

La presencia del miedo y la construcción de enemigos en el discurso de Vox en 2019. Fear and enemy-construction in the discourse of Vox in 2019

María Trinidad Bretones

Universidad de Barcelona

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6607-952X>
mtbretones@ub.edu

Miquel Domínguez Martí

Universidad de Barcelona

emailmiquel_dm89@hotmail.es

Historia editorial

Received: 5/12/2023
First Review: 7/12/2023
Accepted: 19/12/2023
Published: 28/12/2023

Palabras clave:
discurso, miedo, enemigo,
ideología, partidos políticos,
extrema derecha,
comunicación política

Resumen

El tipo y los temas que se emplean en los discursos de los partidos políticos de extrema derecha configuran, sin duda, algunos de sus rasgos más visibles. El autoritarismo, el rechazo a la inmigración, o la crítica destructiva hacia las instituciones del Estado y a hacia el resto de partidos políticos son algunos de los temas que los caracterizan. Asimismo, parece que el elemento que más identifica a este discurso es su elevado contenido emocional y, más concretamente, la alta intensidad en el uso de mensajes que activan miedo en la población receptora.

Esta investigación rastrea la presencia del miedo en los discursos del partido político español de extrema derecha, Vox. Mide su intensidad, recoge los términos con los que se designa y muestra, además, su asociación con el proceso discursivo de construcción de enemigos. En concreto, para medir la intensidad y seleccionar y cuantificar los términos del discurso del miedo se exploran, durante el año 2019, los mensajes en la cuenta Twitter de este partido, y se compara, durante el mismo año, con la presencia de mensajes de temor o miedo en las cuentas de la red oficial equivalente del resto de partidos políticos.

Bretones, M. T. y Domínguez Martí, M. (2023). **La presencia del miedo y la construcción de enemigos en el discurso de Vox en 2019**, *Anuario del Conflicto Social*, 14, e-45049. <https://doi.org/10.1344/ACS2023.14.8>

Resum: La presència de la por i la construcció d'enemics en el discurs de Vox el 2019

Paraules clau

Discurs, por, enemic, ideologia,
partits polítics, extrema dreta,
comunicació política

El tipus i els temes que s'utilitzen en els discursos dels partits polítics d'extrema dreta configuren, sens dubte, alguns dels seus trets més visibles. L'autoritarisme, el rebuig de la immigració o la crítica destructiva de les institucions de l'Estat i de la resta de partits polítics són alguns dels temes que els caracteritzen. Igualment, sembla que l'element que més identifica aquest discurs és el seu elevat contingut emocional i, més concretament, l'alta intensitat de l'ús de missatges que activen la por en la població receptora.

Aquesta investigació rastreja la presència de la por en els discursos del partit polític espanyol d'extrema dreta Vox. En mesura la intensitat, recull els termes amb què es designa i mostra, a més, la seva associació amb el procés discursiu de construcció d'enemics. En concret, per a mesurar la intensitat, seleccionar i quantificar els termes dels discurs de la por, s'hi exploren, durant l'any 2019, els missatges en el compte de Twitter d'aquest partit, i es compara, durant el mateix any, amb la presència de temor o de por en els comptes de la xarxa oficial equivalent de la resta de partits polítics.

Abstract

Keywords

Discourse, fear, enemy, political
parties, far right, political
communication

The kind of and specific subjects used in the discourse of far-right political parties constitute, undoubtedly, some of their most visible traits. Authoritarianism, the rejection of immigration or the destructive critique of state institutions and the rest of political parties are some of the subjects that characterize this kind of parties. Also, it seems that the element which best identifies their discourse is its high emotional content and, more specifically, the high intensity of the use of messages to activate fear in the receiving population. This paper traces the presence of fear in the discourse of the Spanish far-right political party Vox. It measures its intensity, lists the terms used to designate it, and shows its links to the discursive process of enemy construction. In particular, in order to measure the intensity of its discourse of fear and to pick out and quantify the terms used in it, this paper examines the party's message in its official Twitter account during 2019, and compares them to the presence of fear or dread in the messages of the rest of political parties in their respective account in the same social network.

