos a la propia democracia y al propio debate público. El debate sobre la participación ciudadana a menudo adopta la opinión de que es muy deseable amplia una implicación, y si bien los ciudadanos deberían tener la oportunidad de involucrarse, esta intervención pública no es necesaria ni conveniente en ocasiones, especialmente si anima a tomar decisiones apresuradas por parte de ciudadanos desinformados (Fishkin, 1991). El origen de esta crítica es la percepción que sostiene que la interacción abierta permitiría a quienes no están preparados o capacitados para tal acto expresar opiniones y posiciones que no son útiles para el debate público. La libertad unida a la ignorancia es peligrosa como sugiere Dahl, quien sostuvo que la democracia requiere algo más que permitir que las personas participen en la formulación de políticas, exige de acciones positivas y creativas que fomenten el desarrollo del debate, y no lo obstaculicen (Dahl, 1989).

#### 4. RELIGIÓN Y ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS

Antes de abordar las formas en que la religión establece su visibilidad en el espacio público marroquí es necesario suscitar el debate teórico

sobre la religión en dicho espacio. El título más destacado de esta relación es aquel que habla de la vuelta de la religión a el espacio público, emprendido por los grandes teóricos y filósofos occidentales<sup>3</sup>.

La religión en las esferas públicas de las sociedades contemporáneas occidentales había perdido terreno, su presencia y su acción abandonó el espacio público y se instaló en espacios privados después de que los efectos de las filosofías de la ilustración y el poder de la razón formal bloquearan su acceso a lo público, limitaran su acción y forzaran su retirada (Barnett, 2003).

Pero antes de abarcar esta realidad histórica se debe señalar que la religión antes de la formulación del concepto de «espacio público», estaba presente con una notoria visibilidad y era una fuente de significados y de construcción de creencias, así como de organización de relaciones. Es más, era un poder político y social.

#### RELIGIÓN MODERNIDAD Y ESPACIO PÚBLICO

La concepción de la religión como poder es lo que la ha colocado en confrontación con las leyes del espacio público en la modernidad. Las religiones monoteístas contradicen el concepto de religión que manejaba Hegel, que consideraba el espíritu griego como modelo de religión que responde a las necesidades de la realidad, la religión para Hegel es la humanidad y, por lo tanto, se identifica con la realidad (Küng, 1974). La idea general de Hegel sobre la noción de religión considera que esta es una situación necesaria del espíritu para acompañar a la razón dentro de su evolución dialéctica, lo cual indica que su existencia no es casual, sino es una de las acciones de la razón que, según Hegel, puede guiar el ser humano sin la ayuda de la revelación. La religión aquí se posiciona detrás de la razón, lo cual no suscita ningún tipo de poder que pueda entrar en contradicción con la razón o la realidad, por lo cual,

---

<sup>3</sup> Estamos hablando del espacio público en Occidente concretamente porque gran parte del debate occidental sobre la relación de la religión con el espacio público se ha visto reflejado en los debates de las elites en algunas sociedades árabes como en Marruecos.

en este sentido, está en armonía con el espacio público ordenado por leyes de la razón.

Por otra parte, las religiones monoteístas distinguen entre el dominio natural o la realidad y la revelación, es decir, la revelación no está sujeta al poder del ser humano o las instituciones sociales, por lo cual, según esta consideración, no hay ninguna identificación entre la religión y el espacio público, como está determinado por la modernidad, que busca sus leyes del espacio en sí mismo. Esta realidad hace que la religión monoteísta se vea vinculada con un poder (lo divino) lo que hace que este poder entre en conflicto con los otros poderes que forman el espacio público.

La modernidad percibió que la religión es una realidad innegable y unas de las respuestas al reto que planteaba consistían en reducir o desactivar el poder de las religiones a través de la canalización de sus valores en áreas como la ética y el derecho (Rai, Bassem. 2018), como ha hecho Kant. De esta forma la religión termina por circunscribirse a un espacio privado.

Pero lo que más agrava el aislamiento de la religión en el espacio privado es el poder de la razón formal, en cuyos cuarteles descansan los pilares teóricos y filosóficos de la modernidad, que ha ido planteando retos conceptuales científicos, filosóficos y lógicos para deslegitimar el papel de la religión en el espacio público.

Uno de estos retos, el más determinante, es poner la religión en contradicción con la verdad científica. Los parámetros de la ciencia y de la razón formal consideran la religión más cerca de la mitología que de la razón y la ciencia y, por lo tanto, reducen la religión a una experiencia de percepción dentro de un ámbito privado.

La evolución del espacio público y de las filosofías desarrolladas bajo las alas de la modernidad y de la razón, que vertebra sus teorías, no han podido cerrar totalmente el debate sobre el papel de la religión en el espacio público ni tampoco limitar su visibilidad al ámbito privado, ya que de repente apareció un concepto que evidenció una cierta crisis en el dominio de la razón de la modernidad, y surgió un nuevo título que abanderó los debates filosóficos sobre el espacio público tomando como fórmula expresiva «la vuelta de la religión» (George, 2007.p. 17),

la cual ha podido reservar su espacio y su legitimidad como planteamiento filosófico a raíz de la crisis creciente de la razón con sus herramientas formales y teóricas durante la época de la Ilustración, según han destacado Max Horkheimer y Theodor W. Adorno en su obra *Dialectic of Enlightenment*<sup>4</sup>. Esta obra ha arrojado más dudas sobre la crisis de la razón instrumentalista, que ha abierto una nueva era de relatividad racional y una etapa marcada por guerras sangrientas provocadas por regímenes dictatoriales que se fundaron sobre la base del absolutismo del Estado, el predominio del mercado sobre la vida de la gente bajo el lema del bienestar y beneficio. Max Horkheimer y Adorno citan esta inquietud como objetivo de *Dialectic of Enlightenment* al afirmar en el prólogo que era «nada menos que explicar por qué la humanidad, en lugar de entrar en un estado verdaderamente humano, se está hundiendo en un nuevo tipo de barbarie» (1972.p. 123).

Esta crisis ha conducido una nueva etapa en la que se quiso abarcar un nuevo periodo llamado postmodernismo o post-secularismo, un periodo donde la razón buscaba fuentes dentro de la razón y no desde su fuera. Estas fuentes no las ha encontrado la razón instrumentalista dentro de sí misma (la razón) porque no ha podido desarrollar fuentes parecidas (Bassem, 2018). En este contexto, se empezaron a buscar fuentes que terminaran por conducir el legado y la civilización humana y una de estas fuentes destacadas es la religión. Esta circunstancia ha abierto la puerta para hablar de la vuelta de la religión al espacio público, ya que surgieron conceptos filosóficos que hablan de cierto papel de la religión en dicho espacio.

#### 4.1 RELIGIÓN Y SU CONTRIBUCIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO

Existen distintas visiones filosóficas que han elaborado un debate teórico sobre la vuelta de la religión al espacio público, las más destacadas de ellas son:

---

<sup>4</sup> Es una de las obras más destacadas de la Escuela de Teoría Crítica de Frankfurt, en el prólogo del libro que fue editado en 1947 en Ámsterdam, después de un periodo de circulación privada durante la segunda Guerra Mundial.

- La de Jürgen Habermas, que se basa sobre un concepto que considera que la religión aportará contribuciones a la razón pública<sup>5</sup>. Habermas suscita las contradicciones que podrían surgir de una actuación del estado racional que puede llegar a negar la existencia de la religión en la sociedad. Habermas afirma que la religión no es un dominio privado, sino un asunto público y se esforzó por demostrarlo en su polémico libro. *Entre naturalismo y religión* (Habermas, 2006), donde dedica un capítulo entero al espacio público, y demuestra que la religión tiene en él su posición natural. Considera también que reconocer el papel de la religión en el espacio público conduce a la defensa de un espacio abierto en donde conviven todos, el creyente y no creyente, de forma igualitaria. Su planeamiento al respecto es de una sociedad post-secular.

- La de Charles Taylor, que considera que su teoría no es una negación del secularismo, sino una vuelta del concepto a sus fundamentos originales (Meskini, 2015). El filósofo y sociólogo canadiense considera que el secularismo «no es un derrumbe histórico de la religión, sino que destaca solamente nuevas condiciones en cuyo marco la fe y la no fe podrán convivir» (Taylor, 2009. p. 250).

Una de las bases filosóficas de Taylor se manifiesta en aquella consideración que ve la religión como fuente de producción del «significado», y esto a través de una lectura fenomenológica del secularismo en la cual insiste en que el Estado que se considera secular no es aquel Estado que planta obstáculos entre él y las ideas diferentes que supone de antemano que son erróneas basándose sobre lo que él ha llamado «el mito de la Ilustración» (Cornel, Butler, Taylor, Habermas, 2011), sino el que pone entre él y las distintas ideas una distancia que le permite tratar con neutralidad todos los pensamientos (Abd al-Zāhir, 2021).

---

<sup>5</sup> La razón pública es un término de Kant que se refiere al espacio público. (Kant, 1985).

## 4.2 LA RELIGIÓN EN ESCENARIOS INTERNACIONALES

*Pero en paralelo a estas filosofías y reflexiones teóricas de Habermas, Taylor y otros, acontecimientos concretos y crecientes escenarios internacionales distintos han contribuido, como corpus experimental, a consolidar las convicciones teóricas y filosóficas sobre la vuelta de la religión al espacio público, ya que desde los años setenta del siglo pasado se han observado distintos factores políticos y sociales que demuestran que la religión puede desempeñar un papel mayor de lo que estaba previsto dentro de los debates de la filosofía en el espacio público.*

*En este contexto, la revolución iraní ha demostrado la capacidad que ha evidenciado un líder religioso como el Jumaini, que pudo movilizar unas masas humanas ingentes para lograr la aplicación de sus aspiraciones sociales y políticas (Al kayal,2017) hasta tal punto de que esta revolución ha generado en un filósofo como Michel Foucault, que ha visitado Irán y ha hablado de lo que el mismo llamó «la política espiritual», una atracción muy particular (Simonoff,2004). Foucault lo definió como «la primera insurrección contra los sistemas planetarios, la forma más moderna de revuelta y las más loca» (Foucault,1995).*

*En el mismo contexto, y mientras la revolución iraní asentaba sus bases, la visita del Papá Juan Pablo II a Polonia constituía una señal determinante del papel que iba a desempeñar la religión a la hora de precipitar la caída del sistema socialista. La imagen de la vuelta de la religión la han completado también el ascenso de los cristianos evangélicos en los Estados Unidos en los años ochenta y noventa, y los muyahidines islámicos en Afganistán, Pakistán, Egipto y Argelia.*

Y desde los hechos acaecidos el 11 de septiembre de 2001, ha aparecido<sup>6</sup> ante nosotros un nuevo escenario mundial en el que la religión se ha convertido en un tema recurrente en los debates políticos, sociales, culturales y, por supuesto, morales. Esta vuelta a la religión como tema en el siglo XXI que, como ha señalado George Corm (Al kayal, 2018), se

---

<sup>6</sup> Decimos “ha aparecido” porque sus raíces son más profundas y complejas.

ha manifestado en toda clase de conflictos y alianzas internacionales con una base religiosa, ha dado lugar a distintos enfrentamientos en los que la religión es el común denominador, como por ejemplo en India entre hindúes y musulmanes sobre el templo de *Ayodha*; o en Cachemira; o en Filipinas, donde han aparecido grupos de índole religiosa como el denominado «Grupo de Abu Saiaf». También en otros escenarios, como Chechenia, Afganistán o Irak<sup>7</sup>, bajo el lema de la lucha contra *Al Qaeda*; o los ataques terroristas en Indonesia, en la Casa Blanca y en Marruecos, y más tarde en Madrid, Londres, París, Niza, Barcelona, etc. En todos ellos ha aparecido o se ha mencionado la religión, considerada como elemento característico. No podemos olvidarnos de todos y cada uno de los movimientos sociales incluidos dentro de los acontecimientos de la primavera árabe de 2011, que también han sido asociados de algún modo con cuestiones o aspectos religiosos (El Mouden, 2011).

Entre tanto, los medios de comunicación internacionales han ido reflejando todos cambios de este nuevo escenario. Ya sea en París, Moscú, Nueva York, Beirut, Bagdad, Estambul, Nueva Delhi, Yakarta, Madrid, Londres, Rabat, las cabeceras de nuestra prensa, revistas semanales o cadenas de televisión y radio nos hablan de la religión (Corm, 2007).

#### 4.3. LA RELIGIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS

La aproximación a la relación de la religión con el espacio público se debe desarrollar desde una visión gobernada por distintas características teóricas y prácticas, así como culturales e intelectuales. Esta relación se debe pensar desde el marco de esta realidad porque goza de una propiedad distinta desde el punto de vista de los elementos socioculturales que la de otras sociedades, como la occidental, en la que ha desarrollado, por ejemplo, Yurgen Habermas su teoría del espacio público y su relación con la religión<sup>8</sup>. En la historia del islam no se separó la

---

<sup>7</sup>Antes, Irak era un país árabe laico, ahora es un país que vive grandes conflictos entre las corrientes religiosas que forman el tejido político y religioso del país, como los chiitas, los suníes, los cristianos, los kurdos, etc.

religión de la política y, por lo tanto, del Estado. La religión en este tipo de sociedades es un elemento que vertebra el poder político, y encuentra este poder su legitimidad política (Butler et al., 2011, p. 17). Es un elemento conceptual también para fuerzas políticas que gozan de un respaldo social como los partidos del islam político en las últimas décadas<sup>9</sup>. Mientras tanto, Occidente ha podido desarrollar su modernidad al crear hasta cierto punto una ruptura entre la religión y el Estado. En el mundo árabe, en el que se encuentra Marruecos, se sigue manteniendo la idea de que el islam forme parte de su modernidad bajo la expresión de «autenticidad y modernidad», es decir, una modernidad que se basa en la identidad y se abre sobre experiencias modernas como la experiencia occidental<sup>10</sup>. Por otra parte, las fuerzas de izquierda política y un sector de la elite intelectual velan por una separación entre la religión y la política y entre la religión y el Estado. Por eso se libra entre las fuerzas de la izquierda y el islam político un debate tenso e incluso una guerra política. El gran reto que enfrenta la izquierda en Marruecos es que su discurso sobre la modernidad se queda limitado a las elites y no ha podido desarrollar un discurso que llegue a más clases sociales.

---

<sup>9</sup> Siempre que ha habido elecciones libres en el mundo árabe, han triunfado fuerzas del islam político. Esto ocurrió en Argelia en las elecciones de 1984, en Palestina en 2006 con la victoria de Hamás, en Egipto durante la Primavera Árabe con el triunfo de los Hermanos Musulmanes y en Marruecos, donde ha ganado el partido islamista Al Adalah Wa At-Tanmiya. Lo mismo sucedió en Túnez en las primeras elecciones transparentes tras la Primavera Árabe, cuando se impuso el partido An-Nahda. Sin embargo, estos grupos nunca han logrado gobernar plenamente debido a golpes de Estado o intervenciones, excepto en Marruecos y, en cierta medida, en Túnez.

<sup>10</sup> Filósofos El filósofo Taha Abderrahman acusa a los modernistas de Marruecos y del mundo árabe de no haber logrado desarrollar una versión original de la modernidad adaptada a las sociedades árabes y musulmanas. En su lugar, sostiene que han adoptado modelos modernos de manera literal, sin ajustarlos a las condiciones y realidades pragmáticas de estas sociedades.

Referencia: Abderrahman, T. (1994). *Tajdīd al-manhaj fī taqwīm at-turāth* (La renovación de la metodología para la evaluación del legado), p. 32.

#### 4.4. LA RELIGIÓN ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN MARRUECOS

El punto de la teoría de Habermas sobre la religión y el espacio público más cercano a sociedades como la de Marruecos se encuentra en las aportaciones teóricas y filosóficas del pensador alemán desarrolladas en la tercera etapa de su obra (las editadas desde finales de los noventa y el principio de nuestro siglo) en cuyo seno ha planteado una apertura sobre la religión, desvelando algunos aspectos del papel de la religión en el espacio público. Ha desarrollado esta teoría a través de tres conceptos esenciales (Nowar, 2018).

