

Música y discursos de odio: el RAC español en las redes sociales¹

Isabel Martín-SánchezUniversidad Complutense de Madrid **Ana Mayagoitia-Soria**Universidad Complutense de Madrid **Ignacio Nevado**Universidad Complutense de Madrid <https://dx.doi.org/10.5209/hics.102665>

Recibido el 12 de noviembre de 2024 • Aceptado el 22 de marzo de 2025

ES Resumen. En los años 90 se multiplicaron en España los grupos RAC (Rock Against Communism), vinculados a la ideología neonazi. Este artículo analiza la actual difusión de esta subcultura española a partir de la presencia en redes sociales de dos de los grupos más importantes creados en los 90, Estirpe Imperial y Batallón de Castigo, y dos grupos surgidos en el nuevo milenio y actualmente en activo, Jolly Rogers y Pugilato. Su música exalta el pasado imperialista español, defiende la identidad española y anima a la violencia hacia los que consideran “los otros”. Esta difusión, realizada sobre todo por *fans*, genera foros llenos de expresiones de odio y de hostilidad, pese a las actuales políticas de control de publicaciones incívicas, y a la tipificación de los delitos de odio incluidos en el código penal.

Palabras clave: Rock Against Communism; España; nacionalismo; discursos de odio; redes sociales.

ENG Music and hate speech: the Spanish RAC on social networks

Abstract. In the 1990s, RAC (Rock Against Communism) groups linked to neo-Nazi ideology multiplied in Spain. This article analyzes the current spread of this Spanish subculture based on the presence on social media of two of the most well-known groups created in the 1990s, Estirpe Imperial and Batallón de Castigo, and two groups that emerged in the new millennium and are currently active, Jolly Rogers and Pugilato. Their music glorifies Spain's imperialist past, defends Spanish identity, and incites violence against those they consider “the others.” This dissemination, carried out mainly by fans, gives rise to forums full of hate and hostility despite current policies to control uncivil publications and the classification of hate crimes included in the penal code.

Keywords: Rock Against Communism; Spain; nationalism; hate speech; social networks.

Sumario: 1. Introducción. 1.1. Música y propaganda. 1.2. Evolución del RAC en España. 2. Objetivos y metodología. 3. Resultados. 3.1. Los ídolos del RAC. 3.2. La nueva generación de RAC. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Martín-Sánchez, I.; Mayagoitia-Soria, A. y Nevado, I. (2025). Música y discursos de odio: el RAC español en las redes sociales. *Historia y Comunicación Social* 30(1), 315-324.

1. Introducción

La difusión de mensajes de odio hacia determinados colectivos a través de los medios de comunicación a lo largo de la historia ha demostrado una gran eficacia, tanto en la forja de una imagen negativa del grupo denostado, como en la generación de violencia o de políticas persecutorias. Los libelos de sangre en la Edad Media, por ejemplo, impulsaron la fobia contra los judíos en diversos países europeos y su persecución (Cantera, 2021). La aparición de la imprenta diversificó los formatos propagandísticos contra este colectivo (Bemporad, 2021), cuyos efectos perduraron en el imaginario colectivo hasta degenerar en políticas racistas en el régimen nazi. Desde sus orígenes, el cine fue utilizado como medio para promover el discurso

¹ Este artículo es resultado del Proyecto PID2019-105613GB-C31, Cartografiade los Discursos de Odio en España desde la Comunicación,financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (MICINN).

supremacista y racista. *El nacimiento de una nación* (1915), provocó violentos altercados raciales y el hostigamiento hacia la población afroamericana en EE.UU. (Mosquera, 2021). La Primera Guerra Mundial mostró el gran potencial de los medios de comunicación de masas para promover el odio: la deshumanización del enemigo promovió una extremada aversión hacia los alemanes en los países aliados (Schulze, 2013), mientras que la propaganda racista desarrollada en EE.UU. durante la II Guerra Mundial (Olivero, 2021) provocó una absoluta animadversión hacia los ciudadanos de origen japonés. Autores como Rollins y O'Connor (1998) o Berny (2020) han demostrado que la creación de una imagen estereotipada de los nativos americanos a través del cine justificó su exterminio para garantizar la seguridad de los asentamientos del hombre blanco. Esta visión distorsionada del "otro" se extendió a otros medios de cultura de masas como la televisión. La aparición de internet y de las redes sociales y la dificultad para establecer límites a la libertad de expresión han sido aprovechados por los movimientos de extrema derecha para posicionarse en el debate público y generar un discurso alternativo y crítico a los medios tradicionales de comunicación. Marantz (2021) ha analizado las estrategias narrativas de la *alt right* en EE.UU. para deslizar un ideario supremacista que, escudado en la defensa de la libertad de expresión, ha promovido la radicalización de un importante sector de la sociedad norteamericana y la victoria electoral de Donald Trump. En España, varios estudios han abordado aspectos como las webs vinculadas a grupos de extrema derecha (López Ortega, 2016); el rol desarrollado por las comunidades de redes sociales de debate político a través de Twitter en el auge electoral de Vox en 2019 (Guerrero-Solé, Mas-Manchón y Aira, 2022); o la utilización de la ultraderecha española del impacto social del covid-19 para ganar apoyo electoral a través de las redes sociales (Gutiérrez, 2020). Pese a la vigilancia y monitoreo de los discursos radicales y de odio en las redes sociales se constata el incremento de la incitación a la agresividad de estos grupos a través de internet ("Interior detecta un aumento en internet de la propaganda violenta de extrema derecha", *El País*, 23-V-2024).

1.1. Música y propaganda

La utilización de la música como elemento de propaganda cuenta con una dilatada trayectoria histórica. Ya en Francia fue usada para la consolidación del poder absoluto durante los reinados de Luis XIII y Luis XIV. Asimismo, supuso un eficaz apoyo a los nacionalismos en el siglo XIX, especialmente en los movimientos de unificación italiana y alemana (Burkholder, Grout y Palisca, 2011). También es conocida la resignificación que el régimen nazi hizo de la música de Wagner, Beethoven o Strauss (Sánchez, 2010; Howerton, 2023), sin olvidar el carácter simbólico y movilizador de himnos como *La Marsellesa* o *La Internacional*. Lynskey (2015) ha estudiado el papel de la música como instrumento de crítica social y política, desde *Strange Fruit*, en 1939, considerada la primera canción protesta e interpretada por Billie Holiday, con especial hincapié en los movimientos sociales de los años 60 y 70. La extensión de internet y las redes sociales desde comienzos del nuevo milenio ha expandido la difusión de la música en sus múltiples géneros y subculturas, pero también ha multiplicado los mensajes denigrantes hacia diversos colectivos minoritarios por su raza, género, orientación sexual, creencias religiosas, entre otros aspectos (Paz, Montero y Moreno, 2020), a pesar de las medidas de control adoptadas por las diferentes empresas responsables (Paz-Rebollo, Cáceres-Zapatero y Martín-Sánchez, 2021).