1. Introducción

El auge de la extrema derecha en los últimos años está en el centro de los desafíos a los que, mundialmente, las democracias existentes se tienen que enfrentar (Eatwell & Goodwin, 2019). El ascenso de partidos filofascistas al poder se consuma con la integración de muchos de ellos en gobiernos de toda Europa (Mudde, 2007; Anton-Mellón & Hernández, 2016) y de otras zonas del planeta (Pereira, Jaráiz & Cazorla, 2020). En el caso de Europa, muchos de estos partidos son los que recientemente han llegado a los parlamentos europeos habiendo alcanzado, por votos, el lugar de la segunda o tercera fuerza, incluso la primera, como es el caso italiano, donde el partido político Hermanos de Italia pasó a ser –en septiembre de 2022– la primera fuerza política en el parlamento, o como el caso más reciente de los Países Bajos donde –el 22 de noviembre de 2023– el partido de ultraderecha Partido de la Libertad gana también las elecciones generales.

En España, desde las elecciones generales de 2019, Vox¹ se ha establecido como tercera fuerza en el Congreso,² por detrás de los partidos que componen el bipartidismo tradicional (instaurado desde el inicio de la democracia en 1978) de la derecha que representa el Partido Popular (PP) y la izquierda del Partido Socialista Español (PSOE) (Jaráiz, Cazorla & Pereira, 2020). Sin embargo, su auge no solo se ve reflejado en la representación parlamentaria obtenida, sino también en la proliferación de organizaciones de corte reaccionario, xenófobo e islamófobo, como son *Hogar Social*, *Hazte Oír* o *Desokupa*, entre otras muchas, que comparten con Vox su discurso autoritario y ultraconservador.

La extrema derecha actual ofrece diferencias significativas con la del siglo pasado, los fascismos de entreguerras u otras ideologías conservadoras. Las nuevas organizaciones muestran una

¹ Como formación política, Vox responde a los parámetros generales de la ideología denominada «extrema derecha», «derecha radical» o «ultraderecha», términos que utilizaremos indistintamente a lo largo del texto.

² En las últimas elecciones generales, celebradas el 23 de julio de 2023, Vox mantiene la tercera posición.

estética renovada; están adaptadas a las nuevas formas de conexión con su público, y usan con solvencia los nuevos medios y las tecnologías de la información, de ahí que Steven Forti (2021) utilice la nomenclatura de «derecha 2.0» para referirse a este tipo de movimientos e ideologías. En la renovación que han llevado a cabo se incluye, por ejemplo, una nueva forma de vestir en la que se han sustituido las camisas pardas o la imagen de *skinheads* por pulcros vestidos de trajes y corbatas; un discurso adaptado a los nuevos tiempos que se difunde por los viejos y nuevos medios o emplea las estrategias de *marketing* y publicidad más actuales.

La nueva imagen no se acompaña, sin embargo, de una renovación en la esencia de su posición extrema en la derecha ideológica, que sigue siendo la misma, a saber: el señalamiento de amenazas y enemigos. Así, se fomenta el miedo a que te *okupen* la casa, miedo a que unos *menas* te roben o te violen, miedo a que «los inmigrantes» te quiten el trabajo o, incluso, miedo a que algún musulmán pueda atentar contra tu vida. Además, la derecha radical, como ya hacían los fascismos del siglo XX, genera un sentimiento de pertenencia a un «nosotros» –acotado por valores, intereses y necesidades legítimos– que está en oposición y es amenazado por «otros»; en particular, por aquellos que son los señalados como enemigos: el inmigrante, la feminista, el comunista, el homosexual, etc. Por tanto, vemos que, por debajo de su apariencia estética, mantienen enormes similitudes con los postulados ideológicos de las formaciones del pasado (Ferreira, 2019).

En el ascenso social y político de esta ideología operan tanto factores exógenos, o de contexto social, como factores endógenos, es decir, aquellos que definen su carácter y su forma de actuar y de presentación en el espacio público.