**a. El pensamiento post-metafísico:** En este concepto Habermas considera el pensamiento post-metafísico como una posición agnóstica que distingue con exactitud la fe y el conocimiento sin reconocer de antemano la certeza de una religión sobre otra, pero sin negar por otra parte, como hace el positivismo, los conocimientos posibles que puede obtener la religión. Es un concepto que establece una relación de apertura común entre la fe y la razón, pero sin que haya ninguna forma de mezcla ente los dos. A través de este planteamiento Habermas establece un puente de dialogo entre la religión y la filosofía desde un concepto agnóstico, es decir, no niega las verdades principales de la religión, pero niega formularlas a través de la razón formal, es decir, a través del proceso de la filosofía (Ibid., 2018)

**b. Las sociedades post-secularismo:** Con este concepto, Habermas invita en realidad a revisar el concepto de Max Weber que considera que la modernización de la sociedad pasa por la secularización de los ciudadanos (Weber, 2003). Weber ha insistido en considerar que «la racionalidad social conduce a la destrucción de la religión» (Nowar, 2018). En este marco Weber establece un paralelismo entre la disminución del papel de la religión en la sociedad de una parte y el avance de la técnica de otra, ya que este avance conduce a concepciones humanistas que se desarrollan en torno al ser humano frente a las concepciones teológicas basadas en las tendencias sacras de la naturaleza. Weber piensa que la *idea de diferenciación entre contextos sociales hará que la religión pierda todo su papel social, porque estos contextos ahora están sujetos*

*a otra división funcional.* La influencia de Nietzsche sobre Weber parece evidente y precisamente su célebre máxima filosófica «la muerte de dios» (Nietzsche, 2003) que surgió como consecuencia del estado de la racionalidad extrema en cuyo marco el ser humano reconoce solamente lo que produce. La revisión de estas visiones weberianas a las cuales alude Habermas no pretende negar la racionalidad y el secularismo, sino llamar la atención sobre la vuelta de la religión al espacio público.

**c. Las dimensiones éticas de los contenidos religiosos:** Habermas abrió el paraguas de la filosofía a través del cual veía a la religión como sus valores morales, al menos aquellos que estaban relacionados con los beneficios de las personas. El filósofo alemán ha enfatizado que las creencias y algunas prácticas religiosas siguen siendo de naturaleza moral, tienen un alcance universal y pueden ser beneficiosas para los ciudadanos, independientemente de si son o no creyentes. Por lo tanto, el beneficio que aporta hace que valga la pena convertirse en algún sentido y también ser percibido como un valor mundano, y a partir de ahí gana su legitimidad filosófica y material para ser objeto de debate en el espacio público. El valor intelectual y filosófico de la religión como portadora de contenido moral es lo que hace que la mente pública los considere elegibles para participar en ellos y discutirlos y decidirlos, así como para darles circulación. La universalidad de algunos de sus valores morales justifica el uso del fondo estándar religioso en la consolidación de la convivencia, especialmente en una sociedad diversa y pluralista, una sociedad en la que la gestión política del pluralismo en el campo de los valores y el pluralismo democrático siguen siendo necesario.

El valor del planteamiento de Habermas reside en su apelación a que haya una reconciliación entre la razón y la religión, sin que esta reconciliación signifique una inclinación al planteamiento religioso a cuenta del planteamiento racional, sino que se debe reflexionar en el valor ético y sus manifestaciones en las sociedades posmodernas a través de la renuncia al hecho de considerar el sujeto laico o religioso como algo

sagrado (Habermas y Ratzinger, 2006). En el mismo planteamiento, Habermas considera que el concepto de post-secularismo no reconoce abiertamente las aportaciones funcionales en la producción de conceptos y motivos, y considera una sociedad religiosa y secular cuando se percibe como un proceso de aprendizaje que puede aportar una contribución con valor en cuanto a los temas fuente de desacuerdo. Habermas al mismo tiempo llama a la religión a renunciar a su derecho en el poder y al monopolio de la interpretación de la realidad ya que la ciencia es secular y el poder del Estado debería estar neutral.

*La relación entre la razón secular y la religión toma en una sociedad como la de Marruecos dos aspectos: uno secular moderno que se establece dos espacios distintos en la sociedad para la razón y la religión, y mientras se inclinan a limitar el papel de la religión al espacio privado, consideran por otra parte que el espacio público como herramienta debería ser gobernado por la razón. Dicha razón fue llamada por Habermas como razón pública.*

*El segundo aspecto se pone de manifiesto al reconocer que la religión goza de un gran papel en la sociedad y, en este aspecto, la religión no es solamente un tema de debate o un conjunto de valores éticos, sino incluso un marco de dominación y un elemento del poder sin olvidar que es una fuente también de interpretación de la realidad. En la sociedad de Marruecos nunca se apaga el debate, concretamente entre las élites, sobre si el espacio público deber ser secular y laico o religioso.*

#### 4.5. PODER, POLÍTICA Y RELIGIÓN EN EL ESPACIO PÚBLICO EN MARRUECOS

La religión forma parte del poder en Marruecos, esta realidad está reflejada en la constitución, en las instituciones públicas, en las fuerzas políticas, así como en los medios de comunicación. La religión es elemento de la identidad nacional del Estado y base de poder para sus instituciones y referencia política también para parte de las fuerzas políticas, y socialmente contribuye a la construcción de significados e interpretaciones de la realidad. La religión, por otra parte, es un medio de dominación por parte de los poderes e instituciones nacionales, así

como un instrumento de resistencia política a estos poderes como es el caso del islam político que compite con estas instituciones por la legitimidad religiosa.

En el mismo contexto, la sociedad de Marruecos vive esta confrontación condicionada por las circunstancias de la democracia emergente entre el laicismo y la fe o la religión, plasmadas en los debates intelectuales, en la competición política entre fuerzas de la izquierda y fuerzas del islam político o fuerzas conservadoras así como también en el seno de la sociedad civil entre los movimientos laicos, entre ellos los modernistas, las feministas y aquellos movimientos que apelan a considerar la religión como marco referencial y epistemológico para construir la identidad política y cultural del Estado marroquí.

El Estado, como reclama Habermas, no está implicado en la gestión neutra de esta diversidad o esta batalla entre estos dos elementos ideológicos y políticos, sino que está más implicado en situarse cada vez en el bando de quien consolida sus intereses y dominación. Habermas afirma desde su concepto racional y laico que el Estado no debería inclinarse a ninguna de las referencias religiosas en la sociedad, sino tiene que ser neutral, pero de forma positiva implicándose en establecer diálogo, comunicación y acercamiento<sup>11</sup>.

#### 4.5.1. La Constitución marroquí

La Constitución marroquí determina el islam como la religión oficial del Estado (Bilal, 2019). Los artículos 6 y 9 de la Constitución formulan el tipo de relación entre el Estado y la religión islámica y afirman: «El reino de Marruecos, estado musulmán soberano, cuya lengua oficial es el árabe, constituye una parte del Gran Magreb árabe»<sup>12</sup>. Y: «El Islam es la religión del Estado, que garantiza a todos el libre ejercicio de la

---

<sup>12</sup> Art. 6 de la Constitución marroquí

religión»<sup>13</sup>. De estas definiciones constitucionales de la relación del Estado marroquí con la religión islámica se desprende la adhesión del país a un sistema cultural, social y político basado sobre esta referencia religiosa (Darif, 2000).

La constitución certifica la identidad religiosa del Estado y esto condicionará la construcción del espacio público en Marruecos, y convierte la religión en un elemento principal del debate público, así como referencia y marco que orienta y encuadra dicho debate.

#### 4.5.2. La Monarquía y *Emartu-Al-Mou'minin*

Una de las instituciones que forma la identidad política y religiosa de Marruecos es la monarquía, y más concretamente su estatuto constitucional y representativo, ya que se basa en dos poderes: el político y lo religioso. Esta figura constitucional marca su presencia en el espacio público marroquí y proyecta en la estructura de los conceptos, así como en las prácticas políticas, sociales y religiosas del espacio público su sombra como poder que goza de una asignación constitucional única con referencia a lo político y lo religioso.

En este marco, la Constitución marroquí otorga una función vital a la monarquía en el régimen oficial del Estado. Es más, la monarquía es el primer poder en el país y el rey posee un poder que es incluso previo al poder de la Constitución misma, lo que significa que el monarca ostenta la primera competencia para la creación de ésta. La Constitución marroquí describe al rey como *Amir-Al-Mou'minin* (comandante de los Fieles), Máximo Representante de la Nación, Símbolo de su unidad. Garantía de la permanencia y de la continuidad del Estado, vela por el respeto al islam y a la Constitución<sup>14</sup>, hecho que reconoce el liderazgo religioso del rey.

---

<sup>13</sup> Art. 9 de la Constitución marroquí

<sup>14</sup> Art. 19 de la Constitución marroquí.

El término *Amir-Al-Mou'minin* se refiere al léxico político del islam, y se asocia al concepto esculpido por la legislación islámica como *al Jilafatu* (Al kalifatu), lo cual indica que la referencia islámica es la que enmarca la formación del poder en Marruecos.

Si este estatuto religioso que otorga la Constitución al monarca como *Amir-Al-Mou'minin* consagra la identidad religiosa de Marruecos, el uso de otros términos derivados de las tradiciones islámicas como «*mukaddas*», sagrado, refuerza la pertenencia del poder oficial a un sistema de poder de carácter religioso. Con la presión de la revolución en Marruecos, la institución monárquica desechó en la nueva Constitución el término «sagrado» y lo sustituyó por el de «inviolable»<sup>15</sup>.

Otro de los indicativos constitucionales que reflejan el marco religioso de la identidad del Estado marroquí es la referencia de la Constitución misma al *cherifismo* de los soberanos, que pertenecen a una dinastía relacionada con el Profeta Mohammad (Hmimnat, 2009).

La imagen constitucional del soberano se intertextualiza con el modelo del *Jalifa* (Califa) que surgió en la cultura política islámica, y concretamente en su dimensión ideal<sup>16</sup>. Esta intertextualidad pretende otorgar a la institución monárquica una legitimidad de poder. En este contexto, *el politólogo* marroquí Mohamed Tozy afirma :

« La cérémonie d'allégeance est centrale dans la stratégie de la légitimation du système politique marocain. Tous les producteurs de sens attachés au service du royaume s'acharnent à rappeler la filiation de la monarchie avec les premiers gouvernements de l'islam et s'appliquent à reproduire le rituel politique traditionnel » (Tozy, 2008. p. 93).

Por otra parte, el régimen político oficial marroquí usa términos con la misma referencia religiosa para la construcción de la imagen constitucional del monarca, consolidando su pertenencia a la cultura política islámica cuando enmarca la relación entre la monarquía y el pueblo

---

<sup>15</sup> Ver la Constitución marroquí de 17 junio de 2011.

<sup>16</sup> El modelo de Abū Bakr Al-Siddīq, quien fue el sucesor del Profeta Muhammad y, por lo tanto, el primer califa del islam fue seguido por Umar ibn al-Jattāb, quien asumió el califato tras la muerte de Abu Bakr y gobernó entre 634 y 644.

dentro de un concepto político religioso propio del léxico político musulmán, como es *Al Baiaá*, que indica Según *Tozy*:

« Bay'a c'est une contractualisation de la relation, dans un cadre d'une Bay'a entre le calife et la collectivité ». (Tozy, 2008.p. 94)

Esta relación que toma forma de contrato ha sido descrita por Luis Gardet al afirmar que:

« En Islam la notion de contrat fait intervenir la volonté de rester fidèle aux engagements pris, et l'un de cet engagement est, pour l'imam, de servir le bien de la communauté » (Gardet,1961. p. 183).

La monarquía como una institución es la única normalmente que permite contener los dos poderes a la vez: el poder religioso y el político.

#### 4.5.3. Islam político

El islam político forma parte de las diversas concepciones del islam que conviven en Marruecos. En este tipo del islam se mezclan la religión con la política y forman un modelo político activo en la vida política, social y religiosa de la sociedad marroquí. El islam político, por otra parte, se convierte en un espacio de lucha entre las fuerzas políticas y el poder oficial, y más concretamente la monarquía, que convierte el uso de la política y la religión a la vez en exclusivo.

El debate hoy, vinculado con el nacimiento de esta concepción de «islam político» en Marruecos, toma dos tendencias: 1) considera que el nacimiento del islam político fue resultado de la experiencia política en Marruecos en la etapa de los setenta y más concretamente del surgimiento de los movimientos islamistas en el Oriente árabe, como los Hermanos Musulmanes en Egipto, y la consiguiente invasión de sus discursos y su pensamiento en el resto del mundo musulmán, así como de las consecuencias de la llegada de la Revolución Islámica Iraní al poder en este país. Esta primera tendencia estuvo representada por Gilles Kepel (2000) y Bruno Etienne (1987). 2) Es la tendencia representada por los nuevos islamólogos, quienes consideran que el nacimiento de los movimientos islámicos, o «islam político» es un fenómeno natural que encuentra sus raíces en etapas avanzadas de la historia del islam

y que lo que es nuevo es «su modelo de movilidad que toma formas modernas adoptando un modelo de organización que corresponde a la evolución de los partidos políticos» (Ukacha, 2008.p.11).

Los movimientos del islam político en Marruecos ,cuya primera aparición ha sido en 1969 con el movimiento de *Ash-shabiba al Islamiya* (La Juventud islámica) (Darif,1999), aportan la relación de la religión y la política al debate público y abren un frente con las fuerzas de la modernidad como las fuerzas de la izquierda, los movimientos sociales, los movimientos feministas y otros.

El islam político se consolida en el espacio público a través de instituciones públicas, como el gobierno, que ha sido tomado por un partido del islam político<sup>17</sup> por primera vez en unas elecciones democráticas celebradas después de la reforma constitucional reclamada por el movimiento 20 de febrero. El aspecto institucional del islam político se manifiesta también en formaciones como los partidos políticos de corte religioso, que son entidades de interés público, ya que el sistema político marroquí tolera las fuerzas del islam político moderado, así como también formaciones sociales y políticas como los movimientos estudiantiles en las universidades marroquíes. Apoderarse democráticamente de estas instituciones públicas les hace apoderarse, como todas las otras fuerzas políticas en Marruecos, de los mecanismos de producción de discursos, de reserva del espacio y visibilidad en el espacio público y para poder aportar a la sociedad su propia interpretación a los valores políticos, sociales y culturales frente precisamente a las fuerzas sociales y políticas laicas. Este debate entre estas dos fuerzas se hace con gran eco en el espacio público.

---

<sup>17</sup> Al-Adalah wa At-Tanmiya (El Partido de la Justicia y el Desarrollo) es un partido político islamista en Marruecos. Fundado en 1997, el partido ha jugado un papel significativo en la política del país. En las elecciones legislativas de 2011, celebradas tras las protestas de la Primavera Árabe, Al-Adalah wa At-Tanmiya se convirtió en el partido más votado, lo que le permitió formar un gobierno y llevar a Abdelilah Benkirane, su líder, al cargo de primer ministro. Este evento marcó un hito en la historia política de Marruecos, ya que fue la primera vez que un partido islamista asumió el liderazgo del gobierno.

#### 4.5.4. Medios de comunicación

Los papeles de los medios en la sociedad democrática y moderna son numerosos y variados y siguen siendo los más destacados aquellos definidos por Jennings y Thompson (Gunaratne, 2006), cuando consideraron que los medios fomentan la participación política, controlan las instituciones, cumplen con el derecho de los ciudadanos a la información, consolidan la democratización de la comunicación, así como influyen en la opinión pública. Sin embargo Habermas resta las aportaciones de los medios a la democratización del debate y de la comunicación en el espacio público y a la opinión pública. A los ojos de Habermas, después de la expansión de los medios de comunicación, el debate democrático está a punto de sofocarse y los medios han asumido el papel de la formación de la opinión pública a través de la manipulación y el control impuestos sobre ella. El debate abierto racional, añade Habermas, se ha convertido en un debate que depende principalmente de intereses comerciales y económicos (Habermas, 1989).

Sin duda, la crítica de Habermas a la actitud de los medios de comunicación en la sociedad moderna hoy en día es cierta, sin embargo, no es una actitud única, y siempre surgen medios que asumen papeles determinantes en el cambio político y social de las sociedades. Nadie olvida el papel que ha desempeñado la cadena qatarí *Al Jazeera* a la hora de promover debates sin precedentes y formar una opinión pública sedienta de libertad de expresión y de información y conocimiento sin control (Cherribi, 2017).