En concreto, el avance de movimientos sociales como el feminismo, el colectivo LGTBIQ+ o la defensa de la multiculturalidad ha modernizado y reforzado el discurso de odio a través de la música (Corte y Edwards, 2008; Nilan, 2021; Teitelbaum, 2021). Como sostienen los etnomusicólogos, la música transmite mensajes y significados a los oyentes, ayuda a generar un significado social, inculca valores y creencias y sobre todo traba un sentido de conexión e identidad (Hormigos y Martín, 2004). Así sucede tanto con la música progresista y prosocial, como con la música RAC (*Rock Against Communism*) que difunde intolerancia y prejuicios. Esta música de extrema derecha no es un fenómeno nuevo. Messner et al. (2007) muestran que los extremistas raciales blancos utilizaron en la década de los 60 la música *country* para deshumanizar a los afroamericanos. No obstante, este tipo de música ha crecido en los últimos años en numerosos países y sus mensajes se han hecho más directos y energéticos en su llamada a la acción colectiva y al uso de la violencia (Kotonen, 2020).

Algunos autores afirman que su influencia no está demostrada (Ruth y Scharamm, 2021); sin embargo, otros aseguran que las canciones violentas aumentan los sentimientos de hostilidad (Anderson et al. 2003; Chastagner, 2012) y que, por ejemplo, los hombres se vuelven agresivos hacia las mujeres tras escuchar canciones misóginas (Fischer y Greitemeyer, 2006).

Los significados de las canciones dependen de diversos aspectos como la ubicación social, actitudes políticas y el contexto geográfico del receptor (Volgsten, 2006: 74-75). Las canciones vinculadas a grupos de extrema derecha constituyen un instrumento para propagar sus ideas y desempeñan un papel importante en la creación de la subcultura *skinhead*, en algunos casos amplificada a través de foros en diversas comunidades virtuales (Bulli, 2020; De Boise, 2020; Dyck, 2017).

Estos grupos se identifican habitualmente con el punk y rock pero se relacionan también con otros géneros (Holt, 2007). La difusión de mensajes misóginos está presente en el hip hop, el metal o el rap (Conrad, Dixon y Zhang, 2009), y el rock and roll se ha considerado una pieza clave para el movimiento racista. Cabe citar, como ejemplo, el sello discográfico canadiense Resistance Records, que promovía música con letras que alentaban al asesinato de afroamericanos, homosexuales y otros grupos "indeseables" (Cohen-Almagor, 2018). En otros casos, como muestran Feischmidt y Pulay (2017), las nuevas formas subculturales de nacionalismo (incluida la música) contribuyeron al arraigo de la extrema derecha en Hungría y Polonia (Zuk y Zuk, 2019). Nilan (2021) sostiene que la propaganda se ha extendido al ámbito del entretenimiento, mediante la combinación de las actuaciones en directo con juegos de combate, rituales con fuego al estilo nazi y *merchandising* que contribuyen a interiorizar el mensaje y crear un sentimiento identitario.

En general, se considera que la música tiene una influencia positiva en las personas y estudios recientes señalan su potencial para promover la resolución no violenta de conflictos, como puente entre un pasado compartido y la reconciliación (Grant et al., 2010). La problemática que plantean estas canciones es la de discernir entre libertad de expresión y protección de los derechos humanos, combatiendo los discursos de odio. Los ejemplos más cercanos en España son los casos de los raperos Valtònyc y Pablo Hásel, condenados por delitos de enaltecimiento del terrorismo, calumnias e injurias a la Corona (sentencias 79/2018 y 3/2018), y que promovió discrepancias en el propio seno judicial: una de las magistradas de la Audiencia Nacional alegó en la causa contra Hásel que su actuación se trataba de “una manifestación artística” en la que “los límites de la tolerancia son necesariamente más flexibles” (sentencia 3/2018). En relación con el objeto de nuestro estudio, el Tribunal Supremo condenaba en 2020 por delitos de odio a los cantantes de los grupos de RAC Batallón de Castigo y Más que Palabras, Eduardo Clavero y Alberto Gonzalo de Juan, al considerar que las letras de sus canciones son “ofensivas, ultrajantes, violentas y de claro sesgo discriminatorio por razones raciales e ideológicas” (sentencia 675/2020), con el agravante de difusión a través de un concierto publicado también en redes sociales. Este último aspecto resulta muy interesante por la implicación que conlleva el uso de estas redes para la difusión de mensajes de odio.

1.2. Evolución del RAC español

En España, la entrada del RAC se produjo en el contexto de apertura política, social y cultural tras el fin de la dictadura franquista. El movimiento contracultural conocido como la *Movida* impulsó estilos y mentalidades muy variados sin politizarlos inicialmente (Wheeler, 2018) y, aunque repercutió en distintos ámbitos de la cultura (Pérez-Sánchez, 2007), la música fue su manifestación más destacada. En este ambiente de libertad llegaron a España géneros musicales como el ska, el Oi! y el punk, y con ello, la adopción por parte de los jóvenes de una apariencia similar a la del movimiento RAC del Reino Unido (Gómez Fernández, 2021). Sus estilos transgresores buscaban provocar principalmente con su estética y vestimenta caracterizada por el color negro, estilo paramilitar y cabello muy corto (Shaffer, 2013; Viñas, 2013). A mediados de los 80 surgieron los primeros grupos españoles que se definieron neonazis, como V^a Columna, Producto Nacional, Alternativa 3 y Generación Violenta, precedente de Fuerza Joven (Viñas, 2013).

Estos primeros grupos no tuvieron una gran repercusión en el panorama musical, pero favorecieron la aparición de bandas más radicales. Así surgió la facción española de *Blood & Honour*, una red de promoción nacionalista y extremista independiente del partido británico Frente Nacional, que a principios de los 90 se convirtió en un referente europeo y creó delegaciones en diferentes países (Pollard, 2016; Shaffer, 2013). En España fue conocida como Asociación Cultural Sangre y Honor (Dyck, 2017), cuya finalidad era la de conservar la cultura europea, enaltecer el nacionalsocialismo (NS) y realizar eventos musicales, culturales y deportivos. En los 90 se multiplicaron las bandas de música RAC y Hatecore (Rock del odio). Los primeros grupos fueron Estirpe Imperial y Batallón de Castigo en Madrid; Klan y División 250 en Valencia; Torquemada 1488 en Barcelona; y Reconquista en Asturias, entre otros. También fue importante la aparición de los primeros sellos discográficos españoles especializados en editar y difundir este tipo de música. En 1998 se fundó la empresa Soportes Sonoros S.L., de la cual dependían los sellos discográficos más destacados de este subgénero: Rata-TaTaTá y El Güevo de la Selpiente, y webs que vendían productos y contenidos relacionados con el nacionalismo y el supremacismo.