El marco exógeno de oportunidades para su actual ascenso está conformado por procesos de alcance estructural como son las crisis económicas, las guerras, las crisis sanitarias, la globalización, etc., o por dinámicas sociales más inmediatas, como son la intensificación de la disputa entre los partidos políticos con mayor representación parlamentaria, la ampliación de los grupos en competencia electoral, la radicalización de las posiciones ideológico-partidistas, conflictos y movilizaciones sociales regionales en confrontación con los Estados nacionales, etc. Es en la confluencia de muchos de estos factores donde se encuentra la explicación del ascenso de Vox (Montabes & Cazorla, 2020; Urbán, 2019), especialmente porque son estos los que conforman un estado de carencias urgentes e insatisfacciones elevadas que afecta a una parte importante de la población. Esta es la población que, por su estado, está en disposición de escuchar y aceptar co-

mo válidas respuestas emocionales y soluciones inmediatas y tajantes (como las que ofrece la ultraderecha), aunque no sean reales ni válidas (Castro & Jaráiz, 2022).

Como factores endógenos se incluyen toda la serie de mecanismos y estrategias que la actual ideología aplica para expandirse. Aquí, entendemos que la clave de tales mecanismos y estrategias está en los medios y las formas en que se exhiben en el espacio público, o la manera con la que interactúan en las relaciones sociales directas o, también, en las mediadas por los medios de comunicación u otras organizaciones. Todo ello lo vemos materializado en las plataformas que han desarrollado para la difusión de su ideología (los denominados *think tanks*) y en la construcción intencional de marcos comunicativos en consonancia con sus objetivos de expansión. Estas plataformas y marcos comunicativos configuran una interpretación —a su conveniencia— de determinados hechos sociales; definen el uso de los viejos y nuevos medios de comunicación; marcan los temas; pautan los ritmos de información, y, en definitiva, diseñan el carácter de su intervención pública. Es en el marco de este conjunto de factores endógenos donde se sitúa nuestro análisis, que se ceñirá a la exploración del discurso directo de Vox, en combinación con fuentes secundarias y las aportaciones que han realizado otras investigaciones.

Nuestro análisis empírico se limita a detectar la presencia de símbolos que apelan al miedo, porque son estos los utilizados para conectar emocionalmente con la población que experimenta un estado de alarma ante las dificultades que encuentran para el desarrollo normal de sus vidas. Del conjunto de estos símbolos nos interesan especialmente aquellos que se dan en asociación con los símbolos que señalan a enemigos, o a los supuestos causantes de muchos de los problemas reales. Aquí suponemos que es esta estrategia de combinación de símbolos emocionales para el miedo y símbolos de identificación de enemigos la que opera como uno de los mecanismos con los que la extrema derecha está asegurando su expansión.

2. El perfil de Vox

El auge evidente de la extrema derecha se presenta, desde el consenso académico, como un fenómeno heterogéneo que implica, por un lado, a una diversidad variable de partidos y movimientos con este perfil y, por otro, situados en contextos sociales y zonas de influencia geopolítica también variables. Es esta heterogeneidad del fenómeno la que justifica la multiplicidad de nomenclaturas que manejamos para nombrarlo: ultraderecha, derecha radical populista (Mudde, 2007), nuevas derechas, derecha 2.0 (Forti, 2021), derecha radical (Minkenberg, 2011), neopopu-

lismo o nacionalpopulismo (Eatwell & Goodwin, 2019), etc. En esta investigación adoptaremos los matices centrales del significado que aportan algunos de estos términos para precisar el perfil de la «extrema derecha actual» y retomaremos aquellos rasgos que mejor parecen encajar en el comportamiento del partido político que aquí estudiamos.

Vox incluye en su perfil cuatro rasgos: un cierto conservadurismo «burgués» (Strobl, 2022: 13-20); algunos de los elementos de la extrema derecha tradicional (por su componente de autoritarismo y respeto al orden); la naturalización y la aceptación completa de la jerarquía social (Mudde, 2007: 22), y, finalmente, los elementos propios de nueva extrema derecha que son los siguientes:

- a) Representa un alejamiento estético y lingüístico de los nacionalsocialismos y fascismos del periodo de entre guerras del siglo XX, tal y como lo han hecho el resto de partidos de extrema derecha europea (Strobl, 2022: 21-27). Vox, en su programa de propaganda como partido que compite en unas elecciones, hace nulas referencias directas al periodo de la Dictadura de Franco; ubica todo su discurso en conexión con el actual sistema democrático, y exhibe tanto una vocación por convertirse en representación parlamentaria relevante como el respeto a la Constitución (por ejemplo, España debe formar parte de «una Europa de las naciones democráticas»; «España es garantía de los derechos y libertades de los españoles», Vox, 2019a: 4).
- b) En los temas de su discurso se da prioridad a la retórica antiinmigratoria (Reggiani, 2017: 81), a la negación del cambio climático como fenómeno de alto calibre en ciernes, al anti-feminismo (que expresan, por ejemplo, con su negación del uso del término «violencia de género» o con su denominación despectiva de «ideología de género» para referirse a cualquier posición y política feminista) y a la oposición a lo que representa y promueve la Unión Europea, a la que se acusa de «“construir una Europa” al margen de la verdadera Europa» (Vox, 2019a). Estos temas, además, son planteados en el marco de pretender ofrecer respuestas necesarias frente a problemas reales o, directamente, en el marco de determinar quiénes son «los» generadores de problemas.
- c) Sus integrantes actuales, especialmente sus líderes, provienen de un estrato social que el sociólogo alemán Wilhelm Heitmeyer y la politóloga austríaca Natascha Strobl han conceptualizado con el término «burguesía cruda», con el que designan a «esos estratos bur-

gueses con cierta tendencia a abandonar la solidaridad social y sustituirla por una ideología de la dureza bajo la apariencia de unos modales civilizados y gentiles. [Que además] [...] se articula mediante un fetiche de responsabilidad personal, la eficiencia y la maximización del rendimiento» (Strobl, 2022: 27-31). En su imagen pública se presentan como personas aparentemente formadas, eficientes y responsables (con corbatas y trajes impecables, pulcritud estética, retórica y expresión cuidada, etc.) y, por lo tanto, sus líderes y miembros más visibles encarnan fielmente a ese estrato social al que se refieren Heitmeier y Strobl (véase la puesta en escena del gran acto en Vistalegre [Vox, 2018b]).

3. Los factores exógenos de su auge

La actual expansión de la extrema derecha con la adquisición de nuevos votantes implica que esta ha desbordado los límites naturales del estrato social de la «burguesía cruda» al que pertenecen sus líderes. Y nos preguntamos, ¿cuáles son los motivos por los que gana adeptos entre la población que está fuera del estrato al que aparenta representar? Para autores como Hanspeter Kriesi (2008: 4), las razones tanto de su auge como de su extensión están en el tipo de globalización económica que genera ganadores y perdedores.

La desregularización y el incremento de la competitividad de las economías, el crecimiento de la diversidad cultural y las tensiones asociadas a la distribución de los recursos de los Estados de bienestar desarrollados en los países de la Unión Europea explican muchas de las consecuencias negativas de la globalización en esta zona del planeta. Son estas consecuencias las que convierten en perdedores a muchos de los miembros de estas sociedades y que, con seguridad, están fuera del estrato de «burguesía cruda», y es a esta parte de la población a la que la extrema derecha se dirige para ganar adeptos y votantes. Asociado a ello, se ha producido una marginalización económica creciente de la clase trabajadora, particularmente de los trabajadores sin calificación, cuyas demandas difícilmente reciben una respuesta política fácil (clara, segura e inmediata), ni desde los partidos que pivotan el centro, ni de la derecha, ni de la izquierda convencional. Ante esto, el apoyo a partidos de extrema derecha podría explicarse como resultado del proceso de búsqueda que llevan a cabo los componentes de cualquier estrato social que se perciben como «los perdedores» de la globalización y que están en la búsqueda de una solución que dé respuesta a sus necesidades urgentes.

Por otra parte, hay segmentos de estratos variables de la sociedad que comparten —ya sea por desarrollo autónomo o como resultado de su exposición a determinados mensajes de propaganda— un cierto conservadurismo social que se opone a la inmigración, a la integración europea o al liberalismo cultural. Este conservadurismo extendido constituye un fenómeno reciente que también explica en parte el auge de la derecha radical (Bornschier & Kriesi, 2012).