Los medios de comunicación, como ejercicio comunicativo, han representado en la historia de Marruecos un componente activo que ha contribuido a promover diversas manifestaciones de transformación política y cambio social, y, al mismo tiempo, el periodismo en Marruecos se ha visto influido en su evolución por los componentes culturales, políticos, religiosos y sociales de la sociedad marroquí.

La información y la comunicación, como elementos dinámicos del Estado moderno y han sido en varios aspectos interdependientes durante las distintas etapas de la historia contemporánea del país, desde la época

de su colonización hasta su independencia y durante el periodo poscolonial hasta hoy mismo.

Los medios independientes en Marruecos, es decir, aquellos que se comprometieron con la información libre, la transparencia y el cambio político y social, contribuyeron a la construcción de la opinión pública y fomentaron los debates políticos e intelectuales que los medios oficiales o alineados con el poder oficial marginan y silencian. Estos medios han reflejado en sus tratamientos periodísticos la cuestión religiosa y han suscitado debates entre las distintas fuerzas sociales y políticas sobre la laicidad del Estado y sobre el elemento religioso del mismo como identidad y valores políticos y sociales. Un estudio en Marruecos confirma que los medios independientes son los que más tratan informaciones sobre cuestiones del islam político mientras que los medios públicos las silencian (El Moudeni, 2008). Esto indica que los medios independientes en Marruecos han filtrado al debate público cuestiones sobre religión y política, razón y fe, secularismo e islamismo.

Por otra parte, un conjunto de medios de comunicación de Marruecos se convirtió en actores políticos con referencia religiosa. Son precisamente medios de comunicación islámicos que aportan una interpretación religiosa a la realidad y que representan en su conjunto todo el abanico de las fuerzas del islam político, así como del Estado mismo, quien ha creado medios de comunicación islámicos para controlar el asunto religioso en el país en contra de fuerzas religiosas internas, así como de corrientes regionales como el Ouahabismo. Estos medios, que no son homogéneos, amueblan en general el espacio y el debate públicos con contenidos de corte religioso e islámico.

El fenómeno de los medios de comunicación transaccionales como *Al Jazeera* y los medios religiosos ha tenido un fuerte impacto sobre el debate público y en el espacio público marroquí, también lo hicieron los medios de comunicación tecnológicos.

En este contexto, el informe del estado de la cuestión religiosa en Marruecos de 2007/2008 señala que los medios de comunicación, y con-

cretamente la televisión, se convirtieron en la primera fuente de información religiosa para los marroquíes, sobre todo para la categoría de los jóvenes, antes que la mezquita<sup>18</sup>, y, en consecuencia, se ha registrado un crecimiento de consumidores marroquíes de contenidos religiosos en los medios de comunicación y las webs religiosas, y más concretamente en aquellas especializadas en el *Fatawa*. Según estos datos, el hecho de la mediación de la religión ha dotado a los medios de comunicación de un poder impactante en tanto que proporcionan más información religiosa que las mezquitas, de igual modo que otorgó a los presentadores de estos contenidos religiosos en los medios de comunicación más protagonismo que a los actores tradicionales, como los imames de las mezquitas.

Los medios de comunicación, dentro del proceso de la mediación o la mediatización del islam en Marruecos, han podido, desde sus intervenciones a través de la producción de discursos religiosos, impactar en algunos comportamientos religiosos y culturales de los marroquíes, incluso sobre el debate público.

La mediación, en algunos casos, cobra sentido de control y dominación. Esto es lo que ocurre con la mediación de los discursos religiosos producidos por el Estado marroquí. En este contexto, el ministerio de Habús y Asuntos Religiosos ha colocado pantallas de televisión en las principales mezquitas de Marruecos, por medio de las cuales el ministerio difunde sus discursos religiosos a través de sabios o imames afines a la ideología religiosa oficial del Estado. Con esta mediación, el poder oficial marroquí ha podido controlar la difusión de los valores religiosos y promover su sentido y su ideología, restando autoridad, de este modo, a los actores religiosos que promueven otros sentidos y otra interpretación de los valores religiosos que podrían ser opuestas a aquellas que pretende promover el poder oficial en espacios públicos como estos.

---

<sup>18</sup> El informe sobre la situación religiosa en Marruecos (2009.p. 73).

## 5. MARRUECOS Y EL ISLAM POLÍTICO: CONTEXTO, PRÁCTICA Y DISCURSO

La principal seña de identidad religiosa y cultural de Marruecos ha sido desde los orígenes de su historia el islam, confesión que siempre ha sido considerada la oficial desde la conquista del país que en 683 llevó a cabo Uqba Ibn Nafi, durante la dinastía Idrísida<sup>19</sup> (789-974), fundada por Idriss I, así como con las restantes dinastías.

Dicha seña de identidad tiene su plasmación social en el hecho de que el noventa y ocho por ciento de sus habitantes son musulmanes frente a un dos por ciento de cristianos y judíos. La consecuencia lógica de esta realidad demográfica es que las estructuras culturales y filosóficas generadas en la sociedad marroquí se basan en los fundamentos teológicos y morales de esta religión.

En lo que a la dimensión legal se refiere, la constitución del Estado marroquí cuenta con el islam como referencia marco para dibujar las líneas maestras del poder oficial.

En la sociedad y en la vida política, el islam se reviste de diversas maneras, desde un islam oficial a otro de la oposición pasando por otras tantas entidades políticas y sociales que se posicionan entre uno y otro extremo como afines al poder oficial o cercanas a las posturas de la oposición. De ese modo, se puede hablar de islam político, islam social, islam doctrinal, islam popular, espiritual, etc.

Hemos de pararnos en nuestro estudio en todos estos componentes para analizar las características de cada uno a fin de elaborar con detalle un diseño de la estructura del islam en Marruecos. Para ello hemos de plantearnos la cuestión de su naturaleza y los límites de la diversidad en las manifestaciones del islam para poder abordar las correlaciones entre

---

<sup>19</sup> Idrís I, bisnieto de Alí y, por tanto, descendiente del Profeta, dio nombre a la dinastía. Tras el fracaso del levantamiento contra el califa abasí en 786, se vio obligado a huir de Bagdad y buscar refugio en el norte del Magreb. Allí, la tribu bereber de los Awarbas lo reconoció como emir e imán. Idrís I estableció su capital en Volubilis, hasta que su sucesor, Idrís II (791-828), la trasladó a Fez, donde estableció la residencia real y la capital del Estado. Recuperado de [http://es.wikipedia.org/wiki/Dinast%C3%ADa\\_idr%C3%ADsida](http://es.wikipedia.org/wiki/Dinast%C3%ADa_idr%C3%ADsida). Acceso: 20/10/2011.

sus componentes y los objetivos perseguidos por las interacciones de los diferentes elementos.

## 5.1. EL ISLAM DEL ESTADO MARROQUÍ

El islam oficial en Marruecos se define por una serie de elementos, algunos de los cuales están explícitamente recogidos en la Constitución, mientras que otros se reflejan de manera implícita o indirecta en los discursos políticos y religiosos de las instituciones oficiales del Estado.

Sobre esta base, podemos identificar las principales características del islam oficial en Marruecos:

La pertinencia al *Madhab* (rito) *Maleki*<sup>20</sup>: podemos encontrar que la página web del ministro de *Habús*, Asuntos Islámicos<sup>21</sup>, institución suprema para la gestión de las cuestiones religiosas bajo la potestad del rey, afirma que la característica primordial del islam oficial en Marruecos, su ideología como poder espiritual, reside en pertenecer al rito (*al mdhab*) *Maleki*, lo que le confiere su identidad religiosa:

Le malékisme constitue la pierre angulaire de la culture religieuse marocaine. Des Idrissides jusqu’aux Alaouites, en passant par les Almoravides, les Almohades, les Mérinides et les Saadiens, toutes les dynasties qui se sont succédé sur le trône du Maroc ont consolidé cette école et l’on considérée comme la doctrine officielle de l’état<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> Dentro del islam existen cuatro *madhab* (escuelas jurídicas): Maliki, Hanbali, Shafeí y Hanafi. Los *fuqaha* (doctores de la ley islámica) definen un *madhab* como la perspectiva jurídica adoptada para interpretar la *sharía* y el método seguido por el *mujtahid* en la deducción y argumentación. Además de constituir una escuela de pensamiento, cada *madhab* incluye diversas ramas (*furū*).

Para más información, véase: Enlace (Consultado el 12/09/2011).

<sup>21</sup> En Marruecos existen los llamados ministerios de soberanía, cuya particularidad es que no están bajo la autoridad del primer ministro, sino que son dirigidos por funcionarios designados directamente por el monarca. Entre ellos se encuentra el Ministerio de Habús y Asuntos Islámicos, junto con los ministerios del Interior, Exteriores y Justicia.

Para más información, véase: Enlace (Consultado el 10/10/2011).

<sup>22</sup> Consultar la definición de la escuela islámica en este enlace del Ministerio de Habús y asuntos islámicos, Marruecos, Recuperado de <http://www.habous.gov.ma/index.php/accueil/rubrique-france/academique/islam-au-maroc/article-fr?id=83>. Acceso: 17/10/2011.

A su vez, en el libro de Eric Laurent *Le génie de la modération: réflexions sur les vérités de l'Islam* (2000), en el que podemos encontrar reseñadas opiniones de Hassan II, este fallecido monarca aclara que el *Madahab al Maleki* no fue elegido en Marruecos de manera aleatoria, sino que su adopción se debió a que los rasgos de este *madhab* (escuela) eran los más adecuados a la idiosincrasia marroquí, pues representaba el signo de la moderación (Ibid, 26). De ahí que el soberano reconozca que «la tolerancia y la apertura de Marruecos a las culturas que le rodean es gracias a este *mdahab Maleki*» (Ibid, p. 28).

La doctrina Achaari: Con este nombre se conoce a una rama del islam que busca la reconciliación y la moderación y que ideológicamente se encuentra posicionada entre la escuela racional Muatazeli ('Alam al-Dīn, 2000) y la corriente literal salafí (Hilmi, 1994). Su fundador fue *Abou al-Hassan AL Ash'ari* (270/ 883- 324/935)<sup>23</sup> que buscaba estructurar un pensamiento cuyo método hiciera converger la razón y el texto coránico (Sobhi,1958). Hace ya más de diez siglos que esta doctrina islámica fue adoptada en lo que hoy es Marruecos tanto por la jerarquía del gobierno como por sus habitantes. Dicha doctrina, cuyos principios fueron establecidos por Al-Hassan Al Ash'ari, ha sido calificada tanto por los eruditos del país como por el poder oficial como una corriente que «ha devuelto las bases de la doctrina sunita salafí a sus orígenes correctos» (Sobhi, 1958). Se trata de una doctrina definida como moderada por la oficialidad política y religiosa marroquí y que tuvo una fuerte implantación en Al Ándalus y Marruecos.

*La moderación y la tolerancia:* Estas dos características son consideradas tanto por el rey en sus discursos como por las instituciones oficiales del país como los principales rasgos del islam oficial de Marruecos, por lo que caracterizan a la religión oficial como un credo abierto y tolerante con la diversidad, ya sea religiosa o cultural. En este sentido, el

---

<sup>23</sup> Este jurista musulmán y gran erudito nació el 270 de la Hégira en el seno de una familia árabe de Yemen. Fue el fundador de la llamada escuela Ash'ari. Murió en 324.

rey Hassan II cuando criticó el empleo en las producciones de los medios internacionales de la expresión «terrorismo islámico» afirmó que:

El verdadero islam no permite aplicar ninguna tendencia política que tienda hacia el extremismo, fanatismo, intolerancia o el terrorismo. Y si eso pasa, pues entonces se debe distinguir entre el islam como un marco original de civilización, y algunas opciones subjetivas y extremistas de aquellos que ejercen el terrorismo en nombre del islam. La responsabilidad en este caso es personal y lo mismo podría pasar en cualquier otra religión (Laurent, 2000.p. 26).

En el mismo discurso, el rey explica que «la tolerancia marroquí es una opción original en el fondo histórico de este país» (Ibid,36), para lo cual recuerda que «el acuerdo histórico entre el Sultán Merini y el rabino judío Tolidiano en virtud de lo cual Marruecos se encargó de alojar a los judíos y protegerlos de la Inquisición española» (Ibid, p.36).

En el mismo sentido, Salim Hmimnat, politólogo marroquí, trae a colación que el discurso oficial en materia de religión o de política en Marruecos «se esforzó siempre por unir los valores de moderación y de tolerancia con el islam oficial del Estado» (2009.p. 8), si bien Hmimnat en otro momento califica tal tolerancia religiosa estatal como «incompleta», y alega ejemplos como la cuestión del Partido Comunista marroquí o de los Baha'i para señalar que dicha tolerancia no fue absoluta.

El islam oficial es un islam laico. El analista político y especialista en islam marroquí, Mohamed Darif, señala en su libro *La religión y la política en Marruecos* que el islam oficial en este país es «una traducción real del islam laico». un islam que insiste sobre la doctrina y no señala a la *shariia*<sup>24</sup> (la ley islámica)» (2000: 27). Darif ve que la estructura constitucional del Estado tiene este componente en su raíz. Para llegar a esta conclusión se fundamenta en tres observaciones: 1) En la Constitución marroquí, el islam es considerado como religión, pero no como leyes (Ibid, 28). 2) Cuando los legisladores marroquíes consideran así

---

<sup>24</sup> La *shariia* es aquí entendida como camino del islam que se fundamenta en el Corán, en la tradición profética, en el consenso de los sabios, en el silogismo, etc. y no en la visión que suele ser común en los medios de comunicación, para los que se trata de un conjunto de leyes que se encuentra en algunos regímenes políticos como Arabia Saudí o Afganistán.

el islam, están hablando de una noción «laica» del término, en el sentido de una serie de prácticas religiosas personales y no como fundamento jurídico que ordena la praxis del poder político (Ibid, 28). 3) En la Constitución, la religión es colocada al servicio del Estado, lo que constituye la base del laicismo, cuyo fundamento principal radica en el valor absoluto del Estado, a cuya disposición queda el resto de los valores (Ibid, 29).

## 5.2. EL ISLAM PREDICATIVO

La predicación fue el origen de gran parte de los grupos religiosos marroquíes, por más que de manera progresiva se fueron volcando en la praxis política hasta que esta predominó sobre todas sus actividades, pues partían del convencimiento ideológico de que cambios y reformas solo se logran por medio del poder político. Frente a esto, existen también otras formaciones religiosas cuyas actividades se circunscriben, lejos de la política, a la predicación, ya que consideran que ésta, ya sea individual o colectiva, constituye el medio más adecuado para alcanzar una reforma tanto espiritual como social. Entre estos grupos se encuentra *Jama'at-tabligh wa-d-a'wa*.

**a. *Jama'at"- tabligh wa-d-a'wa*:** tenemos que remontarnos a la India para encontrar su origen en la fundación del sheik Mohamed Ilias ben Ismail Al Kandahlaoui, que tuvo lugar entre los años 1941 y 1942 (Tozy, 2008). Su expansión se debió a una serie de adeptos pakistaníes, que llevaron esta corriente a lo largo del mundo islámico. Concretamente en Marruecos su fundación en 1964 se debe al sheij Mohamed el Hamdaoui. Tozy considera que esta corriente «incarne une vision très particulière de l'Islam, simpliste et focalisée sur une maîtrise de geste quotidien» (2008.p. 260).

Las autoridades permiten tales actividades de predicación porque van dirigidas a grupos populares y sencillos, como pequeños comerciantes y artesanos, que no suelen mostrar mucho interés por las cuestiones políticas. Este es el motivo de que el poder oficial se muestre tolerante con dichos actos de predicación y dé su beneplácito para su realización. En lo que respecta a la distancia entre los movimientos religiosos y las

cuestiones políticas, podemos afirmar que *al Jamaá* se sitúa en la misma posición que el poder oficial.