Las denominaciones de estos grupos evidencian su ideología. Hacen alusión a la Segunda Guerra Mundial, bien para homenajear a la división de voluntarios españoles de la *Wehrmacht*, conocida como la División Azul (Division 250), o para conmemorar las batallas libradas por esta división contra el comunismo (Krasny Bor 1943). Otros toman el nombre de unidades nazis durante la misma contienda (Brigada Totenkopf). Pero lo habitual es que adopten denominaciones vinculadas a la historia de España que consideran gloriosa (Estirpe Imperial, Íberos, Céltica). Cabe mencionar los nombres que manifiestan una postura ante la vida (Irreductibles) o una declaración de intenciones en la que predominan términos belicistas (Batallón de Castigo o Arma Blanca).

En sus inicios algunas bandas fueron creadas por adolescentes (Íberos Saiti, Sangre y Oro) que se conocieron en la escuela o en la ciudad de residencia y que maduraron juntos en torno a esta actividad musical. En otros casos surgieron a partir de otros grupos, como Estirpe Imperial, cuyo antecedente fue Producto Nacional. Más peculiar es el caso de Batallón de Castigo, fundado en 1991 por internos de ideología neonazi de la Prisión de Alcalá-Meco (Caballero, 2018) y que, a finales de 1997, retomaron la actividad fuera de la cárcel. Estos grupos se caracterizan por una producción reducida, que se sitúa entre uno y tres álbumes, y por pocos años de actividad musical debido principalmente a las diversas demandas judiciales. Por tanto, se observan largos *lapsus* de tiempo entre sus producciones y actuaciones en directo, en ocasiones semiclandestinas.

Otros grupos que tomaron el relevo en la escena RAC en el nuevo milenio fueron 1^a Vanguardia (2007), que se define también como movimiento Oi!, nacionalista y nacionalsocialista; Iberian Wolves (2008); Postmortem y Skinstorm (2009), o Kontrol Rutinario (2011).

El movimiento RAC ha tenido que hacer frente a muchos problemas legales en España. Posiblemente el obstáculo mayor fue la clausura por orden judicial de Rata-TaTaTá y El Güevo de la Selpiente en 2018, como consecuencia de la difusión de ideas relacionadas con la violencia y el fomento de odio. En definitiva, resulta interesante analizar cómo el RAC español se mantiene en el panorama musical actual especialmente tras la creación, a partir de 2013, de fiscalías especializadas en discursos de odio en cada provincia que vigilan e imponen severas restricciones legales a las actuaciones de estos grupos.

2. Objetivos y metodología

Una de las limitaciones de este trabajo es el predominio del enfoque ideológico y propagandístico de las investigaciones sobre RAC. Apenas hay referencias de estudios en torno a la difusión de esta subcultura musical a través de los medios tradicionales y su papel histórico en la propagación de ideas de extrema derecha desde el entorno musical. Por otro lado, aunque existen estudios como el de Gómez (2021) centrados en el análisis del discurso de odio desarrollado por bandas musicales españolas de extrema derecha, no hay investigaciones que hayan abordado el uso de internet y de las redes sociales como medios de difusión de este discurso.

Este análisis tiene como objetivo analizar las actividades de estos grupos de RAC españoles en plataformas digitales y redes sociales para valorar su presencia actual y calibrar su impacto en el debate público.

A partir de este objetivo, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1. Los grupos que han cesado su actividad ¿han desaparecido del panorama musical *online*?
2. ¿Qué presencia tienen en las redes sociales?
3. ¿Sus canciones contribuyen a la generación de un debate ideológico y al fomento de discursos de odio?
4. ¿Cuáles son los colectivos-diana de sus mensajes de odio?

Se ha seleccionado una muestra de cuatro grupos representativos por número de álbumes y años de actividad. Dos, ya extintos, se corresponden con una generación anterior: Estirpe Imperial (1991-2010) y Batallón de Castigo (1991-2014); los otros dos, Jolly Rogers (2015) y Pugilato (2016), continúan en activo. Se ha indagado su presencia en redes sociales que ofrecen vídeos, como YouTube, Facebook, Instagram, TikTok y Telegram para conocer tanto su actividad como el posible *feedback* de los usuarios ante sus canciones.

Se ha realizado un rastreo sin límite de fecha en el pasado, hasta el cierre de esta investigación, el 1 de septiembre de 2024. Una de las limitaciones de este estudio ha sido la breve permanencia en redes sociales de la mayoría de los vídeos musicales de los grupos analizados, debido a la acción de la Fiscalía de Delitos de Odio. Los contenidos encontrados son recientes, salvo algún caso concreto; algunos desaparecían en un corto periodo de varias semanas y otros volvían a publicarse a través de cuentas privadas. Esto obligó a registrar de forma rápida los comentarios de los usuarios vinculados a una canción antes de su desaparición. En otros casos, la novedad del vídeo apenas generaba comentarios por el corto recorrido en plataformas. En el caso de TikTok la búsqueda no se realizó por el nombre del grupo musical como en el resto de las redes sociales analizadas, sino a través de "sonidos", una característica técnica propia de la plataforma, que permite visualizar los vídeos que han utilizado una determinada pieza musical.

Se ha aplicado una metodología explicativa basada en fuentes primarias, con un alcance diacrónico puesto que, en algunos casos, su exhibición en las redes sociales se inicia en el momento de su creación. De manera concreta se utiliza como método la etnografía digital, dado que interesa cómo interactúan en el mundo *online* con otras personas y qué tipo de subcultura generan. En este sentido, adquieren especial relevancia los comentarios de los usuarios, ya mencionados. Estos se han recogido en una base de datos, compuesta por 18.632 comentarios publicados en las redes analizadas, que han constituido la unidad de análisis y en la que se han incluido los siguientes campos: red social, banda musical de referencia, título de la canción o de la información que da lugar a los comentarios, fecha del comentario, nombre del usuario y texto. A estos mensajes se aplica un análisis textual que tiene en cuenta la opinión manifestada sobre el grupo y/o la canción, la posición ideológica del autor y los mensajes que denigran o humillan a un colectivo. Este análisis se completa con datos sobre el *engagement*: número de visitas, número de *likes* y de suscriptores/seguidores.