En España, además de este marco contextual conformado por la globalización, la marginalización de la clase trabajadora o el grado de conservadurismo social reinante, encontramos particularidades históricas añadidas en la trayectoria actual de su ascenso. Porque en nuestro marco geopolítico inmediato hay dos líneas de desarrollo histórico: una, el fascismo y el nazismo europeos, y, la otra, el franquismo puramente español. Mientras que, tras la segunda guerra mundial, en países como Alemania o Italia se produjo un proceso de desnazificación y desfascificación en virtud de la progresiva implementación de una democracia liberal, en España el franquismo puro permaneció durante cuarenta años, y solo llegó a su fin con la muerte del caudillo por causas naturales en 1975. Podemos decir, por lo tanto, que no sólo no se produjo un proceso de «desfranquización», sino que la causa directa de su final hizo posible que las distintas facciones del régimen dictatorial pudieran participar en la redacción de la Constitución española de 1978, cosa que permitiría, a su vez, perpetuar la monarquía impuesta por el propio dictador o mantener a muchos de los antiguos miembros del régimen en una gran cantidad de los órganos institucionales del nuevo aparato del Estado, como son las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, el Ejército o los Aparatos Judiciales.

La no «desfranquización» permitió la reedición de partidos políticos abiertamente antidemocráticos y que habían estado vigentes durante el régimen franquista, como es el caso de la Falange Española. También hizo posible articular un partido como Alianza Popular (AP), que, fundado durante la transición, aglutinó a los antiguos jefes y ministros franquistas junto con las diversas familias de la derecha conservadora. De esta manera, se configuró una coalición con capacidad para competir electoralmente y contribuir, así, a dar continuidad a las derechas reaccionarias (Álvarez, 2022; Casals, 2000; Urbán, 2019). En 1989, después de un proceso de refundación, Alianza Popular se transformó en el actual Partido Popular, uno de los dos partidos que durante décadas ha conformado, junto al Partido Socialista Obrero Español, el bipartidismo parlamentario característico del Estado español contemporáneo.

El resumen del proceso es claro: en el caso del Estado español, la ideología de extrema derecha no es más que «una presencia ausente» –como lo denomina Xavier Casals (2000: 148)–, porque esta ha ostentado el poder, en mayor o menor medida, desde la Guerra Civil española, aunque con apariencia de dispersión organizativa, partidista e institucional (Casals, *ibíd.*). Es en 2013, con la creación del partido de ultraderecha Vox,³ el momento en el que su carácter disperso toma la forma de grupo con total visibilidad y con capacidad de actuación legítima en el debate y en el espacio público.

El surgimiento de Vox se atribuye, pues, a esa «presencia ausente» que ha sido capaz de organizarse y otorgarse visibilidad como presencia activa en forma de partido político que compite en democracia, pero también se apuntan otros motivos más recientes y coyunturales. En concreto, la necesidad de organización política se relaciona con los numerosos casos de corrupción destapados a raíz de la crisis económica de 2008. También se interpreta como la organización partidista resultante de un movimiento reaccionario que necesita hacer explícita su oposición a las políticas feministas o LGTBI, o que necesita hacer frente a los distintos movimientos sociales encarnados en el 15-M, o que necesita hacer frente al proceso independentista catalán. Y, por último, tanto su constitución como su progreso también se explican por la necesidad de constituir un discurso nativista y antimigración, que gana fuerza en conexión con la fecha de la crisis de refugiados de 2015 y que combate, en general, a las migraciones (Urbán, 2019). En conjunto, tal y como apuntan Sonia Alonso y Cristóbal Rovira (2014), la pregunta por la aparición de Vox se responde con todos estos factores de «demanda» y de «oportunidad» que confluyen en la primera década del siglo XX.