**b. El salafismo tradicional:** Podemos considerar que el introductor de este pensamiento en Marruecos, así como de las actividades religiosas que lleva aparejadas, fue Takiy Ad-Dine al Hilali (1893-1987) (El Sabeti, 1993). Del legado de Al Hilali, que incluso llegó a crear una escuela considerada como salafista wahabí, se apropiaron una serie de grupos marroquíes afines al wahabismo, ninguno de los cuales consiguió mantener una corriente salafí coherente con la tradición, ya que se diversificaron en distintas ramas. (Darif,2009). Es por ello que el islamólogo marroquí Darif describe la situación del salafismo en Marruecos durante la última década del siglo XX dividiéndolo metodológicamente en cuatro tendencias principales, todas nacidas del salafismo tradicional: la primera es la representada por el *imam* y *faqih* (conocedor de la ley islámica) El Maghraoui, fundador de una asociación docente islámica, quien, financiado por Arabia Saudí y con el beneplácito de las autoridades nacionales, auspició diversas escuelas coránicas; los discípulos de Takiy Ad-Dine al Hilali nunca reconocieron la autoridad de El Maghraoui, por lo que este autor los considera la segunda tendencia dentro del salafismo; la tercera es la de la asociación *Jamiayatu al Hafed Ibn abdu al Barr*, fundada por seguidores de El Maghraoui que se separaron de él por desacuerdos con su metodología (Darif,2009); y la cuarta y última es la de los fundadores del salafismo yihadista en Marruecos, constituida por una serie de seguidores de El Maghraoui que se alejaron de él con la acusación de que se había aliado con el poder oficial saudí.

Actualmente, entre estas ramas salafistas encontramos, como representante más importante en Marruecos del salafismo tradicional *Yamaiyatu ad –daaoua ila al koraan wa sauna*, (Asociación para la Predicación del Corán y la Sunna).

### 5.3. EL ISLAMISMO Y EL ISLAM POLÍTICO

Es una de las concepciones religiosas que podemos encontrar en Marruecos. Dicha concepción parte de la mezcla entre política y religión con lo que configura un tipo político muy activo en el universo tanto político como religioso y social marroquí, por lo que, por otra parte, constituye un espacio de confrontación entre los grupos que lo representan y la monarquía, ya que esta quiere mantener su tradicional predominio en dicho espacio y pretende que siga siendo de su exclusividad.

En lo que a su nacimiento se refiere, existe en el país un debate entre dos tendencias: la primera, defendida por Gilles Kepel (2000: 42) y Bruno Etienne (1987. p.126), lo vincula a la experiencia política del país en los años sesenta del siglo XX, en concreto a la aparición en Oriente de movimientos islamistas como los Hermanos Musulmanes egipcios, que llevaron por medio de sus discursos su pensamiento al resto del mundo musulmán, y al triunfo de la Revolución Islámica de Irán; la segunda, que es la adoptada por los nuevos islamólogos, defiende que el islam político, entendido como movimientos islámicos, se trata de un fenómeno natural enraizado en momentos avanzados de la historia de esta religión (Ukacha, 2008), pero cuya novedad consiste en «su modelo de movilidad que toma formas modernas adoptando un modelo de organización que corresponde a la evolución de los partidos políticos» (Ukacha, 2008) .

En el periodo de después de la Independencia del país, la primera irrupción del islam político en Marruecos está representada por el movimiento *Ash-shabiaba al Islamiya* (La Juventud islámica), fundado en 1969 Abd el Karim Moutie, como resultado de interacciones nacionales y globales, entre las que se puede destacar el enfrentamiento a la expansión nasirí y de la izquierda marroquí, que se había fortalecido mucho en los años setenta. Debido a tal amenaza de las fuerzas izquierdistas en la política local y regional, el poder oficial dio su apoyo a esta formación islamista. Sin embargo, el enfrentamiento con el régimen, que al cabo de algún tiempo cambió su estrategia y prohibió la existencia de esta formación, no tardó en llegar, por lo que en cuatro años el

movimiento islamista perdió su estatus oficial en el escenario político marroquí. Pero nuevos movimientos del mismo corte surgieron coincidiendo con dicha prohibición. Unos nacieron de *Al Shabiba* mientras que otros fueron fruto de nuevas concepciones religiosas y políticas distanciadas, por diversos motivos y de diferentes formas del poder oficial. De ahí que Malika Zeghal, islamóloga de la Universidad de Chicago, considere que se encuentran tres grupos dentro del islam político marroquí: el primero abarca a los movimientos islamistas cuya pretensión es, como afirma Darif, controlar por medio de la política la religión (Darif, 2005) y constituye un islam político tolerado por el régimen oficial con dos fuerzas, una con representación parlamentaria, y la segunda, la de los partidos *Albaldil al Hadari* (Alternativa de la Civilización) y *Alharakah Min Ayli al Ummah* (Movimiento por la Nación), ambos extraparlamentarios, identificada con el discurso de la izquierda contenido en el eslogan «democratización del Islam» está representado por el partido *Albadil Al Hadari* (La alternativa de la civilización) y *Alharakah Min Ayli al Ummah* (El movimiento por la Nación), que, aunque no ejerzan sus actividades en el Parlamento, están consideradas dentro del espectro de la política oficial marroquí; el segundo es un movimiento que, al no aceptar las condiciones del Estado para la participación política, no se encuentra legalizado, pues se trata de un islam sufi rebelde que se niega entrar en el juego político oficial, aunque todo ello no ponga límites a su enorme influencia en la vida política (Hamdach, 2004.p. 28), pues tal y como afirma Zeghal,

«esta fuerza representa una fuerte singularidad dentro de los círculos islámicos más allá de las fronteras de Marruecos. Su movimiento se basa en el misticismo y trabaja como una *zawyya*» (Zeghal, 2005.p.50).

En tercer lugar, la islamóloga coloca aquellos grupos que pretenden controlar la política por medio de la religión, a los que denomina «islam yihadista», dentro de los cuales estarían el movimiento salafí y lo yihadistas (Zeghal, 2005.p.48).

## El islam político-social

En Marruecos esta corriente está representada por *Jamaatu Al adl wa al Ihsan* (Grupo de Justicia y Caridad), al que podemos considerar el movimiento islámico con más peso tanto social como político en el país, por lo que se presenta como un gran desafío para la monarquía y el poder oficial. Aunque lleva como bandera la no-violencia, sin embargo, como no acepta las condiciones políticas del régimen oficial, su participación en el juego político ha sido prohibida (Darif, 2005).

De ahí que su intervención social y religiosa se limite a la educación y a la predicación de sus principios doctrinales y prácticos derivados de la referencia sufí, aunque no descarte la posibilidad de ejercer políticamente en oposición a la monarquía. Tal oposición es el mayor impedimento para ello, pues su participación está condicionada a un giro en su posición ante la institución real.

Fue fundado en el año 1981 por su líder espiritual Abd As -Salam Yassine (1928) fundó en 1981 este movimiento y lo denominó *Usratu al Jamma*. Sin embargo, su enfrentamiento con el Estado motivó diversos cambios de nombre hasta que en 1987 tomó el definitivo de *Al adl wa al Ihsan* (Al Ouarini, 2009. p.21), movimiento descrito por Mohamed Tozy de la siguiente forma: «Une communauté terriblement et de surcroît bien organisée, c'est une communauté où se mêlent le charismatique et l'activisme politico-religieux» (2008. p. 185).

Por su parte la anteriormente citada islamóloga de la Universidad de Chicago Malika Zegal habla de esta formación como «uno de los grupos más influyentes en Marruecos cuyo número de seguidores supera los treinta mil» (2005: 56). Por eso, continúa Zegal :

Présente une forte singularité dans les cercles islamistes, qui dépasse les frontières du Maroc. Son mouvement est fondé sur le mysticisme et fonctionne comme une zaouïa. Il ne reconnaît pas de légitimité à la monarchie marocaine, mais demande dans le même temps à être reconnu comme parti politique (Ibid, 57).

La diferencia entre *Al adl wa al Ihsan* y otros movimientos islamistas marroquíes radica en su línea política, considerada por sus analistas

como una «tercera línea política», alejada tanto de la vertiente revolucionaria violenta de los grupos radicales como del «apaciguamiento negativo» de aquellos grupos islamistas que acataron las condiciones de lo que ellos mismos llaman *El Majzén* con tal de alcanzar la participación política.

## 6. JUSTICIA Y DESARROLLO (PJD) Y LA VISIBILIDAD POLÍTICA EN FACEBOOK

Marruecos ha experimentado profundas transformaciones políticas desde el inicio del siglo XXI, que resultaron en el ascenso del Partido Justicia y Desarrollo (PJD) de orientación islámica al poder, seguido de su repentino retroceso en las últimas elecciones, una derrota que algunos han considerado el resultado de presiones internacionales y árabes contra el islam político (Alonso, 2016). Este recorrido refleja las complejidades del panorama político tanto en Marruecos como en el mundo árabe, al integrar las fuerzas del islam político en la apuesta democrática.

Sin embargo, por otro lado, la interacción política entre la monarquía y las fuerzas del islam político en Marruecos es más libre y flexible que las experiencias del islam político en el mundo árabe. La monarquía en Marruecos adopta una flexibilidad política al tratar con estas fuerzas, una flexibilidad que no elimina su existencia, pero que al mismo tiempo no permite que se sobrepasen los límites políticos ni que se reduzca la representación de la monarquía sobre el panorama político general en Marruecos.

El ascenso del Partido Justicia y Desarrollo fue gradual desde las elecciones de 1997, donde obtuvo solo 9 escaños, aumentando a 42 escaños en las elecciones de 2002 y 46 en las de 2007. Este avance continuo lo catapultó a la vanguardia del panorama político en Marruecos tras la reforma constitucional de 2011, que fue una respuesta al movimiento del 20 de febrero en el contexto de la primavera árabe.

El partido islamista adoptó un discurso reformista que combina la referencia islámica con los valores democráticos, con un enfoque en la lucha contra la corrupción y la consecución de la justicia social. Este discurso resonó con amplios sectores de la sociedad marroquí, ansiosos de cambio y reformas.

Sin embargo, la experiencia del partido en el gobierno reveló numerosos desafíos. Enfrentó dificultades para conciliar su referencia islámica con los requerimientos de la gestión de los asuntos públicos en un sistema monárquico constitucional. También chocó con lo que se conoce como "el estado profundo" o "el Makhzen", las estructuras tradicionales del poder en Marruecos (Velasco de Castro, 2013).

Como resultado de estos factores, las elecciones de 2021 marcaron un retroceso drástico para el Partido Justicia y Desarrollo, que pasó de ser el partido líder a ocupar la octava posición. Este retroceso suscitó profundas preguntas sobre el futuro del islam político moderado en Marruecos y su capacidad para adaptarse a las exigencias del gobierno.

Por otro lado, partidos como el Partido del Reagrupamiento Nacional de los Libres (RNI) y el Partido de la Autenticidad y la Modernidad (PAM) ascendieron, partidos que se consideran cercanos a los círculos de poder. Esta transformación indica el regreso a un patrón político más cercano al de antes de 2011, donde los partidos administrativos juegan un papel central.

Parece que la experiencia del Partido Justicia y Desarrollo en el gobierno ha revelado la limitación del modelo de islam político moderado en un contexto marroquí complejo. La conciliación entre la referencia islámica y los requerimientos del gobierno, así como las restricciones de la realidad política y económica, siguen siendo un gran desafío (Tozy, 1999). Además, la capacidad del sistema político marroquí para absorber y luego debilitar las fuerzas reformistas sigue siendo una característica esencial del panorama político.

Estas complejidades políticas tienen repercusiones a nivel de desarrollo de la acción política y la construcción de la legitimidad política en el espacio público, donde la comunicación se convierte en la herramienta

más eficaz para estas fuerzas, que se encuentran en una posición política especial en comparación con los otros partidos. Esto les obliga a destacarse con fuerza en la comunicación política, lo que les proporciona una inmunidad política frente a los intentos de restringir la acción política y limitar la construcción de su visibilidad de manera que pueda competir con las visibilidades del poder gobernante en el espacio público.

#### 6.1. LAS REDES SOCIALES Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN ESPACIO PÚBLICO POLÍTICO EN MARRUECOS

Las redes sociales han desempeñado un papel cada vez más importante en la vida política marroquí, especialmente después de la Primavera Árabe. Se han convertido en una de las principales herramientas de participación política y acceso al espacio público en Marruecos (Benítez Eyzaguirre, 2013).

La Primavera Árabe sirvió como un contexto que impulsó la conciencia sobre la importancia de las redes sociales en la nueva realidad política. También proporcionó pruebas del papel fundamental que desempeñan las tecnologías de la comunicación en la vida política, influyendo en la opinión pública y en la organización de movimientos sociales y políticos (Najar, 2013). Durante este periodo, las redes sociales demostraron su capacidad para intercambiar información en tiempo real y facilitar la organización de la acción política y el acceso al espacio público.

Este proceso contribuyó a romper el monopolio de las autoridades oficiales sobre el espacio público y amplió la libertad de expresión y la participación en el debate público, gracias a los mecanismos que ofrecen las redes sociales, como la interactividad y la inmediatez.

Estas plataformas han proporcionado un espacio para el debate político fuera del control de los regímenes gobernantes y han servido como herramientas clave para movilizar la opinión pública a favor de los movimientos que exigen democracia. Asimismo, los partidos políticos han utilizado estas plataformas para exponer sus ideas con mayor libertad y difundir sus discursos sin la censura de los medios de comunicación controlados por el Estado. Ya que las redes sociales han permitido a

cualquier actor político, social o religioso participar en la esfera política, gracias a la naturaleza interactiva del espacio público digital, que facilita la construcción de puentes de comunicación en tiempo real con los votantes, la difusión de programas políticos y la consolidación de su identidad y legitimidad política en el ámbito público (Van Dijck, 2019).

En Marruecos, WhatsApp es la plataforma más utilizada, seguida por Facebook e Instagram, que son las redes preferidas por los marroquíes después de WhatsApp.

Otras redes sociales también atraen el interés de los marroquíes para comunicarse o informarse. TikTok, telegrama, Snapchat y Twitter (ahora llamado X) también desempeñan un papel en la comunicación política. (Hobad, et .al, 2023).

## 6.2. PARTIDO JUSTICIA Y DESARROLLO Y LA VISIBILIDAD TECNOLÓGICA

Los movimientos del islam político, que operan dentro del marco legal, han desplegado una intensa estrategia tecno-comunicativa, basándose en las oportunidades que ofrece internet. Como resultado, han surgido diversas páginas web del Partido Justicia y Desarrollo, que cubren sus actividades políticas, religiosas y culturales, y difunden las biografías de figuras consideradas ideólogas del movimiento.

**www.attajdid.ma:** Es la web del diario *At-Tajdid*, que es el brazo mediático del partido islamista marroquí *Al-Adalah wa At-Tanmiah* y del movimiento apologético *Attawhid wa Al-Islah*. Esta web difunde las noticias y los contenidos mediáticos diarios publicados en su versión impresa y crea espacios interactivos con los lectores para asuntos religiosos. En una página denominada *Addin wa Alhayat* ("La Religión y la Vida"), se cuelgan algunos textos que se consideran *fatwas* en respuesta a las preguntas de los lectores. En dicha página se ofrecen consejos religiosos y se recuerdan los deberes de un musulmán en su práctica religiosa diaria.

**http://www.alislah.org:** Es la web del movimiento *Attawhid wa Al-Islah* ("Unificación y Reforma"). A través de ella se difunden las ideas

religiosas del partido político islamista *Al-Adalah wa At-Tanmiah*. Esta página desempeña un gran papel mediático en la difusión de la ideología y los principios religiosos e intelectuales de este movimiento. Contiene un espacio para las noticias nacionales e internacionales relacionadas con el mundo musulmán y otro para las noticias del movimiento y de sus actividades religiosas, culturales y políticas.

**<http://www.daawa.ma/>**: Es una web llamada *Riyad Adduat* ("Jardín de los Predicadores"), dedicada a la predicación y al contacto religioso con los ciudadanos. Los responsables de la web aclaran que *Daawa.ma* "se dedica a todo lo relacionado con la predicación, ya sea teórico o práctico". En el texto de presentación de la web se puede leer lo siguiente: "Queremos que este Riad sea una referencia para los predicadores del camino de *Allah*, encontrando en él todo lo que puede mejorar su acción apologética". La web ofrece materiales audiovisuales para una mayor interacción con los visitantes.