3. Resultados

3.1. Los ídolos del RAC

Estirpe Imperial cesó su actividad en 2010, si bien, en 2018 anunciaba su regreso de forma puntual en un acto homenaje a Franco en el Valle de los Caídos en el aniversario de su muerte ("Estirpe Imperial alquila la capilla del Valle de los Caídos para su concierto reunión", *Metal por Detrás*, 18-IV-2018). Cuenta con cuatro álbumes publicados entre 1993 y 2007, cuyas letras hacen referencia a lemas franquistas (*Una, Grande, Fuerte; Hacia la revolución o Primavera*, dedicada al himno falangista *Cara al sol*); a episodios históricos de la lucha contra los musulmanes en Europa (*La vuelta del Cruzado*) y en España (*Hijo del Trueno*), o en las que se realizan apelaciones a la violencia para imponer su ideología (*Morir o vencer, La calle es nuestra*). Dispone también de una web para la venta de *merchandising*, que incluye todo tipo de objetos con simbología nacionalista y cuyos productos también se comercializan a través de Amazon. Esta actividad comercial no es inocua, puesto que difunde un mensaje político (Nilan, 2021).

Por su parte, Batallón de Castigo, cesó su actividad en 2014, si bien su líder, Eduardo Clavero, ha continuado su colaboración puntual con otros grupos como Pugilato. Condenado en 2020 por delito de odio, Clavero ha tenido vinculación con organizaciones de extrema derecha, como Alianza Nacional (Rodríguez y Ramos, 2021). El grupo publicó cuatro álbumes entre 1998 y 2014, en cuyas letras se aprecian mensajes xenófobos (*Bestias*), supremacistas (*JAl arma!, Orgullo Nacional*), en contra de la democracia (*Democracia, Eh, guarro, No te dejes engañar, Políticos*) o contienen incitación a la violencia (*JAl arma!; Sangre y Honor*).

Pese al cese de su actividad musical, ambas bandas tienen presencia en plataformas *online* como Spotify, Apple Music, ivoox y last.fm. En Discogs, el acceso a las canciones de ambos grupos se ha inhabilitado (Tabla 1).

Tabla 1. Plataformas de música *online* que alojan música de los grupos analizados, a fecha de 1 de septiembre de 2024

	Spotify	Apple Music	Amazon Music	ivoox	Discogs	last.fm
Estirpe Imperial	X	X	X	X		X
Batallón de Castigo	X	X	X	X		
Jolly Rogers	X	X	X	X	X	
Pugilato	X	X	X	X		

Fuente: elaboración propia.

Estirpe Imperial no dispone de cuentas oficiales en Facebook, X, Instagram o TikTok. La difusión de su música se realiza esencialmente a través de YouTube, cuya cuenta oficial, reactivada en noviembre de 2023, muestra 3.900 suscriptores. El conjunto de sus canciones acumula 601.952 visualizaciones y un promedio de 205 *likes* por canción. La opción de comentar se encuentra desactivada para evitar posibles mensajes incívicos que puedan conducir a la eliminación del vídeo. A su presencia oficial se suman varios canales particulares, con nombres en algún caso simbólicos, como Utraque Unum, RAC España, White Records, Nadsat Productions, Tierra Lobos o Curro Jiménez, entre otros, que ofrecen las canciones más emblemáticas. A diferencia de los canales oficiales, los privados tienen abierta la opción de comentarios, lo que permite analizar uno de nuestros objetivos de la investigación, consistente en comprobar si generan un debate ideológico o que derive en comentarios de odio. Algunos de estos vídeos se subieron hace doce años, pero otros son recientes (junio de 2024), lo que muestra que existe interés en mantener vivas estas canciones como una misión que es necesario cumplir (“Están censurando todo... seguiremos luchando por la patria”). Los vídeos de la página oficial consisten en una imagen fija de portada con el águila bicéfala de la bandera preconstitucional. En los publicados por particulares, se realizan combinaciones de la bandera de España con figuras históricas simbólicas como Colón, el apóstol Santiago (*Esta es mi patria*) o con la imagen de un falangista realizando el saludo del brazo en alto y el lema “¡Presente!” (*Hacia la revolución*). Son las canciones más representativas las que generan la mayor cantidad de comentarios, entre los que se encuentran numerosas expresiones y lemas de apoyo al régimen franquista (“Arriba España”; “Honor al Caudillo”; “Españoles, todo por nuestro Caudillo”); en contra de ideologías opuestas (“Hoy más que nunca debemos salvar nuestra patria de la basura roja. Juntos debemos combatir estas mugres”; “Muerte al comunismo y al socialismo”); pero, sobre todo, aparecen mensajes xenófobos: “¡Viva Santiago Matamoros!”, “El mahometano bueno, es el mahometano muerto”.

Batallón de Castigo tampoco dispone de cuentas oficiales en redes sociales. Según consta en el sumario de la condena a Eduardo Clavero por delitos de odio (Sentencia 675/2020), el perfil del grupo en Facebook fue clausurado en 2011 durante la instrucción del caso, así como la cuenta oficial en YouTube, que acumulaba, según esta misma fuente, 395 suscriptores y 407.974 visualizaciones a fecha de 18 de abril de 2013. Sin embargo, se constata que el canal del grupo en YouTube ha sido reactivado el 23 de marzo de 2023 y suma 990 suscriptores, además de 83.177 visualizaciones. El promedio de *likes* por canción es de 102. Los comentarios han sido desactivados para evitar la supresión de los vídeos por comentarios incívicos. Asimismo, se observa que la cuenta oficial atrae menos seguidores que las privadas, entre las que destaca el perfil de “Curro Jiménez”, agregador en YouTube de la mayor parte del repertorio del grupo desde 2021, y en el que se encuentran canciones como la de *Mentiras*, con 128.306 visualizaciones; la cuenta denominada Getafe City Firm, en la que *¡Al arma!*, una de las canciones más agresivas en su lenguaje, suma 100.512 visitas desde 2020; o la correspondiente al vídeo más longevo en esta plataforma: *El Cid Campeador*, publicado en 2014 a través del perfil privado Deonculo, y que recoge la cifra de 198.021 visualizaciones. Son en estos canales particulares donde se observan comentarios de odio de los usuarios hacia los oponentes ideológicos (“Al rojazo, correazo”; “Contra la oz (sic) y el martillo, aprieta el gatillo”; “Y España dirigida por socialistas y separatistas de mierda”); de carácter xenófobo y antisemita (“Orgullo de raza. Menas al infierno”; “Muerte al sionismo”; “Necesitamos otra reconquista, volvemos a tener el enemigo en casa”) o intimidatorios (“Ellos corren, nosotros golpeamos. Por siempre, Arriba España”). Algunos de los hilos muestran la confrontación entre usuarios disconformes con estas opiniones, que generan intercambios de insultos y que pone de manifiesto el odio latente en estos foros.