4. Los factores endógenos de su auge. Aproximaciones a un modelo de análisis

4.1. Primera aproximación: la batalla por los marcos

La relación entre el discurso político y el poder radica en su potencial comunicativo (Castells, 2009), y subrayamos nosotros explícitamente, para el ejercicio de la propaganda. De hecho, Edward Bernays ya nos advertía hace un siglo que «lo importante de la propaganda es que es univer-

³ En su calificación como “ultraderecha” cabe recordar que, en el inicio de este partido, Vox se refería al PP con la denominación de “la derechita cobarde” (Ferreira, C. (2019). p 76).

sal y continua, y que se salda con la imposición de una disciplina en la mente pública igual que un ejército impone disciplina en el cuerpo de sus soldados» (2008: 34). Por lo tanto, esta es la guía que nos orienta: el poder que ha alcanzado Vox se explica, al menos en parte, por su potencial comunicativo para ejercitar propaganda y para colocarse en medio de las disputas y los debates de nuestra actual democracia liberal. Exponemos, a continuación, el argumento de esta primera aproximación.

Strobl afirma que la estrategia de la ultraderecha para ofrecer una imagen renovada y «democrática» «se muestra sobre todo en el campo de la comunicación y el lenguaje» y destaca también que su discurso «se reproduce sobre todo a través de los espacios digitales que son empleados para librar la batalla cultural por las mentes de la gente» (2022: 21-27). Teun A. Van Dijk plantea en su *Análisis Crítico del Discurso* lo siguiente: «Nuestras mentes controlan nuestras acciones y, por tanto, si somos capaces de influenciar la mentalidad de la gente, por ejemplo, sus conocimientos o sus opiniones, podemos controlar indirectamente sus acciones». Y continúa señalando que «dado que las mentes de la gente son influidas sobre todo por los textos y el habla, descubrimos que el discurso puede controlar, al menos indirectamente, las acciones de la gente, tal y como sabemos, por la manipulación y la persuasión» (1999: 23-36). En otro texto del mismo autor encontramos una cita que resume bien nuestra aproximación al valor que otorgamos a la presencia del miedo por cuanto la repetición de un tipo de discurso contribuye a la expansión de una determinada ideología: «A través de la repetición de discursos políticos o mediáticos sobre eventos similares, y a través de jugadas discursivas específicas de generalización, ellos podrían condicionar la generalización y la abstracción de modelos mentales específicos a estructuras de conocimiento e ideologías más generales, por ejemplo, sobre inmigración, terrorismo o crisis económica» (2016, p. 211).

La batalla discursiva de la derecha radical es uno de los elementos en el que ponen más esfuerzo los partidos y los movimientos que profesan esta ideología. Así lo subraya George Lakoff al afirmar que «los conservadores estadounidenses (a diferencia de los progresistas) han invertido billones de dólares desde los años 70 en *think tanks*, para financiar investigadores y encuentros intelectuales dedicados a estudiar la mejor forma de estructurar y comunicar sus ideas y destruir las posibilidades de sus adversarios» (2004: 9).

En la versión española de este modo de proceder situamos a los *think tanks* autóctonos, como son la *Fundación por el Análisis y los Estudios Sociales* (FAES) (fundada en 1989, presidida por J. M. Aznar y que cuenta también con numerosos militantes de Falange y con hijos e hijas de ministros franquistas); la *Fundación Disenso* (fundada en 2020 y presidida por el líder de Vox, Santiago Abascal), o el *Instituto Superior de Sociología, Economía y Política* (ISSEP), que además cuenta con ilustres personajes de renombre de la derecha radical española como Jaime Mayor Oreja o Javier Tebas, presidente de la Liga Nacional de Fútbol Profesional Española y ex militante de Fuerza Nueva o el militar Pedro Baños. Son estos organismos los que definen las posiciones y discursos «de derechas», que, a su vez, irradian a los medios de comunicación con el fin de expandirlos entre la población.

El objetivo principal de los *think tanks* de ideología ultraconservadora es la batalla por el control hegemónico del relato que otorga significado al contexto social y que, derivadamente, interpreta y da valor a cualquier cuestión social que convenga destacar. Pero el contexto «es un constructo mental en tanto que representa lo que los usuarios del lenguaje construyen como relevante en una situación social» (Van Dijk, 1999: 26), y es, también, el marco (comunicativo) de «estructuras mentales que conforman nuestra forma de ver el mundo» (Lakoff, 2004: 17), o, en definitiva, es el «espontáneo» encadenamiento de ideas, valoraciones y temas desde los que se obliga a pensar de determinada manera sobre el mundo que nos rodea (Lakoff, 2004: 24).