**<http://www.raissouni.org/>**: Es la web de uno de los fundadores y pensadores del movimiento islámico *Attawhid wa Al-Islah*, el brazo religioso del partido islamista *Al-Adalah wa At-Tanmiah*, Ahmed Raissouni. Se trata de un pensador con una gran presencia en el campo del pensamiento islámico en Marruecos y en el mundo islámico en general. Es catedrático de Ciencias Islámicas en la Universidad de Rabat, miembro activo de diferentes instituciones científicas en el mundo musulmán y cuenta con una larga lista de publicaciones. Ha sido uno de los principales fundadores e ideólogos del movimiento *Attawhid wa Al-Islah*. El contenido de su web permite conocer su trayectoria apologética, sus obras, las entrevistas que ha concedido a los medios de comunicación del mundo árabe y sus opiniones o *fatwas*. Además, la web ofrece contenidos audiovisuales, en su mayoría conferencias y participaciones de Raissouni en actividades culturales o religiosas.

**[www.pjd.ma](http://www.pjd.ma/)**: Es el medio de comunicación electrónico del partido islamista *Al-Adalah wa At-Tanmiah*. Difunde noticias sobre las actividades políticas del partido y de sus líderes y activistas. También publica

las intervenciones políticas del partido en el parlamento y en otras instituciones oficiales, reproduciendo asimismo las participaciones de sus principales miembros en el escenario mediático marroquí, árabe e incluso mundial. En el portal del partido se encuentran diferentes páginas que proporcionan información sobre el partido, sus miembros y sus líderes: su equipo parlamentario, la lista de los concejales locales y su mapa electoral en el territorio marroquí. Además, dedica otro espacio a asuntos diversos como la historia del partido, los programas electorales y los documentos oficiales. Es una web destinada a un objetivo político y a fortalecer la presencia discursiva de esta fuerza política islamista entre la opinión pública marroquí e incluso en el resto del mundo árabe. El partido se ha quejado en diferentes ocasiones de que los medios oficiales marroquíes o los de otros partidos políticos no permiten un tratamiento mediático igualitario a las demás fuerzas políticas del país por ser islamistas (Al-Ashraf, H. 2022).

**<http://parlementaire.jeeran.com/profile/>**: Es un blog de un miembro parlamentario del partido *Al-Adalah wa At-Tanmiah* en el parlamento marroquí, Rachid Medouar, quien fortalece a través de los contenidos de la web la presencia del discurso político del partido islamista, prestando más atención a las actividades parlamentarias de su partido, además de tratar temas políticos internos y regionales desde la perspectiva ideológica que representa *Al Adalah-Wa-Attanimiah* en la vida política marroquí.

Estas plataformas electrónicas del Partido Justicia y Desarrollo buscan consolidar su identidad digital y responder a la necesidad de espacios para el debate y la participación política en el ámbito público. Se centran en dos dimensiones fundamentales: la política y la religión, dentro de una dinámica comunicativa. Los contenidos que ofrecen contribuyen a fortalecer la presencia política del partido y a formular una referencia discursiva que refuerce dicha presencia en el espacio digital.

Este enfoque, por un lado, surge como reacción a las políticas oficiales hacia el islamismo político, lo que ha llevado al partido a aprovechar el espacio digital para superar las restricciones mediáticas impuestas so-

bre él. Por otro lado, también refleja la conciencia de los islamistas sobre la importancia de la comunicación en la promoción de la participación política. La diversidad de los webs vinculados al partido refleja la naturaleza de su pensamiento político, integrando religión, política y comunicación dentro de una estrategia discursiva integral destinada a ampliar su influencia y consolidar su presencia en el ámbito público.

### 6.3. ESTRATEGIA Y ACCIÓN TECNOPOLÍTICA DEL PARTIDO JUSTICIA Y DESARROLLO EN FACEBOOK

Un informe de la cadena Al Jazeera sobre las redes sociales y la participación política en Marruecos consideró que Facebook es una herramienta influyente en las elecciones marroquíes, insinuando así que el "espacio azul" sigue siendo el favorito entre los marroquíes para albergar debates políticos y fomentar la interacción en el espacio público digital. El informe, titulado "Elecciones marroquíes... Facebook, un factor influyente", destaca el impacto transformador de Facebook en la estructura del espacio público, tanto por su papel en la democratización del acceso a este como por su capacidad para permitir una interacción política dinámica y efectiva. El informe señala, además:

La diferencia entre la realidad material y la realidad virtual en las redes sociales en Marruecos se ha reducido considerablemente, y las plataformas de Facebook y de YouTube tienen una gran presencia e influencia en una sociedad que cuenta con cerca de 12 millones de páginas "facebookianas". Los principales partidos políticos de Marruecos han aprovechado estas plataformas, especialmente el espacio azul mencionado, en sus campañas electorales para promocionar sus programas y candidatos, con el objetivo de atraer y persuadir a los votantes para que voten a su favor en las elecciones (Ayadi,2016).

Como lo demuestra la historia de la participación política del partido islamista Justicia y Desarrollo, esta fuerza política ha logrado liderar la lista de los partidos políticos marroquíes en términos de actividad e interacción en el espacio electrónico. Se ha evidenciado una gran diferencia en la intensidad de la interacción en las redes sociales entre este partido y los demás partidos políticos de Marruecos, especialmente en la página de Facebook. Además de ser el más antiguo en términos de esta interacción, gracias a su antigüedad y rápida respuesta a los nuevos

desarrollos, como es habitual con todas las fuerzas del islam político, ha logrado atraer al mayor porcentaje de usuarios de las redes sociales electrónicas partidarias.

Esto se confirma en los resultados de muchos estudios y observaciones publicitarias que transmiten los medios de comunicación marroquíes sobre el buen aprovechamiento que hace el partido Justicia y Desarrollo de las redes sociales. Este éxito también se refleja en la comparación con otros partidos, ya que el partido islamista ha destacado en el uso de YouTube para su comunicación política, aunque ocupa el segundo lugar después de Facebook. El número de seguidores de la página del partido en Facebook es de 1 millón 100 mil, mientras que en YouTube es de 5,282.

Los partidos políticos marroquíes se quejan, en diferentes grados, de la baja calidad de los medios públicos y del monopolio estatal sobre los medios audiovisuales. Sin embargo, la alternativa disponible en los canales de YouTube no es aprovechada por los partidos, a pesar de que Marruecos ocupa el tercer lugar en el mundo árabe en cuanto al uso de YouTube. A excepción del canal del Partido Justicia y Desarrollo, que cuenta con 5,282 miembros, los miembros de los otros partidos no superan unas pocas decenas. En el último lugar se encuentra el Partido Socialista Unificado, con solo un miembro, probablemente el encargado del sitio (Mamouni Alawi, M. 2016).

El Partido Justicia y Desarrollo cuenta con varias cuentas en la red social Facebook, pertenecientes a sus diferentes instituciones políticas, comenzando con la cuenta del propio partido, donde se publican todo tipo de discursos políticos, mediáticos, culturales, comunicativos y organizativos. La mayoría de ellas reflejan la visión del partido y sus estrategias de comunicación para construir su visibilidad en el espacio público. El número de seguidores digitales de este sitio web vinculado al partido, **pjd.ma**, es de aproximadamente un millón y 100 mil seguidores. La cuenta del sitio incluye una gran imagen que muestra a un gran número de simpatizantes del partido, una representación clara de su base popular o su apoyo social, lo que le otorga legitimidad política y representativa. Además, el logo del partido, que es la lámpara, ocupa una posición central en la imagen para representar la identidad visual del partido islamista.

FIGURA 1: WEB DEL PARTIDO PJD.MA



Dentro de las otras cuentas que refuerzan su visibilidad política en el espacio azul, hay una página especial para la juventud del partido, llamado "Juventud del Partido", que representa una poderosa fuerza electoral. Como es sabido, la pirámide demográfica de Marruecos está caracterizada por una amplia capa juvenil, la cual es, tanto electoral como políticamente, una fuerza importante. El partido apuesta por integrar a esta franja de la población para lograr una mayor efectividad, permitiéndoles comunicarse con la juventud marroquí, y también para involucrar a este sector en la dinámica de su partido (Desrues, 2017). Los jóvenes del partido siguen una dinámica particular, sometida a una estrategia organizativa que convierte la acción política en un acto medido y que responde a objetivos comunicacionales, además de estar alineada con los requisitos que implica el control de la visibilidad política del partido en las redes sociales. Su identidad visual en Facebook es representada de esta manera.

FIGURA 2. LA WEB DE LA JUVENTUD DE LA JUSTICIA Y DESARROLLO



Sería importante resaltar el mayor papel comunicacional de este grupo de miembros del partido islamista marroquí Justicia y Desarrollo, ya que su rol se magnifica dentro de su actividad en las redes, participando en debates en el espacio público digital formado en las páginas de Facebook, o comentando sobre contenidos políticos en cuentas de Facebook. Además, su papel podría extenderse para incluir operaciones comunicacionales que buscan responder a rumores sobre el partido o dirigir críticas específicas y organizadas hacia algún actor político, ya sea del mismo partido, de otro partido político o vinculado al poder. Incluso ha surgido un fenómeno electrónico denominado "Las Brigadas Electrónicas de Justicia y Desarrollo", que podría incluir la actividad de la juventud del partido. Estas brigadas realizan tareas similares a las de este grupo juvenil formado por activistas del partido. Un periódico publicó un artículo titulado "El Partido Justicia y Desarrollo de Marruecos frena a sus brigadas electrónicas", y luego explicó lo siguiente:

Ya no es un secreto el papel que desempeñan las brigadas electrónicas del Partido Justicia y Desarrollo en las redes sociales, atacando a los rivales del partido o defendiendo sus orientaciones y políticas. Recientemente, parece que el partido intentó controlar a su ejército electrónico, que comenzó a perder el control sobre algunos de los miembros

activos dentro de él, después de que se criticara a la dirección del partido y a sus miembros, incluida la nueva parlamentaria Amína Fawzi Zizi, por no llevar el hijab (Alawi, 2016).

La web del periódico de la “CNN Árabe”, comentó sobre este fenómeno en un informe titulado "Las publicaciones de las 'brigadas electrónicas', de que esta identidad ha generado debate dentro del Partido Justicia y Desarrollo en Marruecos". En el resto del informe, se menciona que Benkirane el secretario general del partido ha provocado con su crítica una polémica dentro del partido:

Las declaraciones de Abdelilah Benkirane, secretario general del "Partido Justicia y Desarrollo", causaron un revuelo dentro del partido después de que criticara duramente a algunos activistas del partido en Facebook por atacar a una candidata que representaba su ideología política en las últimas elecciones, acusándola de no llevar el hijab. Los llamó con el término "suku'a" (una expresión en Marruecos utilizada para referirse a aquellos que se obstinan en sus opiniones) (CNN árabe, 24 octubre 2016).

El informe también menciona un debate interno entre los miembros del Partido Justicia y Desarrollo que revela el papel de las brigadas en la construcción y protección de la visibilidad en el espacio público digital. Un miembro del partido, Hassan Hamour, miembro del Consejo Nacional de Justicia y Desarrollo, intenta resolver la crisis entre Benkirane, el secretario general del partido, y los activistas de la Juventud de Justicia y Desarrollo. Su discurso resalta el notable papel de la juventud del partido en las redes sociales, especialmente en Facebook:

Los intentos de restringir la libertad de expresión y pensamiento, y de limitar la participación de la juventud en las luchas políticas contra la autoritarismo y todas las formas de control, a través de las 'herramientas' organizativas y el uso del poder moral de la dirección mediante sugerencias organizadas y ataques sistemáticos, no serán efectivos y no detendrán la determinación de los jóvenes de Justicia y Desarrollo y la juventud marroquí en general para seguir defendiendo lo que consideran bueno para su país y su sociedad. El lugar de la dirección está asegurado, y el respeto y la disciplina son obligaciones (2016).

#### 6.4. EL PARTIDO JUSTICIA Y DESARROLLO Y LA CUESTIÓN DE GÉNERO EN SU VISIBILIDAD POLÍTICA EN LAS REDES SOCIALES

El Partido Justicia y Desarrollo, de orientación islamista, es el grupo más fuerte en el Parlamento marroquí y cuenta también con la mayor representación femenina, con 18 mujeres entre las 67 diputadas del nuevo Parlamento. Esto significa que el componente femenino es un elemento vital y estratégico en la estructura organizativa del partido, así como en su representación política (Amoretti,2005). La mujer en la ideología del movimiento islamista de Marruecos. Además, la cuestión de la mujer está presente, al menos, a nivel organizativo y representativo dentro del partido, con una participación y actividad femenina que contribuye a la construcción de su visión política general.

El partido político islamista marroquí escribe en su sitio web, en un editorial dedicado a la cuestión de la mujer, donde expresa su visión sobre el papel de la mujer en el partido, afirmando:

El Partido Justicia y Desarrollo es para mujeres y hombres...  
No reconocemos un mundo para los hombres y otro para las mujeres...  
El mundo de la política es para todos, mujeres y hombres. (La Comisión Nacional de Acción Femenina).

Esta presencia estructural y organizativa de la mujer dentro del partido, ha buscado ser reflejada a nivel comunicativo y en su visibilidad política, con el objetivo de lograr una representación integral de sus diferentes componentes: “los hombres del partido, su juventud y sus mujeres”. La coincidencia del gobierno del Partido de la Justicia y el Desarrollo con una etapa de transición social y política en Marruecos, en la que se han intensificado las demandas de "igualdad de derechos entre mujeres y hombres", ha obligado al partido a responder a este debate no solo a través de su discurso político y sus posturas oficiales, sino también mediante estructuras representativas y estrategias comunicativas y visuales que transmitan su posición sobre la cuestión de género. Se puede observar este enfoque en la representación femenina del partido en los sitios web y redes sociales, particularmente en las cuentas de Facebook de "Mujeres del Partido de la Justicia

FIGURA 3: LA PÁGINA DE LAS MUJERES DE PJD EN FACEBOOK



Lo que distingue este sitio web femenino del Partido de la Justicia y el Desarrollo de otros espacios dedicados a las mujeres dentro del partido es que está dirigido específicamente a las mujeres militantes, centrándose en sus preocupaciones dentro del sistema de competencia por el poder. Además, refleja un conjunto de mecanismos que median su acción comunicativa y política, representando su discurso y el de las mujeres del partido, pero con una orientación claramente política y enfocada en el poder. Es una plataforma con una preocupación esencialmente partidista y política.

En el mismo contexto, destaca otro sitio web femenino con una dinámica particular. Sin embargo, a diferencia del primero, este está dirigido a la mujer marroquí en general. Se centra en cuestiones sociales, políticas, culturales y económicas, abordando debates políticos, culturales, intelectuales, sociales y religiosos sobre la situación de la mujer marroquí en términos generales. Además, este sitio fortalece la presencia femenina tecnopolítica en el espacio social, especialmente en Facebook, donde recibe una mayor interacción por parte de los marroquíes.

**FIGURA 4: LA PÁGINA FÓRUM AZZAHRAE DE LA MUJER MARROQUÍ BRAZO FEMENINO DEL PJD**



Sin duda, esta visibilidad, que se nutre de una dinámica política, comunicativa y cultural basada en la representación femenina, busca, a través de las instancias responsables del partido, hacer visible su visión sobre una cuestión crucial y fundamental relacionada con la formación de las sociedades y la consolidación de los valores democráticos (d'Iribarne, 2014): la igualdad entre mujeres y hombres. Asimismo, la visibilidad política del Partido de la Justicia y el Desarrollo, a través de esta presencia en la red y en el ámbito digital de las plataformas dedicadas a la mujer, busca una legitimidad representativa en la cuestión de género, es decir, el mensaje se orienta hacia la consolidación de una legitimidad representativa para la mujer y sus diversas causas.