3.2. La nueva generación de RAC

El RAC permanece activo en España a través de bandas como Jolly Rogers. Creada en 2015, ha publicado tres álbumes hasta 2022, dos de los cuales fueron grabados con Irreductibles. Sus letras ensalzan episodios de la historia española que consideran gloriosos (*La victoria de Pavía*); exaltan el orgullo de ser español (*Pica en Flandes*, *Tradiciones*, *La tierra en que nací*) o contienen mensajes antifeministas, como *Bailando bajo sus balas*, “una canción en contra de unas leyes que alimenta (sic) a mujeres movidas por el odio y el interés, arruinando la vida de hombres inocentes y las de sus hijos”, declaraban en un mensaje de Facebook, el 18 de octubre de 2022.

Al igual que Batallón de Castigo, algunos de sus componentes tienen vínculos con organizaciones extremistas o han tenido problemas con la justicia por acciones violentas. Su bajista, Dídac González, fue detenido en 2011 por apología del nazismo y es en la actualidad uno de los líderes de los Boixos Nois, grupo ultra del F.C. Barcelona (“El renacer de los Boixos Nois, los ultras del Barça: el ‘temporadón’ de palizas con estos nuevos jefes”, *El Español*, 8-II-2020), mientras que su cantante, Sergio Morales, fue denunciado por la Fiscalía de Delitos de Odio por la agresión a un menor en 2020 (“Fiscalía demanda prisión para un cantante neonazi acusado de agredir a un antifascista y a un Mossos”, *La Directa*, 6-X-2020). Por su parte, el letrista, Sergi Marsellach, figuró en la lista electoral del extinto partido de extrema derecha Plataforma per Catalunya (“Tabarnazis”, *El Temps*, 12-VI-2018). En Facebook, Jolly Rogers cuenta con 9.106 seguidores. Ofrece fotografías y publicaciones relacionadas con el grupo, sus discos y conciertos. También hay promoción de camisetas con el nombre del grupo y diseños de tatuajes con nombres de canciones. La página se mantiene actualizada, también en los vídeos que recogen fragmentos de programas emitidos en televisión que hacen referencia a la banda, entrevistas, etc. Los contenidos son los propios de un grupo habitual de rock and roll, salvo por la publicación de fotos de miembros de la División Azul rindiendo homenaje a los caídos, emoticonos de banderas españolas o de manos en alto y “¡Arriba España!” en los comentarios. Este material se recicla y se publica en Instagram (4.993 seguidores y 257 publicaciones) y en TikTok (1.097 seguidores). A menudo, el grupo manifiesta su queja por la censura de sus canciones en YouTube, Instagram y Facebook (“Seguiremos esperando cuál es la frase, o la palabra, que incita algún tipo de odio o de motivo a ser censurados, mientras tanto seguiremos molestando, porque se avecina nuevo trabajo, a joderse!!!”, escribían en Facebook el 7 de noviembre de 2020). En octubre de 2022, el grupo reactivaba su cuenta en YouTube (1.850 suscriptores y 221.581 visualizaciones), cuyos vídeos permiten los comentarios de los usuarios.

Tabla 2. Redes sociales activas, datos de seguidores y visualizaciones de los grupos analizados, a fecha de 1 de septiembre de 2024

		Estirpe Imperial (1991-2010)	Batallón de Castigo 1991-2014)	Jolly Rogers (2015- Act.)	Pugilato (2016-Act.)
Facebook	Seguidores			X 9,106	
X (anterior Twitter)	Seguidores				X 53,000
Instagram	Seguidores			X 4,993	X 12,500
TikTok	Seguidores			X 1,097	
Telegram	Seguidores				X 6,635
YouTube	Suscriptores	X 3,900	X 990	X 1,850	X 2530
	Visualizaciones	601,952	83,177	221,581	215,916

Fuente: elaboración propia.

Los mensajes en los perfiles oficiales del grupo se centran sobre todo en la música y, al igual que en el caso de Batallón de Castigo, los más incívicos se encuentran en los vídeos subidos a través de perfiles

privados en YouTube, como Kevin Vanegas, Legión Urbana Barcelona o Trey Azagothoth, donde se aprecian mensajes de apoyo al fascismo ("No olvides que el fascismo nace de una necesidad de acción. Arriba España. Nacional-socialista! España!"); en contra de otras ideologías ("Odio el socialismo") o xenófobos ("Abajo la política neoliberal que nos lleva (sic) los migrantes"; "YouTube está eliminando este tipo de música... en unos años o meses escucharemos cantos y oraciones musulmanas y judías"). En el caso de TikTok, la búsqueda por "sonidos" muestra que 991 usuarios han utilizado sus canciones para realizar videos, en los que se encuentran comentarios ideológicos ("Por una España grande y libre"; "Orgullo Nacional"; "Patria y honor"); frases que llaman a la violencia ("Viva España y a quien no le guste plomo y río"; "Empieza la guerra") o con connotaciones xenófobas ("Stop islamización europea", "Los españoles primero").

El otro grupo en activo es Pugilato, encabezado por Alberto Gonzalo de Juan, más conocido artísticamente como Alberto Pugilato. Condenado en 2021 junto a Eduardo Clavero por delitos de odio, fue detenido de nuevo en 2022 ("La Fiscalía pide cuatro años de cárcel por delitos de odio para el rockero de los neonazis", *El Confidencial*, 10-X-2022). Su acción más mediática fue en 2024, cuando agredió al cómico Jaime Caravaca por unos comentarios realizados sobre su hijo menor ("Quién es Alberto Pugilato, el hombre que ha agredido al cómico Jaime Caravaca", *El Mundo*, 4-VI-2024). Miembro de bandas anteriores como Hijos del Odio y Más que Palabras, Pugilato inició su andadura en 2016 y cuenta con tres álbumes publicados hasta 2023. Sus letras, caracterizadas por su lenguaje radical y explícito, apelan al uso de la violencia (*Juro; Patria o plomo*), apuntan hacia los que considera adversarios ideológicos (*Élite moral; Progres*), entre los que incluye a periodistas como Susana Griso, de Antena 3 ("tendrás tu juicio", señala en la canción titulada *Guerra*); o se expresan contra la democracia (*Democracia*). Algunas de las plataformas de música online como Discogs y last.fm han eliminado el acceso a sus canciones.