En el Estado español encontramos una producción intensa de relatos de este perfil con vocación de hegemonía. Por ejemplo, los impuestos como sobreesfuerzo, o como «carga impositiva», o entender una invasión militar y una guerra como «operación militar» o como «intervención militar» (tal y como fue presentado el caso de la participación del Estado español en Irak). En definitiva, en España, igual que ha sucedido en otros puntos del planeta, se ha articulado una derecha radical que «se ha dotado de todo un arsenal de medios apropiados, desde el establecimiento de determinados marcos hasta el desarrollo de narrativas y técnicas de argumentación» (Strobl, 2022: 24) y esta derecha, desde su constitución en 2013 como partido político, está consiguiendo ganar la batalla con su estrategia de creación y extensión de los marcos con los que se debe interpretar la realidad social.

4.2. Segunda aproximación: de la política racional a la política emocional basada en el miedo

Garcillán López-Rúa divide las técnicas de persuasión en dos bloques: «las racionales y las emocionales» (2015: 464). Es una idea que viene de lejos; sabemos que «es posible poner en marcha corrientes psicológicas y emocionales que redunden en beneficio propio» (Bernays, 2008: 70). Las técnicas emocionales son utilizadas para generar un mayor recuerdo de algo (tal y como explican G. García-Hípola y S. Pérez-Castaños [2021: 24]), y esto ha hecho del uso de ellas una estrategia política y mediática generalizada, hasta el punto de hacer incompatible, para la política actual, acometer la discusión de las decisiones públicas desde una dimensión racional (González-Castro, 2023). No obstante, en el campo de la comunicación política no hay un discurso puro; todos se mueven en medio de un rango que va de discursos completamente emocionales a completamente racionales y, generalmente, se emplea una combinación de ambas técnicas. Aun así, dentro de ese rango, la ultraderecha parece conformarse por «partidos emocionalmente activados» (como los han denominado I. Crespo-Martínez, A. Garrido-Rubia y J. M. Rojo-Martínez [2022]), lo que en esencia significa que están escorados en el extremo del uso intenso de la técnica emocional.

Es en este escenario donde se justifica la necesidad del análisis sobre la presencia de la emoción del miedo en el discurso político. Paloma Castro y Erika Jaráiz explican que «los partidos populistas llevan a cabo una estrategia política cuya retórica evoca los agravios latentes y apela a las emociones provocadas por estos» (2022: 315). Por su parte, Bauman señala que el miedo es la primera reacción en forma de sentimiento que los seres humanos (como el resto de los animales) tienen ante una amenaza, mientras que la segunda reacción ya sería una respuesta en forma de acción, como es la huida de lo que nos amenaza o como lo son también los actos de violencia para combatir aquello que nos amenaza (2006: 11). También R. Bericat-Alastuey comenta que «el miedo es una emoción puramente instrumental propia de aquellas situaciones en las que el agente se enfrenta a un poder superior y anticipa potenciales consecuencias negativas para él» (2005: 62).

Así pues, el miedo es una emoción primaria, asociada a la supervivencia biológica y necesaria para reaccionar de manera automática ante situaciones percibidas como peligrosas o amenazantes para la existencia (Maya, 2022). También es (ahora definido desde el campo de la biología y la neurología) una serie compleja de reacciones bioquímicas, neurológicas y psicomotrices automatizadas e instintivas de las que el ser vivo (por el hecho de serlo) se sirve para preservar su existencia (Hustvedt, 2017: 277). Se trata, por lo tanto, de una cadena de reacciones «instintivas»

que, al menos para el ser humano, se reconoce en lo que reflejan nuestros cuerpos y en lo que sentimos como emoción, y que escapa a nuestro control consciente y razonado (ibíd., 284). No es difícil poder ver y considerar, así pues, que este rasgo puramente biológico puede ser aprovechado, si conviene, en cualquier labor de manipulación de la población. Porque, tal y como señala Martha Nussbaum (2014), el miedo, además de emoción primaria en tanto que reacción biológica, se puede despertar mediante un proceso de asociación, previa clasificación de ciertos colectivos definidos como amenazas, o bien relacionando un concepto conocido con otro que designa lo desconocido.