#### 6.4.1 Análisis de datos

Como mencionamos anteriormente, el Partido de la Justicia y el Desarrollo (PJD) de Marruecos es una de las fuerzas políticas islámicas más activas en el campo de la comunicación política en Marruecos. De hecho, es el más utilizado en cuanto a la tecnología de comunicación y las redes sociales en comparación con otros partidos políticos en el contexto político marroquí. Esto refleja algunas de las hipótesis de las que partimos en esta investigación, relacionadas con el establecimiento de

la doctrina comunicacional en la práctica política de esta fuerza política, considerándola como una potencia islámica. El partido es una de las fuerzas políticas más grande en Marruecos y utiliza "Facebook" como una herramienta principal para influir en la opinión pública marroquí, y, en consecuencia, en la dinámica de competencia política con actores políticos adversarios o cercanos al poder, construyendo así una visibilidad política.

Ahora nos interesa hacer un análisis de algunos casos de la práctica tecno-política del PJD en su página de Facebook, que tiene alrededor de un millón y 100 mil seguidores. Nos enfocaremos en una muestra significativa de estas prácticas publicadas en la cuenta oficial del partido en la red social "Facebook".

Para evaluar esta práctica tecno-política que construye el Partido de la Justicia y el Desarrollo en el espacio digital, tendremos en cuenta su papel y función en la construcción de su visibilidad política. Sin embargo, antes de comenzar el análisis de las representaciones de esa estrategia tecno-política del partido islámico, que fue el primer partido islámico en llegar al gobierno en Marruecos, debemos detenernos en dos puntos esenciales que deben cumplirse en cualquier análisis científico. El primero es la determinación de la muestra de estudio, en la cual debe describirse la cantidad y justificarla. El segundo es la determinación del período de tiempo en el que nos enfocaremos, también justificando este aspecto, ya que estos criterios son fundamentales para una comprensión profunda y objetiva de los fenómenos comunicacionales y las estrategias de construcción de la visibilidad política del partido en el espacio público digital.

#### 6.4.2. Metodología y Muestra de Análisis

Se seleccionaron treinta publicaciones de la cuenta oficial del Partido de la Justicia y el Desarrollo (PJD) en la red social Facebook. Estas publicaciones se dividieron en tres partes en tres tablas con el objetivo de facilitar la observación y el estudio, así como para comprender y seguir mejor el contenido de las publicaciones.

Esta muestra tecnopolítica del PJD abarca un período crucial en la historia política de Marruecos, en la evolución del islamismo político marroquí, y en la trayectoria del propio Partido de la Justicia y el Desarrollo, que por primera vez en su historia –y en la historia del norte de África– asumió la dirección de un gobierno de coalición. Este período constituye un caso ideal para estudiar la actividad comunicacional del PJD, analizar sus estrategias tecnopolíticas en las redes sociales, y explorar los vínculos entre su representación visual en el espacio público y su construcción de legitimidad política en ese mismo ámbito, en competencia tanto con sus rivales políticos (partidos y élites políticas e intelectuales) como con el poder estatal, especialmente con la monarquía.

La elección de este período como marco histórico para estudiar la comunicación política del PJD es fundamental, ya que permite observar la evolución de su estrategia comunicativa en un momento de transición política, cuando el partido pasó de ser una fuerza opositora para convertirse en la primera formación islamista en asumir el poder en Marruecos. En otras palabras, se analiza un discurso comunicativo en dos posiciones políticas diferentes: primero, desde la oposición, y luego, desde el gobierno.

En el mismo contexto descriptivo de las estructuras de las publicaciones tecno-políticas del Partido de la Justicia y el Desarrollo en la red social Facebook, que constituyen el objeto de este análisis, podemos afirmar que estas publicaciones adoptan tres géneros expresivos que sirven como canales para transmitir los fines discursivos y políticos del partido islámico. Estos tres géneros comunicacionales son:

**TABLA I: LOS TRES GÉNEROS COMUNICACIONALES**

<b>Género discursivo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Género discursivo informativo</b>	Encargado de difundir noticias e información relacionadas con el partido, sus actividades políticas y culturales, o cualquier noticia que favorezca la agenda política de esta fuerza política de referencia islámica.
<b>Género discursivo político</b>	Se refiere a las posiciones, programas y declaraciones políticas del partido.
<b>Género discursivo organizacional</b>	Se centra en los asuntos internos del partido y su estructura organizativa.

Fuente: elaboración propia

#### 6.4.3. El discurso tecno político y la retórica de la visibilidad

Antes de adentrarnos en el análisis de los textos comunicativos utilizados por el Partido de la Justicia y el Desarrollo en sus discursos en Facebook para construir sus visiones políticas, es necesario, dado nuestro objetivo de analizar la retórica del discurso tecnopolítico de este partido islámico y la retórica de su visión política durante una etapa crucial de la transformación política en Marruecos en el siglo XXI—que llevó, por primera vez, al islamismo político al poder, en particular a este partido, el primero de orientación islámica en lograrlo en Marruecos—definir el método analítico y el marco teórico en el que se basa nuestro enfoque para examinar la retórica y la argumentación en el discurso comunicativo del Partido de la Justicia y el Desarrollo.

Estas referencias analíticas pueden dividirse en dos enfoques: uno retórico y otro argumentativo, sustentados por una de las escuelas belgas más destacadas en el campo de la argumentación y la retórica, representada por Chaïm Perelman y Michel Meyer.

#### 6.4.4. Perelman y las leyes argumentativas para el análisis del discurso

Si lo primero que enfrenta quien se adentra en el análisis de un texto argumentativo es la necesidad de definir la concepción de la argumentación que adoptará o que guiará su exploración de los mecanismos argumentativos, nosotros hemos anticipado esta tarea al optar por una de las corrientes argumentativas como elección metodológica, a través de la cual abordamos la ley argumentativa que rige el discurso.

Esta elección se ha basado en el marco teórico de la argumentación desarrollado por Chaïm Perelman y su colaboradora Lucie Olbrechts-Tyteca, especialmente en su obra *Tratado de la Argumentación: La Nueva Retórica (1957)*. Esta obra nos proporciona amplias herramientas analíticas que permiten identificar las leyes argumentativas que estructuran cualquier discurso argumentativo y captar las articulaciones lógicas que subyacen en su construcción inferencial. Todo ello conforma el marco argumentativo que regula el funcionamiento lógico del discurso y orienta hacia la consecución de sus objetivos inferenciales, que suelen ser el motivo subyacente en la construcción de cualquier discurso argumentativo.

Lo que distingue de manera fundamental el esfuerzo argumentativo de Perelman es que su concepción se basa en la tradición lógica aristotélica, presente en su legado retórico y dialéctico, al mismo tiempo que desarrolla un proyecto argumentativo que se había visto reducido bajo la hegemonía del proyecto lógico demostrativo. (Ibid, 1957) Además, las contribuciones de Perelman marcaron un punto de inflexión en la evolución de la lógica en general, al demostrar que la lógica no se limita a una práctica demostrativa, sino que también es una práctica argumentativa. La lógica es tanto demostración como argumentación, y no toda práctica comunicativa se rige por las estrictas leyes del razonamiento formal, sino que, especialmente en aquellas interacciones basadas en elementos naturales, como el lenguaje natural, es imposible aplicar la demostración formal, siendo las estrategias argumentativas las únicas leyes que regulan su funcionamiento lógico. De este modo, se devolvió

el valor a la práctica argumentativa como una práctica lógica que garantiza la racionalidad discursiva y el cumplimiento de diversas funciones comunicativas sin comprometer la credibilidad lógica del intercambio comunicativo.

Otro motivo que refuerza nuestra elección de Perelman como referente en el análisis argumentativo es que su concepción filosófica y retórica de la argumentación nos proporciona amplias posibilidades analíticas que permiten abordar todos los niveles del discurso argumentativo. No se limita solo a las relaciones lingüísticas, sino que también se abre a las relaciones entre proposiciones dentro del discurso, a las condiciones de los interlocutores y el contexto de sus acciones, así como a otras posibilidades comunicativas. También incorpora un género comunicativo fundamental: los discursos naturales, que contienen diversos elementos de transmisión y comunicación, los cuales, en última instancia, no son más que mecanismos argumentativos que desempeñan funciones esenciales en la construcción del discurso.

#### 6.4.5. La Retórica Problematológica en Meyer: Estrategias Discursivas y Argumentativas

Antes de todo, detengámonos en el concepto de Michel Meyer, el pensador belga creador de la teoría “*de la Problématique*” retórica y argumentativa. Meyer no define el discurso simplemente como un medio para transmitir información, sino como una dinámica discursiva basada en cuestiones argumentativas, convirtiendo el discurso en un espacio de interrogación y cuestionamiento (Meyer, 1993). En su estructura y mensajes, el discurso encierra la postura del hablante, una voluntad enunciativa que orienta su discurso y una intencionalidad que motiva al receptor a generar respuestas discursivas, retóricas y argumentativas. Esto confiere al discurso su naturaleza dialógica, basada en la dualidad pregunta-respuesta, que constituye el fundamento de la teoría de la *problématique* en Meyer (Myer, 1995).

El análisis argumentativo de Meyer, se basa en el método problematológico tal como lo planteó en su libro *De la problématique* (1995). En

esta obra, Meyer define la argumentación como un proceso de construcción lógica del discurso y una práctica de cuestionamiento continuo. Es decir, la argumentación no se limita a presentar pruebas para convencer al otro, sino que su fuerza radica en su capacidad para plantear preguntas que generen la necesidad de respuestas. Esto abre el espacio para el debate, la interacción discursiva y el intercambio argumentativo entre el hablante y el receptor. Dicha estructura comunicativa da lugar a una interactividad racional y argumentativa, esencial para la intencionalidad comunicativa de los discursos que analizamos, especialmente aquellos que buscan construir una visibilidad política en el espacio público.

Michel Meyer considera que la argumentación está intrínsecamente ligada a la comunicación, ya que no puede separarse del discurso ni de la retórica. En este sentido, afirma: "*Solo nos comunicamos cuando hay un problema*" (Meyer, 1993: 46), es decir, la comunicación solo ocurre cuando existe una divergencia que la justifique. Meyer integra las dimensiones racional y emocional en el proceso persuasivo, señalando que la argumentación no solo apela a la razón, sino que también busca generar emociones. Además, el discurso argumentativo puede adoptar diferentes formas: puede ser explícito o implícito, directo o metafórico, pero siempre tiene como objetivo influir en el receptor a través de tres funciones principales (Ibid, 1993):

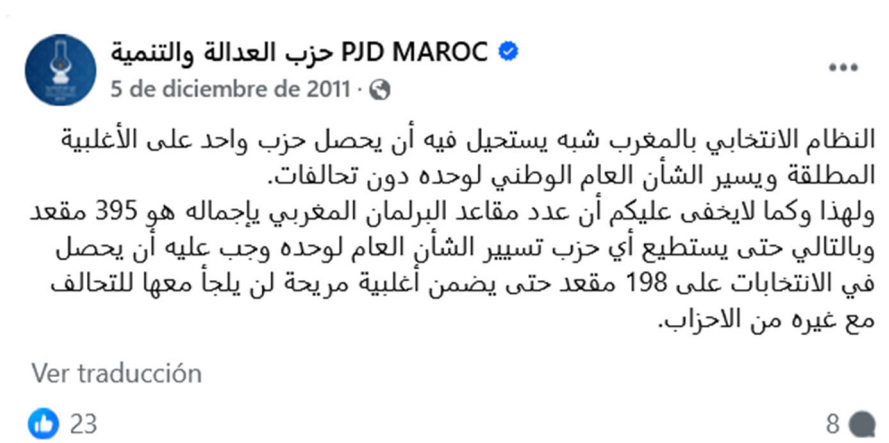
1. Función racional, que establece la coherencia lógica entre las partes del discurso, las ideas del texto y el mensaje transmitido.
2. Función cognitiva, que se relaciona con la cantidad y relevancia de la información contenida en el discurso y el mensaje, influyendo en la toma de decisiones, la adopción de una postura o la percepción del receptor. Y finalmente,
3. La función estética, que se logra con el placer comunicativo que experimenta el receptor al recibir el discurso o mensaje.

#### 6.4.6. Persuasión, Explicación y Visibilidad: Estrategias argumentativas para la Construcción de la Legitimidad Política

La persuasión y la justificación se enmarcan en este eje de los textos 10 y 30, que incluyen cifras relacionadas con el número de escaños en el parlamento. El objetivo de este tipo de publicación es reforzar el poder de la visibilidad del partido en el escenario político, donde el tipo de argumento numérico busca proporcionar datos concretos, lograr una efectividad persuasiva, y poder, por lo tanto, consolidar certezas discursivas.

La publicación 10, se habla de cifras que gobiernan el proceso político y organizan la acción legislativa dentro del parlamento, lo que justifica las probabilidades de alcanzar el poder. Los números (395 es el total de escaños, 198 mayoría absoluta), de manera precisa, detallan las condiciones de gobierno en un sistema de coalición, sin una mayoría absoluta. El sistema político requiere un patrón de representación numérica en el parlamento, sin que haya una mayoría absoluta para un solo partido. De hecho, cualquier partido debe gobernar con una fuerza política secundaria, e incluso con una tercera, para garantizar una mayoría de coalición. Los números aquí explican los límites del juego político, como dice la publicación.

*FIGURA 5: PUBLICACIÓN DE PJD EN FACEBOOK.*



El sistema electoral en Marruecos es casi imposible, ya que un solo partido no puede obtener la mayoría absoluta y gestionar los asuntos nacionales sin alianzas. Es una prueba matemática clara de los límites de la representación parlamentaria, lo que significa que la victoria del PJD se detendrá en este punto, y que habrá socios en el gobierno que podrán restringir su programa político, ya que no será posible para el partido islamita gobernar solo. También, dentro de las estrategias discursivas y argumentativas que buscan justificar y persuadir, se presentan y explican leyes de manera que refuerzan una posición y una convicción política, como ocurre con la publicación número 30.

Se presenta una ley electoral y se interpreta como un argumento persuasivo, destinado a orientar el debate y reinterpretar los valores hacia una determinada interpretación discursiva. La frase que encabeza la publicación es la siguiente: "La delimitación electoral es un factor clave en la orientación de las elecciones y PJD". Basándose en esto, este partido islamico, en la parte inferior de la imagen, presenta una urna electoral con la bandera marroquí y la palabra "elecciones": "el PJD, basándose en el criterio demográfico".

**FIGURA 6: PUBLICACIÓN DE PJD EN FACEBOOK**



Existe una relación argumentativa entre las dos frases, una ubicada en la parte superior de la publicación y la otra en la parte inferior. Han sido distribuidas estratégicamente con una lógica persuasiva que permite comprender la estructura argumentativa y extraer las justificaciones de la acción y la demanda.

La oración (2) "la exigencia de adoptar el criterio demográfico" se justifica lógicamente por el temor a la manipulación de las elecciones, como lo indica la oración (1), "la delimitación electoral es un factor clave en la orientación de las elecciones". También se desprende de la relación argumentativa entre ambas oraciones (1 y 2) que la intención que ha orientado la redacción del texto de la publicación, compuesto por estas dos expresiones, fue lograr claridad, motivación y argumentación. La fuerza y coherencia del discurso contribuyen a hacer que la visión política de Justicia y Desarrollo sea más sólida y consistente, basada en su estrategia discursiva y lógica argumentativa.

En este contexto, el mensaje se orienta hacia la demanda de legitimidad política, es decir, aquella legitimidad relacionada con los desafíos de alcanzar el poder y asumir la responsabilidad de la gestión gubernamental.

#### 6.4.7. Del ethos partidista y la motivación argumentativa a la legitimidad democrática

El análisis que realizamos a base de las publicaciones del PJD en la plataforma de Facebook, bajo este eje temático, destaca las estrategias tecno-políticas que emplea el partido para fortalecer su credibilidad política. Dicha credibilidad se hace efectiva a través de la obtención de una legitimidad democrática basada en la elocuencia de las representaciones visuales que crea en el espacio público digital. La estrategia discursiva y tecno-política ha adoptado mecanismos de movilización discursiva, que se reflejan claramente en la publicación número 3, donde se motiva a los votantes a participar de manera fuerte y decisiva en las elecciones, con el fin de determinar los resultados electorales.

FIGURA 7: PUBLICACIÓN DE PJD EN FACEBOOK



Se convocan elementos del ethos, como el sentimiento nacional, la responsabilidad social y política, y se utilizan frases que fomentan la acción política, como "La revolución de las urnas segunda" y "Participa... cambia tu país".