El grupo cuenta con un canal oficial en YouTube, reactivado en mayo de 2024 tras su cierre en 2022, a raíz de la denuncia formulada por la Fiscalía de Delitos de Odio. En éste, aunque la posibilidad de añadir comentarios está disponible, la mayoría de los contenidos son muy recientes, por lo que apenas hay feedback de los usuarios. También pueden encontrarse sus discos completos en cuentas gestionadas a través de RouteNote, una empresa de distribución musical que permite subir contenidos en plataformas en streaming y en redes sociales. Los comentarios a través de este agregador están desactivados. La banda dispone también de una cuenta en Telegram (Pugilato Difusión), con 6.635 suscriptores. Su líder, muy activo en redes sociales, utiliza su perfil en X (con 53.000 seguidores), donde se presenta como "Patriota. Padre de 3 hijos. Activista NS perseguido y censurado. Anti-Agenda 2030", y en el que realiza promoción de sus canciones y conciertos. Esta misma información se publica simultáneamente en su perfil de Instagram (con 12.500 seguidores). También en el caso de este grupo, los comentarios más incívicos se encuentran en los canales privados de YouTube, en los que la supervisión es más laxa. En Pugilatvm, creado en junio de 2024, con 2.530 suscriptores en solo un mes, se leían mensajes de apoyo al nazismo ("Acabaremos la obra del gran pintor austriaco"), contra otras ideologías ("Ni un paso atrás ante esta basura social-comunista") o supremacistas ("Si eres de los Blancos (sic), esta es tu música"). En el canal se observa también un debate entre usuarios a favor y en contra de la agresión del líder del grupo al humorista Juan Caravaca, que denotan la publicidad que el caso le ha dado ("No lo conocía pero gracias a las dos galletas tiene un fan más").

YouTube es su principal medio de difusión musical, pese a que la reactivación de sus cuentas es reciente: entre octubre de 2022 (Jolly Rogers); marzo y noviembre de 2023 (Batallón de Castigo y Estirpe Imperial) y mayo de 2024 (Pugilato). En el caso de Pugilato, su cantante realiza también promoción de su música a través de sus perfiles personales en Instagram y X, por lo que sus cuentas se han considerado en este estudio entre las redes utilizadas por el grupo para su divulgación musical.

4. Conclusiones

Se constata que la subcultura musical nacionalista está presente en las principales plataformas de música online y en las redes sociales, tanto en el caso de grupos cuya actividad musical ha cesado (Estirpe Imperial, Batallón de Castigo) como de bandas más recientes (Jolly Rogers, Pugilato), que utilizan estos medios digitales para difundir su mensaje. La supresión de sus perfiles sociales y sus canales de YouTube es coyuntural, ya que vuelven a reactivarlas amparados en la libertad de expresión artística. YouTube es el medio más utilizado para la promoción de sus canciones e ideología, si bien, las bandas en activo (Jolly Rogers y Pugilato) tratan de ampliar esta difusión a través de Facebook, X, Instagram, TikTok y Telegram, en las que los perfiles de edad de los usuarios son distintos.

No obstante, hay que señalar algunas diferencias entre los grupos actuales y los creados en los años 90, debido al cambio del panorama con respecto a la persecución de los delitos de odio y de las publicaciones incívicas y denigrantes que se difunden ahora en las redes sociales. Un ejemplo es que algunos de los líderes de estas agrupaciones musicales han sido condenados por estas transgresiones. Esto ha propiciado que los grupos más recientes adopten estrategias en sus redes sociales centradas en la música o la desactivación de comentarios en sus canales de YouTube para evitar la supresión de vídeos, pero también una mayor clandestinidad en sus conciertos, cuya convocatoria se realiza entre sus seguidores a través de canales privados.

Los resultados muestran que no se trata de artistas con una gran amplitud de seguidores, pero sí son un sostén esencial para preservar y extender la ideología que se transmite a través de esta música. Estos fans son especialmente activos en la difusión de las canciones de los grupos de los 90. Su estrategia se basa en la perseverancia: la supresión de un vídeo por denigrar a un colectivo o por incitación a la violencia se sustituye por otro al poco tiempo. También es importante el fanwork realizado (Jenkins, 2009) a través de

videoclips y montajes para ilustrar las canciones, tanto en YouTube como en TikTok, que constituyen las principales redes utilizadas para la difusión del RAC español. Es precisamente en estos canales privados en los que se desarrollan foros en los que se habla no solo de música, sino también de cuestiones ideológicas y que promueven mensajes de apoyo a la ideología nazi y al régimen franquista y que derivan a menudo en apelaciones a la acción violenta contra el oponente ideológico. Asimismo, la exaltación a través de las canciones de estos grupos de un pasado imperial con raíces cristianas impulsa también la generación de mensajes xenófobos contra musulmanes y judíos fundamentalmente, pero también de rechazo a la inmigración; especialmente, al colectivo de los “menas” (menores no acompañados).

En el caso de TikTok la moderación de los comentarios es más laxa (Paz-Rebollo, Mayagoitia-Soria y González-Aguilar, 2023) y su algoritmo juega un papel fundamental en la propagación de estas canciones. Este algoritmo se basa únicamente en el *engagement* del usuario y en las tendencias de audio, lo cual es una diferencia esencial respecto a otras redes sociales en donde generalmente el contenido sugerido se basa en las cuentas seguidas por el usuario (Coulter, 2022). Esto significa que en TikTok varios usuarios comparten contenidos similares, lo cual puede tener un efecto cascada y de cámara de eco y, en el caso específico del rock nacionalista, no sólo difundir ideas sino también fortalecer doctrinas.

Es importante recordar que la música RAC sirve como herramienta para difundir ideologías radicales y cercanas al discurso de odio que contribuyen no solo a la polarización social y política, sino a la erosión de los procesos democráticos.

Con el fin de velar por los valores democráticos, España ha adoptado un enfoque integral para combatir los delitos de odio, articulado a través de reformas legislativas, campañas de sensibilización y protocolos de actuación. Estas acciones están presentes a todos los niveles, desde iniciativas internacionales como las desarrolladas por la OSCE (Organization for Security and Co-operation in Europe) a través de su Oficina de Instituciones Democráticas y Derechos Humanos (OIDDH) o el Plan de acción de las Naciones Unidas para la lucha contra los discursos de odio, hasta aquellas de carácter regional como las sesiones formativas organizadas por el Institut de Drets Humans de Catalunya. No obstante, las acciones más relevantes y que mayor repercusión tienen en España son de carácter nacional. Destaca el Protocolo para combatir el discurso de odio ilegal en línea, coordinado por el Observatorio Español de Racismo y Xenofobia (OBERAXE). Este protocolo se basa, a su vez, en recomendaciones firmadas por la Comisión Europea y ha sido elaborado por instituciones de la Administración Pública en colaboración con organizaciones de la sociedad civil, asociaciones de grupos vulnerables y empresas de alojamiento de datos en internet.