El objetivo de estas oraciones es incentivar a los votantes a participar activamente en el proceso electoral. Este discurso apela al sentimiento nacional y la responsabilidad social a través del uso de frases motivacionales que invitan a la acción.

Esta estrategia también se abre al uso de imágenes de los líderes del partido y sus declaraciones, para generar confianza y credibilidad, y fortalecer el compromiso democrático del partido. Un elemento fundamental de la práctica democrática que se destaca es la participación en las elecciones.

En la publicación número 26, se destaca una de las estrategias discursivas que movilizan al público, a través de las declaraciones de los líderes del partido que llaman a lograr demandas democráticas, mostrando el protesto político como una herramienta democrática.

FIGURA 8: PUBLICACIONES DE PJD EN FACEBOOK



La visibilidad política que se forma, en este contenido tecnopolítico, a través de los detalles de estas estrategias discursivas y comunicacionales está dirigida a través de los contextos de enunciación y las estructuras argumentativas de las frases expuestas en las publicaciones de Facebook del Partido de la Justicia y el Desarrollo, que hemos utilizado en este estudio, con el objetivo de alcanzar un nivel interactivo que le permita, discursivamente y comunicativamente, ganar legitimidad política, una legitimidad que se basa en el apoyo popular y la opinión pública para llevar a cabo los requisitos de la representación democrática.

## 7. CONCLUSIÓN

Como se ha mostrado en el conjunto de lo que hemos analizado, el uso del discurso tecnopolítico del Partido Justicia y Desarrollo en la red social Facebook presenta una visión discursiva que se abre a diversas estrategias tecnopolíticas que aprovechan todas las capacidades discursivas para lograr dos objetivos principales: el primero es construir una visibilidad política en el espacio público, y el segundo es lograr tres legitimidades principales que forman la base política del trabajo de este partido político islámico, tanto discursivamente y comunicacionalmente en el espacio público, como de manera efectiva a través de la práctica política institucional, ya sea en el gobierno o en el parlamento.

El PJD fue el primer partido islámico en liderar un gobierno de coalición en la historia política de Marruecos.

Este partido ha demostrado que su comunicación política se basa en lograr una visibilidad política, la cual parece ser el resultado de la fuerza de la oferta y la capacidad de interactuar con los demás a través del discurso. Esa fuerza se manifiesta en las capacidades argumentativas y retóricas sobre las que se construyen las bases del consenso político. El verdadero criterio para la visibilidad depende de su capacidad para crear una respuesta, y aunque la oferta esté presente, su manifestación completa no se realiza hasta que se logre la respuesta, lo que implica la recepción del mensaje, y la interacción, es decir, a través de la reproducción del contenido repetidamente o mediante la influencia de alguna manera en otros productos a través de una intertextualidad determinada. Esto se manifiesta en la presencia parcial o total de un discurso o contenido específico, ya sea en forma o en el contenido del mensaje.

Despejar la rigidez de la visibilidad, como se puede observar en la práctica tecnopolítica del partido, depende de dos aspectos en la práctica techno-comunicativa del PJD: el primer aspecto es fortalecer el discurso para garantizar una visibilidad retórica que atraiga el interés de la opinión pública y se involucre en la interacción con él. El segundo aspecto es que esta visibilidad sea un medio para lograr legitimidades como la legitimidad política, la legitimidad democrática representativa y la legitimidad religiosa, que constituyen la referencia fundamental en las estrategias tecnopolíticas del partido.

## 8. CONCLUSIONES FINALES

Esta investigación se propuso analizar el papel esencial de la comunicación política como herramienta estratégica del islam político en Marruecos, centrándose en el Partido de la Justicia y el Desarrollo (PJD) como caso paradigmático de un islamismo institucional que ha sabido articular su discurso y acción política a través de herramientas tecnológicas modernas. El eje central del estudio fue la construcción de un dis-

curso tecnopolítico basado en la tecno-retórica y la tecno-argumentación, lo cual ha permitido al PJD intervenir activamente en el espacio público, competir por legitimidad política y desafiar los marcos tradicionales de la visibilidad política en Marruecos.

Desde sus orígenes como partido islamista con aspiraciones de reforma desde dentro del sistema, el PJD ha demostrado una notable capacidad para integrar la lógica comunicacional en su acción política. No solo ha comprendido la necesidad de comunicar eficazmente sus ideas y propuestas, sino que ha desarrollado una verdadera doctrina comunicativa que ha evolucionado al ritmo de los cambios tecnológicos y sociopolíticos. Esta doctrina combina elementos clásicos del discurso islámico—como la predicación (da‘wa), la moralidad y la justicia social— con estrategias modernas de comunicación política, propias de contextos democráticos y competitivos.

A lo largo de este estudio se ha evidenciado cómo el PJD ha construido una presencia sólida en el ecosistema digital marroquí, utilizando las redes sociales, en especial Facebook, como plataforma central para conectar con sus bases, comunicar su narrativa política, responder a la oposición y mostrar logros de gobierno. Esta forma de comunicación no se limita a la propaganda electoral, sino que forma parte de una estrategia permanente de legitimación, que tiene como objetivo construir un vínculo directo y continuo con el electorado, fuera del marco mediado por la prensa tradicional o los canales oficiales controlados por el Estado.

El caso del liderazgo de Abdelilah Benkirán es ilustrativo de esta lógica comunicativa. Su estilo directo, popular y carismático, sumado a su capacidad para utilizar un lenguaje político con referencias religiosas, culturales y sociales comprensibles para amplias capas de la población, consolidó la imagen del PJD como un partido cercano, auténtico y capaz de representar los intereses del "ciudadano común". Este capital simbólico, amplificado por las redes sociales, fue fundamental para el éxito electoral del partido tras la Primavera Árabe y durante las reformas impulsadas por el Movimiento 20 de febrero.

Este estudio ha demostrado también que la comunicación del PJD no es simplemente reactiva, sino estratégica. Se ha basado en la elaboración de un discurso tecnopolítico que integra elementos de religiosidad con nociones modernas de ciudadanía, gobernanza y participación democrática. En este sentido, el PJD representa una forma híbrida de islam político que busca conciliar su identidad islámica con las exigencias del pluralismo político y las reglas del juego democrático. Esta tensión entre autenticidad y adaptabilidad ha sido gestionada, en gran medida, a través de la comunicación.

En contraste con otros actores del islam político en Marruecos, como la Jamaa Al-Adl wal-Ihsan —que opera desde fuera de las instituciones y adopta una postura de oposición radical—, el PJD ha optado por una estrategia de inserción institucional. Sin embargo, esta elección no lo ha eximido de los desafíos derivados de su relación con el poder oficial, especialmente con la monarquía. De hecho, uno de los aportes de esta investigación ha sido demostrar cómo el PJD ha desarrollado mecanismos comunicativos para navegar la compleja relación con el Majzén: evitando confrontaciones directas, pero sin renunciar a una narrativa autónoma, crítica y con legitimidad popular.

Asimismo, se ha evidenciado que la visibilidad obtenida a través de los medios tradicionales (parlamento, medios públicos, participación en el gobierno) no es suficiente para sostener la legitimidad política en un entorno donde la opinión pública se forma cada vez más en el espacio digital. Por ello, el PJD ha invertido en estrategias de comunicación digital que le permiten llegar directamente a los ciudadanos, difundir su versión de los hechos y neutralizar los discursos adversos. La tecnorretórica empleada en sus contenidos digitales —vídeos, infografías, transmisiones en vivo— ha sido diseñada no solo para informar, sino también para persuadir, movilizar y construir una identidad política diferenciada.

La investigación también ha abordado la dimensión argumentativa del discurso del PJD. Su capacidad para responder a las críticas, presentar

argumentos sólidos sobre sus políticas públicas, justificar su participación en gobiernos de coalición y explicar las tensiones con el poder oficial, revela una sofisticación discursiva que va más allá del simple marketing político. Esta tecno-argumentación se inscribe en un contexto donde la política se juega también en el plano simbólico y semiótico, y donde la credibilidad depende en gran medida de la coherencia discursiva y la eficacia comunicativa.

En términos generales, se concluye que el islamismo político representado por el PJD ha logrado adaptarse a las nuevas condiciones del espacio público en Marruecos gracias a una estrategia tecnopolítica que combina visibilidad institucional y digital, coherencia ideológica y pragmatismo político. Esta estrategia ha contribuido a consolidar su presencia en la arena política nacional, aunque también ha generado tensiones internas y externas que el partido deberá seguir gestionando en el futuro.

Por último, esta investigación invita a una reflexión más amplia sobre el papel de la comunicación en los movimientos islamistas contemporáneos. Si bien el contexto marroquí tiene sus especificidades, muchas de las dinámicas analizadas aquí pueden servir como punto de partida para estudios comparativos en otros países del mundo árabe. En particular, el concepto de "doctrina comunicativa" islámica merece ser explorado con mayor profundidad como un enfoque teórico que permita entender la evolución de los discursos islamistas en la era digital.

En el horizonte, nuevos desafíos como el uso de la inteligencia artificial, la microsegmentación de mensajes y la creación de narrativas transnacionales podrían redefinir la forma en que los actores islamistas construyen legitimidad y movilizan apoyo. En este sentido, el caso del PJD constituye un laboratorio privilegiado para observar la transformación del islam político bajo el signo de la comunicación digital, y para analizar cómo la interacción entre religión, tecnología y política configura nuevas formas de acción colectiva en el siglo XXI.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Abboud, E., Ajwang, F., & Lugano, G. (2024). ¿Social media and politics as usual? Exploring the role of social media in the 2022 Kenyan presidential election. *Journal of Eastern African Studies*, 18(2), 321-343.
- ‘Abd al-Ilāh Sāṭī (2012). *Al Malakiyah wa al Islamiun fi Almaghreb* (La monarquía y los islamistas en Marruecos).
- Aguilera, M. de & Casero-Ripollés, A. (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. *Icono 14*, 16(1), 1-21. <https://doi.org/10.7195/rii4.v16i1.1162>.
- Al-Daghshi, A. M. (2024, 24 de febrero). Mustalah al-islam al-siyasi: Al-haqiqa wa al-talbis wa ta'sis Bernard Lewis [El término islam político: Verdad, confusión y la formulación de Bernard Lewis]. Al jazzera, recuperado de <https://acortar.link/bvXUo7>, consultado el 15/12/2024.
- Al-Kanburi, I. (2017). Al-Islamiyun al-Maghariba: At-Tadbir kharij ad-Din. Fi M. Abu Rumman (muharrir), Afaq al-Islam as-Siyasi fi Iqlim Mudtarib: Al-Islamiyun wa Tahadiyat "ma ba'd ar-Rabi' al-Arabi" (s. 67). Mu'assasat Friedrich Ebert, Maktab al-Urdun wal-Iraq.
- Alonso, B. T. (2009). El islam político en marruecos. Dos estrategias enfrentadas: participación institucional frente a oposición desde fuera. *Revista UNISCI*, (19), 186-205.
- Alonso, B. T. (2016). El PJD en política local: perfil del representante y estrategia electoral. La diferenciación como argumento político. The PJD in the local arena: demographic profile, differentiation as political strategy. *Revista de estudios internacionales mediterráneos*, (20).
- Aloui, R. (2016, octubre 31). Alfada' al- ‘Umumi al-Mu ‘arid: Naqd Aṭruḥat Ḥabirmās [El espacio público opositor: Crítica de la tesis de Habermas]. Mominoun. Recuperado de <https://goo.su/oL4rgp> , consultado el 30/12/2021.
- Althusser, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado. Freud y Lacan*. Nueva Visión.
- Al-Usbuiya al-Jadida (2005) N° 33 2 y 8 de junio de 2005.
- Amoretti, J. A. M. (2011). La "virtualización" del discurso y la acción política en el Magreb: El caso del islam político marroquí y su lucha por el poder ideológico en Internet. *Revisita CIDOB d'afers internacionals*, 53-71.
- Amsidder, A., Daghami, F., & Toumi, F. (2012). La mobilisation sociale à l'ère des réseaux sociaux. Cas du Maroc. *ESSACHESS. Journal for Communication Studies*, 5(1), 151-161. Recuperado de

file:///C:/Users/moham/Downloads/SSRN-id2161776.pdf. Consultado el 10/06/2020.

- Anderson, J. W. (2000). Producers and Middle East Internet Technology: Getting Beyond" Impacts". *The Middle East Journal*, 419-431.
- Arce Rudon, K. (2005). El juego de poder entre la comunicación política y la sociedad: complicidad o subordinación. *Punto Cero*, 10(10), 37-43. Recuperado de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762005000100005&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762005000100005&lng=es&nrm=iso). Consultado el 15/06/2020.
- Arendt, H. (1993). *La Condición humana*, Barcelona, Paidós.
- Arendt, H. (2019). *The human condition*. University of Chicago press.
- Arendt, H., Fradier, G., & Ricoeur, P. (1983). *Condition de l'homme moderne*. Paris: Calmann-Lévy.
- Asad, M. (2001). *El mensaje del Corán: Traducción del árabe y comentarios*. Junta Islámica, Centro de Documentación y Publicaciones.
- Bakhtín, Mikhaíl. (1977). *Le Marxisme et la philosophie du langage. Essai d'application de la méthode sociologique en linguistique Traduit du russe et présenté par Marina Yaguello. Préface de Roman Jakobson*. Collection Le sens commun.
- Barou, J. P., & Perrot, M. (1980). El ojo del poder. Entrevista con Michel Foucault. *J. Bentham. El panóptico*, 9-26.
- Bayat, A. (Ed.). (2013). *Post-Islamism : The many faces of political Islam*. Oxford University Press.
- Beas, D. (2011). *La reinención de la política: Obama, Internet y la nueva esfera pública*. Edición Península.
- Belal Y (2013) *L'islam politique au Maroc Pouvoirs* 145 71-81
- Belkacem Amine, Ben Amra (2018). *El rol de los nuevos medios en formación de los espacios marginados femeninos dentro del espacio público virtual*. Tesis doctoral en árabe. Universidad Abde El Hamid ben Bades. Mestghanem.
- Benítez Eyzaguirre, L. I. (2013). Audiovisual y móviles en las revueltas sociales de Marruecos. *ZER. Revista de Estudios de la Comunicación*, 18(35), 145-168.
- Bensalah, M. (2006). Islam y representaciones mediáticas. *Revista CIDOB d'afers internacionals*, 69-83.

- Bessant, J. (2014). *Democracy Bytes: New Media, New Politics and Generational Change*. Palgrave Macmillan.
- Bin al-Muṣṭafā, ‘Ukāsha. (2008). *Al-Islāmiyyūn fī al-Maghrib* (Vol. 385). (*Los islamistas en Marruecos*) Dār Tūbqāl li-l-Nashr.
- Blumler, J. G., & Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication : Influences and Features. *Political Communication*, 16(3), 209-230.
- Blumler, J., & Gurevitch, M. (1995). *The Crisis of Public Communication*. Routledge.
- Bordum, Anders (2005) Immanuel Kant, Jürgen Habermas and the categorical imperative. *Philosophy & Social Criticism*, vol. 31, 7: pp. 851-874, First Published Nov 1. Center at the American Press Institute.
- Bourdin, J. C. (2010). La invisibilidad social como violencia. *Universitas philosophica*, 27(54), 15-33.
- Calera, E. M. L. (2018). Análisis de la pluralidad del islam político. Los casos de Túnez, Turquía y Marruecos. *Revista del Instituto Español de Estudios Estratégicos*, (11), 13-37.
- Camargo, J. J. (2008). Un choque de ignorancias y definiciones. El mito del «choque de civilizaciones» a partir del-pensamiento de Edward W. Said. *Taula: quaderns de pensament*, 23-36.
- Canel Crespo, M. J. (2006). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica* (2.ª ed.). Tecnos.
- Carrilho, M. M. (1992). *Rhétoriques de la modernité*. FeniXX.
- Casani Herranz, A. (2018). *La estrategia política de al-Adl wa-l-Ihsane durante el reinado de Mohamed VI: un estudio del islam político en Marruecos a través de la sociología del poder* (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Madrid).
- Castells M (2002) La galaxia Internet Recuperado el 20de abril 2023 de [http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugural01/intro\\_conc.html](http://www.uoc.edu/web/esp/launiversidad/inaugural01/intro_conc.html)
- Castells, M. (1998). *La era de la información. Vol. I La sociedad red*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Dader, J. (2003). Ciberdemocracia y comunicación política virtual: El futuro de la ciudadanía electrónica tras la era de la televisión. En S. Berrocal (Ed.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, 309-342. Ariel.

- del Miño, P. G. (2011). El movimiento islamista en Marruecos: Entre la institucionalización y el asociacionismo. *Revista CIDOB d'afers internacionals*, 33-51.
- Desrues, T. (2017). El Partido Justicia y Desarrollo (PJD) en Marruecos (2011-2017): teoría y praxis de gobierno. *Fundación Alternativas*.
- Eberhard Knödler-Bunte, Sara Lennox and Frank Lennox (1975). The Proletarian Public Sphere and Political - Organization: An Analysis of Oskar Negt and Alexander Kluge's The Public Sphere and Experience. *New German Critique* No. 4 (Winter, 1975), 51-75. Duke University Press.
- El Charqawi, Omar (2010). Al Malakia wa Jamaatu al Adl wa Allhssan. (La monarquía y el grupo Justicia y Caridad). En la revista *Wijahatu Nadar* (Punto de vista) N° 44- 45. Año 12. 35-40.
- el Kobaiti Idrissi A (2015) The Political Participation of Sufi and Salafi Movements in Modern Morocco: Between the '2003 Casablanca Terrorist Attack' and the 'Moroccan Spring' Sufis and Salafis in the Contemporary Age 91
- El Mouden el Mouden, M. (2018). Islam, política y poder en Marruecos. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 13, 145-159.
- Elena, M. (2016). El posicionamiento de medios internacionales ante los movimientos sociales: CNN y Al-Jazeera English en la caída de Morsi. *Communication & Society*, 29(3), 119-131.
- Etling, B., Faris, R., & Palfrey, J. (2010). Political Change in the Digital Age: The Fragility and Promise of Online Organizing. *SAIS Review of International Affairs*, 30(2), 37-49.
- Ezequiel, A., Aguiton, C., Beetham, D., Bell, K., & Berardi, F. (2014). *Repensar la política en la era de los movimientos y las redes*. Wainwright.
- Gil-Ramírez, M., Rojas, M., & Martínez, G. T. (2019). Politainment and political personalisation : From television to YouTube ? *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1542-1564.
- Habermas J (1989) The Structural Transformation of the Public Sphere : An Inquiry into a Category of Bourgeois Society MIT Press Cambridge MA ; Polity Press Cambridge Gran Bretaña
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción y racionalización social* (Vol. 1) Tauros, Madrid.
- Habermas, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona, Editorial Gustavo Gil.
- Habermas, J. (1997). *Droit et democracie. Entre faits et Norme*. Paris, Gallimard

- Habermas, J. (2023). *Teoría de la acción comunicativa: I. Racionalidad de la acción y racionalización social. II. Crítica de la razón funcionalista*. Trotta.
- Hakim, Sulaieman (2010). *Mina al wefaq ila ach sheqaq: Jamal abde Nasar wa Al Ijwan* (De la reconciliación a la discordia: Nasser y los hermanos musulmanes).
- Hammoud, Hammoud (2013). Maa waraae serriyati al islam as siyasi (Lo que está detrás del secretismo del islam político). AL ARAB. Recuperado de <https://bit.ly/2HoUjtA>. Consultado el 16/03/2019.
- Helms A (2009) The Internet and Islamist Politics in Jordan Morocco and Egypt Georgetown University Recuperado de [http://www.scribd.com/doc/22198428/Politics-of-Information-The-Internet-and-Islamist-Politics-in-Jordan-Morocco-and-Egypt#open\\_download](http://www.scribd.com/doc/22198428/Politics-of-Information-The-Internet-and-Islamist-Politics-in-Jordan-Morocco-and-Egypt#open_download)
- Hendricks, J. A., & Kaid, L. L. (Eds.). (2010). *Techno Politics in Presidential Campaigning: New Voices, New Technologies and New Voters*. Routledge.
- Herreros M C (Ed) (2010) Desarrollos del periodismo en Internet Vol 37 Comunicación Social
- Hobad, L., & Kabbouri, A. (2023). L'entrepreneuriat féminin et les médias sociaux au Maroc. *African Scientific Journal*, 3(15), 726. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7567800>.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory : Media, Technology and Society*. Sage Publications.
- I Lecha, E. S. (2020). *El islam político y los movimientos de protesta*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Ibahrine A (2005) La comunicación política del movimiento Al adl-wa Alihsan en Marruecos Editorial X
- Ibahrine S (2005) Estudio sobre los movimientos islamistas en Marruecos p 123
- Irfan, Ahmad (2009). *Islamism and Democracy in India: The Transformation of Jamaat-e-Islami*.
- Izquierdo, F. (2013). El islam político y la movilización social tras las revueltas árabes. Un análisis desde la Sociología del poder. *Revista de Estudios Internacionales Mediterráneos*, (15). 45-65.
- Jafar, H., & Abdullah, A. (2003). Hawla at-tahawwul fi harakat al-Islam al-siyasi fi al-Sharq al-Awsat. En *Al-Islamiyyun wa al-mas'alah al-siyasiyyah*. Beirut: Al-Markaz al-Thaqafi al-Arabi, 233-242.

- Kanboury, I. (2017). Los islamistas magrebíes: La gestión fuera de la religión. En M. Abu Rumman (Ed.), *Horizontes del Islam político en una región turbulenta: Los islamistas y los desafíos de "la post-primavera árabe"*. Fundación Friedrich Ebert, Oficina de Jordania e Irak.
- Kant, I. (1988). Respuesta a la pregunta: ¿Qué es ilustración? (traducción de Agapito Maestre y José Romagosa), en *¿Qué es la ilustración?* Madrid, Tecnos.
- Kepel, G. (2002). *Jihad: The trail of political Islam*. Harvard University Press.
- Knödler-Bunte, Eberhard; Lennox, Sara; and Lennox Frank (1975). The Proletarian Public Sphere and Political - Organization: An Analysis of Oskar Negt and Alexander Kluge's *The Public Sphere and Experience*. *New German Critique* No. 4 (Winter, 1975), Duke University Press, 51-75.
- Kreiss, D. (2015). Digital campaigning. In S. Coleman & D. Freelon (Eds.), *Handbook of digital politics*. Edward Elgar, 118-135.
- León Navarro, V. (2003). La predicación como fuente de comunicación. Sus posibilidades y límites. *Revista de historia moderna*, no 21 (2003), 239-260.
- Livingston, S., Couldray, N., & Markhan, T. (2007). Youthful steps towards civic participation: Does the internet help? In B. D. Loader (Ed.), *Young Citizens in the Digital Age: Political Engagement, Young People and ...* Routledge. Londres y Nueva York: Routledge, 155-157.
- López-García, G. (2016). 'Nuevos' y 'viejos' liderazgos: La campaña de las elecciones generales españolas de 2015 en Twitter. *Communication & Society*, 29(3), 149-167.
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I., et al. (2011). The revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 123-135.
- Louis, Quéré. (1992). L'espace publique: de la théorie politique à la métathéorie sociologique. *Quaderni*. vol.18. 25-37.
- Macías Amoretti, J. A. (2005). La mujer en la ideología del movimiento islamista de Marruecos. *Miscelánea de estudios árabes y hebraicos. Sección Árabe-islam*, 54.
- Maldonado, A. M., Velásquez, G. G., & García, J. O. (2009). La crisis del orden mundial. Globalización y terrorismo. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 4(1), 129-158.
- Manograsso, A. B. V. (2016). ¿Espacio de aparición sin dimensión corporal? Identidad y violencia en H. Arendt. *Daimon Revista Internacional de Filosofía*, 785-794.

- Marc Lynch, (2003): *The Arab Uprising: The Unfinished Revolutions of the New Middle East*. New York: Public Affairs.
- Martínez Villarreal, J. de D., Rivera Hernández, P. P., & Rodríguez Burgos, K. E. (2019). El uso de la internet versus medios tradicionales de comunicación: Su impacto en la participación política de los jóvenes en el área metropolitana de Monterrey, Nuevo León. *Justicia*, 24(36), 114. <https://doi.org/10.17081/just.24.36.3768>.
- Marzouki, A. Y. (2018, April 28). *Al-islam al-siyāsī huwa aṣl al-istī'nāf bi-shurūṭ lā budda minhā (al-faṣl al-awwal) / El islam político es el fundamento de la reanudación, pero con condiciones necesarias (Capítulo 1)*. Abou Yaareb Marzouki. <https://abouyaarebmarzouki.wordpress.com/2018/04/28/>.
- McCarthy, Thomas (1992). *La teoría crítica de Jürgen Habermas*. Madrid: Tecnos.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Mellor, N., & Rinnawi, K. (2016). *Política islam and Global Media*. Oxon and New York: Routledge.
- Menéndez, M. C. (2011). *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 89, 74-83.
- Meyer, M. (1993). *La comunicación en la filosofía contemporánea*.
- Meyer, M. (1995). Problématique et argumentation : ou la philosophie à la rencontre du langage. *Hermès*, (1), 145-154.
- Michelén, S. (2010). La predicación es la comunicación de un mensaje extraído de las sagradas escrituras a través de una exégesis cuidadosa. *Todo Pensamiento Cautivo*. Recuperado de <http://www.todopensamientocautivo.com/2010/02/la-predicacion-es-la-comunicacion-de-un-mensaje-extraido-de-las-sagradas-escrituras-a-traves-de-una-exegesis-cuidadosa/>. Consultado el 15/04/2011.
- Moreno de Alba J G (2010) El libro del incunable al disco compacto Recuperado de <http://congresosdelalengua.es/zacatecas/plenarias/libro/moreno.htm>
- Motaouakal A (2014) Al-adl Wal-Ihsan: An Explanation of its Rise and Its Strategy for Social and Political Reform in Morocco University of Exeter United Kingdom
- Mouhsine, R. (2016, 10 de agosto). Comment le PJD tisse sa toile sur le web et les réseaux sociaux. *TelQuel*. Recuperado de [https://telquel.ma/2016/08/10/comment-le-pjd-tisse-sa-toile-sur-le-web-et-les-reseaux-sociaux\\_1510070](https://telquel.ma/2016/08/10/comment-le-pjd-tisse-sa-toile-sur-le-web-et-les-reseaux-sociaux_1510070) (consultado el 23/12/2024).

- Nahon, K. (2016). Where there is social media there is politics. In A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbo, A. O. Larsson, & C. Christensen (Eds.), *The Routledge Companion to Social Media and Politics*. Routledge.
- Najar, S. (Ed.). (2013). *Le cyberactivisme au Maghreb et dans le monde arabe*. Karthala Editions.
- Nayar P K (2004) *Virtual worlds: Culture and politics in the age of cybertechnology* Sage Publications
- Negt Oskar (2007). *L'espace public oppositionnel*, traduction par Alexander Neumann, Payot, Paris, 222-231.
- Negt, O., & Kluge, A. (1973). *Öffentlichkeit und Erfahrung: Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Suhrkamp.
- Ojeda, A. R. (2017). Movimientos e Internet: de la Política Centralizada a la Política Distribuida. *Punto Cero*, 22(35), 9-23.
- Oskar Negt (2007). *L'espace public oppositionnel*, traduction par Alexander Neumann, Payot, Paris.
- Osorio Cámara, M. J., Molero Jurado, M. D. M., Pérez Fuentes, M. D. C., & Mercader Rubio, I. (2014). Redes sociales en internet y consecuencias de su uso en estudiantes universitarios. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*.
- Ourid, Hassan (2016). *Al Islam As -siyasi fi al Mizan* (El islam político en balance).
- Palmero, M. J. G. (1999). Mujer, identidad y espacio público. *Contrastes: revista internacional de filosofía*, (4), 45-64.
- Pandiani, G. M. (2006). El impacto de la televisión en la comunicación política moderna. *Signos Universitarios*, 25(Extra1), 67-88.
- Pruzan-Jørgensen J (2010) Analyzing authoritarian regime legitimization: Findings from Morocco Middle East Critique 19(3) 269-286
- Quéré Louis, (1992). L'espace publique : de la théorie politique à la métathéorie sociologique. *Quaderni*. vol.18, 78-89.
- Rafaeli, Sheizaf & Sudweeks, Fay. (1998). Interactivity on the Nets. Recuperado de file:///C:/Users/moham/AppData/Local/Temp/Interactivity\_on\_the\_Nets.pdf. Consultado el 13/02/2021.
- Rayón-Rumayor, L., Barroso-Moreno, C., Bañares-Marivela, E., & Pacetti, E. (2024). El poder de los algoritmos en la mercantilización de las redes sociales para la educación inclusiva. ¿Invisible o invisibilizado? *Profesional de la información*, 33(4). 123-134.

- Rojas-Torrijos, J. L. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista. *Vivat academia*, (113), 1-15.
- Roldán, Eugenia (2017). Las esferas públicas de Kluge y Negt: experiencia, fantasía, utopía. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105154034003.pdf>. Consultado el 8 de octubre 2020.
- Roussellier J (2012) Islamist Opposition in Authoritarian Regimes: The Party of Justice and Development in Morocco *The Middle East Journal* 66(2) 373-374
- Saborido, M. (2007). El islamismo radical. *Center for Contemporary Middle Eastern Studies (CEMOC)* (accesible en <http://www.isn.ethz.ch/isn/Digital-Library/Publications/Detail>).
- Said, Edward W. (1978). *Orientalismo*. Barcelona: Random House Mondadori.
- Sánchez, I. G. (2022). Nuevas tecnologías en Marruecos: ¿empoderamiento femenino o brecha de género? *Clepsydra. Revista Internacional de Estudios de Género y Teoría Feminista*, (23), 119-137.
- Shayne Bowman and Chris Willis (2003). *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. The Media.
- Sreberny-Mohammadi A & Mohammadi A (1994) *Small Media Big Revolution: Communication Culture and the Iranian Revolution* University of Minnesota Press
- Steuer, Jonathan (2000). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Journal of Communication* 42(4). DOI: 10.1111/j.1460-2466.1992.tb00812.x.
- Tassin, E. (1992). Espace commun ou espace public ? L'antagonisme de la communauté et de la publicité. *Hermès*, (1), 23-37.
- Thompson, J. B. (2003). La transformación de la visibilidad. *Estudios públicos*, (90).
- Tozy, M. (1999). *Monarchie et islam politique au Maroc*. Paris, Presses de Sciences Politiques.
- Uribe Salazar, C. de, Marqués Pascual, J., & Fondevila Gascón, J. F. (2016). El liderazgo político en la era digital: Un análisis de uso de Twitter por el Papa Francisco (@Pontifex). *Obra digital: revista de comunicación*, 11. Recuperado el 9 de junio de 2020 de <https://www.raco.cat/index.php/ObraDigital/article/view/315498>.

- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Velasco de Castro, R. (2013). La monarquía alauí, símbolo identitario de la nación marroquí: legitimidad histórica e instrumentalización política. *Diacronie. Studi di Storia Contemporanea*, 16-4.
- Wheeler, D. (2002). Islam, Community and the Internet: New possibilities in the digital age. *Interface: The Journal of Education, Community and Values*, 2(2). 65-71.
- Wilhelm, A. G. (2000). *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. Routledge.
- Williams, A., Williams, A. P., & Tedesco, J. C. (2006). *The Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Xenos, M., & Moy, P. (2007). Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement. *Journal of Communication*, 57, 704-718.
- Yaron Ariel & Ruth Avidar (2015). Information, Interactivity, and Social Media, *Atlantic Journal of Communication*, 23:1, 19-30, DOI: 10.1080/15456870.2015.97240.
- Yassine, A., (1990). *La Révolution à l'heure de l'Islam* Ediciones X.
- Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim millennials: How social media influencers reimagine religious authority and Islamic practices. *Religions*, 13(4), 335-351.
- Zeghal, M. (2006). *Islam e islamismo en Marruecos* [Islam and Islamism in Morocco] (J. M. Marcén, Trans.). Bellaterra S.A. Ediciones.
- Zouaoui, H. (2011). La régulation politico-institutionnelle du champ religieux Maroc. *Dafatir*, (04), 2010. Université de Ouargla. Disponible sur <http://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/handle/123456789/7249>.