Fuera del ámbito institucional, también abundan iniciativas que surgen de la sociedad civil y de Organizaciones No Gubernamentales como Amnistía Internacional que además velan por un correcto equilibrio entre los protocolos de actuación contra los delitos de odio y el derecho a la libertad de expresión.

No se encuentran protocolos o medidas específicamente dirigidas a la apología de los discursos de odio en la música, ya que las políticas públicas españolas están orientadas a la violencia de manera integral, abarcando expresiones en redes sociales, medios tradicionales y las diversas manifestaciones culturales. No obstante, son habituales las intervenciones desarrolladas sobre el ámbito musical por su alta capacidad de difusión y persuasión, tal y como se observa en los resultados del II Plan de Acción de la lucha contra los delitos de odio (2022-2024), del Ministerio del Interior y la Secretaría de Estado de Seguridad.

Aun así, y pese al carácter minoritario de la música RAC y la vigilancia judicial, esta permanece como uno de los reductos en los que se difunden discursos de odio y en el que las redes sociales constituyen uno de sus principales instrumentos para ampliar su alcance.

5. Referencias bibliográficas

- Anderson, C. A., Carnagey, N. L. y Eubanks, J. (2003): “Exposure to violent media: The effects of songs with violent lyrics on aggressive thoughts and feelings”, en *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(5), pp. 960-971. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.5.960>
- Bemporad, E. (2021): “Sobre las palabras y los silencios y lo que nos enseñan sobre la historia y la memoria del libelo de sangre”, en *Estudios de antisemitismo*, 5(2), pp. 319-329. <http://bit.ly/42NuyfC>
- Berny, M. (2020): “The Hollywood Indian Stereotype: the Cinematic Othering and Assimilation of Native Americans at the Turn of the 20th Century”, en *Angles: New Perspectives on the Anglophone World*, nº 10. <https://doi.org/10.4000/angles.331>
- Burkholder, P., Grout, D. J. y Palisca, C. V. (2011): *Historia de la música occidental*, Madrid: Alianza.
- Bulli, G. (2020): “The long evolution of extreme right music in Italy and Germany”, en *The Open Journal of Sociopolitical Studies*, 13(1), pp. 207-231. Doi: 10.1285/i20356609v13i1p207
- Caballero, J. R. (2018): *Los grupos urbanos violentos y los delitos de odio*, Generalitat de Catalunya. <https://bit.ly/46hemml>
- Cantera Montenegro, E. (2021): “Los libelos de sangre. Antisemitismo y difusión de bulos en la Edad Media”, en Rodríguez de la Peña, A. Collamati, G. (eds.): *Fake News y Edad Media*, Madrid: CEU Ediciones, pp. 117-145.
- Chastagner, C. (2012): “Hate Music”, en *Translatlantica. American Studies Journal*, nº 2, pp.1-17. <https://bit.ly/3SkCwHO>
- Cohen-Almagor, R. (2018): “Taking north American white supremacist groups seriously: the scope and challenge of hate speech on the internet”, en *International Journal for Crime, Justice and Social Democracy*, 7(2), pp. 38-57. <https://doi.org/10.5204/ijcjsd.v7i2.517>

- Conrad, K., Dixon, T. & Zhang, Y. (2009): "Controversial Rap Themes, Gender Portrayals and Skin Tone Distortion: A Content Analysis of Rap Music Videos", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(1), pp. 134-156.
<https://doi.org/10.1080/08838150802643795>
- Corte, U. & Edwards, B. (2008): "White Power music and the mobilization of racist social movements", en *Music and Art Action*, 1(1).
- Coulter, A. (2022): "Marketing Agile Artists: How Music Labels Can Leverage TikTok's Virality", en *Journal of the Music and Entertainment Industry Educators Association*, 22(1), pp. 135-161. <https://doi.org/10.25101/22.5>
- De Boise, S. (2020): "Music and misogyny: a content analysis of misogynistic, antifeminist forums", en *Popular Music*, nº 39, pp. 459-481. <https://doi.org/10.1017/S0261143020000410>
- Dyck, K. (2017). *Reichsrock: The International Web of White Power and Neo-Nazi Hate Music*, New Jersey: Rutgers University Press.
- El Confidencial* (10/10/2022). "La Fiscalía pide cuatro años de cárcel por delitos de odio para el rockero de los neonazis". <https://bit.ly/4cPY8mM>
- El Español* (08/02/2020). "El renacer de los Boixos Nois, los ultras del Barça: el 'temporadón' de palizas con estos nuevos jefes". <https://bit.ly/3Wey39N>
- El Mundo* (04/04/2024). "Quién es Alberto Pugilato, el hombre que ha agredido al cómico Jaime Caravaca". <https://bit.ly/46h6cKX>
- El País* (23/05/2024). "Interior detecta un aumento en internet de la propaganda violenta de extrema derecha". <https://bit.ly/4gxvyYc>
- El Temps* (12/06/2018). "Tabarnazis". <https://bit.ly/3xWyMod>
- Fischer, P. y Greitemeyer, T. (2006): "Music and Aggression: The Impact of Sexual-Aggressive Song Lyrics on Aggression-Related Thoughts, Emotions, and Behavior Toward the Same and the Opposite Sex", en *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(9), pp. 1165-1176. <https://doi.org/10.1177/0146167206288670>
- Feischmidt, M. & Pulay, G. (2016): 'Rocking the nation': The popular culture of neo-nationalism", en *Nations and Nationalism*, 23(2), pp. 309-326. <https://doi.org/10.1111/nana.12264>
- Gómez Fernández, E. (2021): "El 'sonido del odio' como arma política de la extrema derecha española", en *Episternus. Revista De Estudios En Música, Cognición y Cultura*, 9(1), pp. 1-17. <https://doi.org/10.24215/18530494e025>
- Grant, M. J., Molleman, R., Morlandsto, I., Munz, S. C. & Nuxoll, C. (2010): "Music and conflict: interdisciplinary perspectives", en *Interdisciplinary Science Reviews: Isr*, 35(2), pp. 183-198. <https://doi.org/10.1179/030801810X12723585301237>
- Guerrero-Solé, F., Mas-Manchón, L. y Aira, T. (2022): "El impacto de la ultraderecha en Twitter durante las elecciones españolas de 2019", en *Cuadernos.info* (51), pp. 223-245. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.27471>
- Gutiérrez, M. (2020-2021): "Sectarización de las plataformas: la influencia digital de la ultraderecha durante la pandemia", en *Anuario CEIPAZ*, pp. 159-176. <https://bit.ly/4hHnxBH>
- Holt, F. (2007): "Kreuzberg activists: musical performance as social vehicle", en *Popular Music and Society*, 30(4), pp. 469-492. <https://doi.org/10.1080/03007760701546349>
- Hormigos, J. y Martín, A. (2004): "La construcción de la identidad juvenil a través de la música", en *Revista Española de Sociología*, nº 4. <https://bit.ly/3SjUTf3>
- Howerton, S. (2023): "Music as Propaganda in the Third Reich", en *Vulcan Historical Review*, nº 27. <https://bit.ly/3Sgx06y>
- Jenkins, H. (2009): *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Kotonen, T. (2020): "Politics, violence and transgression in finnish rock against communism music: a cross-genre case study", en *Patterns of Prejudice*, 54(4), pp. 409-432. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2020.1800988>
- La Directa* (06/10/2020). "Fiscalía demanda prisión para un cantante neonazi acusado de agredir a un antifascista y a un Mosso". <https://bit.ly/46fo20C>
- López Ortega, A. (2016): "La estrategia de la nueva extrema derecha española en Internet", en *Ar@cnae. Revista Electrónica de Recursos en Internet sobre Geografía y Ciencias Sociales*, nº 205. <https://bit.ly/4hJtJZI>
- Lynskey, D. (2015): *33 revoluciones por minuto. Historia de la canción protesta*, Barcelona: Malpaso.
- Marantz, A. (2021): *Antisocial. La extrema derecha y la "libertad e expresión" en internet*, Madrid: Capitán Swing.
- Metal por Detrás* (16/04/2018). "Estirpe Imperial alquila la capilla del Valle de los Caídos para su concierto reunión". <https://bit.ly/3YbnlOY>
- Messner, B. A., Jipson, A., Becker, P. J. y Byers, B. (2007): "The hardest hate: a sociological analysis of country hate music", en *Popular Music and Society*, 30(4), pp. 513-531.
- Mosquera Mápura, S. (2021): "Historia, cine racista y supremacista en *El nacimiento de una nación (The Birth of a Nation)* de D. W. Griffith (1915)", en *Artificios. Revista colombiana de estudiantes de Historia*, 18(2), pp. 75-100.
- Nilan, P. (2021): The Youth Appeal of Far-Right Music Festivals, en *Youth*, nº 1, pp. 14-26. <https://doi.org/10.3390/youth1010003>
- Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE) (2024). *Monitorización del discurso de odio en redes sociales. Informe anual 2023*. Catálogo de publicaciones de la Administración General del Estado.

- Olivero, S. (2021): "Filmografías enfrentadas: la Segunda Guerra Chino-japonesa desde el cine", en *Filmhistoria*, 31(1), pp. 119-131. <https://doi.org/10.1344/fh.2021.1.119-130>
- Paz-Rebollo, M. A., Mayagoitia, A. y González, J. M. (2023): "¿Permite TikTok un debate de calidad? Un estudio de caso sobre la pobreza", en *Communication & Society*, 36(4), pp. 83-97. <https://doi.org/10.15581/003.36.4.83-97>
- Paz, M. A., Montero, J. y Moreno, A. (2020): "Hate Speech: A Systematized Review", en *Sage Open*. October-December, pp. 1-21. <https://doi.org/10.1177/2158244020973022>
- Paz-Rebollo, M. A., Cáceres-Zapatero, M. D. y Martín-Sánchez, I. (2021): "Suscripción a la prensa digital como contención a los discursos de odio", en *Profesional de la información*, 30(6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021>
- Pérez-Sánchez, G. (2007): *Queer Transitions in Contemporary Spanish Culture: From Franco to La Movida*, State University of New York Press.
- Pollard, J. (2016): "Skinhead culture: the ideologies, mythologies, religions and conspiracy theories of racist skinheads", en *Patterns of Prejudice*, 50(4-5), pp. 398-419. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2016.1243349>
- Rodríguez, N. y Ramos, M. (2021): Música, 'Merchandising y Editoriales, en Miquel Ramos (coord.): *De los neocón a los neonazis. La derecha radical en el Estado español*, Madrid: Rosa Luxemburg Stiftung, pp. 431-442.
- Ruth, N. y Schramm, H. (2021): "Effects of prosocial lyrics and musical production elements on emotions, thoughts and behavior", en *Psychology of Music*, 49(4), pp. 759-776. <https://doi.org/10.1177/0305735620902534>
- Sánchez Moreno, I. (2010): "El oído del odio. Elementos para la construcción de una psicología del gusto musical del nacionalsocialismo", en *Revista de Historia de la Psicología*, 31(2-3), pp. 137-150.
- Shaffer, R. (2013): "The soundtrack of neo-fascism: youth and music in the National Front", en *Patterns of Prejudice*, 47(4-5), pp. 458-482. <https://doi.org/10.1080/0031322X.2013.842289>
- Rollins, P. & O'Connor, J. E. (1998): *Hollywood's Indian: The Portrayal of the Native American in Film*, University Press of Kentucky.
- Schulze, I. (2013). Los medios de comunicación en la Gran Guerra. *Todo por la Patria. Historia y Comunicación Social*, nº 18, pp.15-30. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.43411
- Sentencia STS 675/2020, 11 de diciembre de 2020. Tribunal Supremo. Sala de lo Penal. <https://vlex.es/vid/854281915>
- Sentencia 79/2018. <https://bit.ly/3YckwSG>
- Sentencia 3/2018. <https://bit.ly/4cKOemi>
- Teitelbaum, B. R. (2021): "The Study of Far-Right Music", en *Music Research Annual*, nº 2, pp. 1-20.
- Viñas, C. (2013): *Skinhead a Espanya: Orígens, implantació y dinàmiques internes (1980-2010)*, Universidad de Barcelona, Tesis doctoral.
- Volgsten, U. (2006): "Between ideology and identity", en S. Brown y U. Volgsten (eds): *Music and Manipulation: On the Social Uses and Social Control of Music*, Berghan Books, pp. 74-102.
- Wheeler, D. (2018): "You've got to fight for your right to party? Spanish punk rockers and democratic values", en *Journal of Spanish Cultural Studies*, 41(2), pp. 132-153. <https://doi.org/10.1080/03007766.2016.1212626>
- Zuk, P. y Zuk, P. (2018): "The national music scene": the analysis of the nazi rock discourse and its relationship with the upsurge of nationalism in Poland", en *Ethnic and Racial Studies*, 42(15), pp. 2700-2722. <https://doi.org/10.1080/01419870.2018.1554224>