En lo que atañe a nuestro trabajo de exploración, asumimos la interpretación dada a la función del miedo como pulsión que asegura la reacción necesaria e instintiva de protección frente a cualquier amenaza a la existencia biológica, pero también ante amenazas a la existencia en su sentido más general, como lo es la existencia material, cultural e identitaria; amenazas o miedos que se materializan con la puesta en cuestión (real o supuesta) de las propiedades materiales, o la puesta en cuestión (real o supuesta) de cualquier identidad social considerada como mejor y legítima (españolidad, masculinidad, feminidad, patriotismo, etc.).

Además, el estado de reacción de defensa asociado a una situación de miedo elimina el espíritu crítico del sujeto, porque la respuesta inmediata ante algo que amenaza va a ser concentrar toda la atención en aquellos estímulos que señalan lo que amenaza y, derivadamente, va a concentrar su atención en movilizar aquellos procesos que aseguran protección y prometen un marco de seguridad (tal y como dice el sociólogo Manuel Castells [2009]). Partimos de esta posición y suponemos que la extrema derecha combina interesadamente el discurso del miedo y del odio ofreciendo, así, un marco de interpretación completo: señala de qué protegerse y enuncia cómo conseguir seguridad para la ciudadanía. Y este es el papel central que desempeñan los *think tanks* de la derecha radical. Su función, interpretada desde el Análisis Crítico del Discurso (Van Dijk, 1996 y 2002), radica en producir los «códigos-guía» que van a orientar la interpretación de la realidad en «un» significado antes que en otro. El mensaje del miedo en su conjunto es el principal «código-guía» de la extrema derecha.

Son muchos los ejemplos de marcos comunicativos favorables a la interpretación del mundo peligroso, «de miedo», que propone la derecha radical; por el momento, señalaremos uno recurrente: la llegada de población inmigrante en un momento y lugar dado se representa bajo el

gran marco de «oleadas migratorias». El término, desde una primera impresión, apunta a la neutralidad y parece tener intenciones descriptivas, pero, con su repetición, también evoca el significado de un suceso que es (como las olas) brusco, incontrolable, capaz de ahogar a una persona e, incluso, puede adoptar la forma y el comportamiento de un tsunami. En este marco conceptual, el migrante no solo llega en un momento y lugar dado, sino que lo hace en medio de otros migrantes que llegan al ritmo de oleadas, y estas pueden darse de forma «incontrolada». El miedo a ese no-control justificaría políticas antiinmigración, bajo el argumento de una sociedad que se quiere preservar de un impacto de dimensión imprevista y, por tanto, de la inseguridad (Urbán, 2019: 88).

Otro ejemplo donde la derecha y la ultraderecha vinculan a ciertos colectivos con la emoción del miedo se da en la constante asociación de los términos «inmigración» y «delincuencia»: «Barcelona sigue asediada por la inseguridad ciudadana provocada por una inmigración masiva y descontrolada» (Cuenta de Twitter de Vox, 28/10/2019).

En el trato discursivo de las migraciones por parte de la derecha radical, vemos que, en general, el miedo es utilizado como mecanismo para controlar las narrativas con las que se construye el imaginario de un mundo cuya composición consiste en colectivos enfrentados entre los trabajadores nativos y los inmigrantes delincuentes y desempleados (Castro & Jaráiz, 2022: 310).

4.3. Tercera aproximación: el miedo que señala enemigos

El «otro» señalado e identificado en un perfil construido a conveniencia es el objetivo al que combate la ultraderecha en todo el mundo y es para lo que requiere de la construcción de un ambiente de miedo y odio. Esto lo consigue ofreciendo una visión del mundo polarizada y dicotómica, compuesta de aquello bueno que es designado/frente a lo malo que nos amenaza, de un nosotros/frente a ellos, en definitiva, de amigos/enemigos. Porque «una lucha por los recursos o el poder es más difícil de legitimar que una lucha contra el mal, que supone una amenaza permanente contra el nosotros bueno» (Strobl, 2022: 48).

La construcción discursiva se lleva a cabo en medio de un proceso comunicativo por el que los enemigos y sus peligros, o la construcción de «estados de miedo» en asociación con «enemigos», es algo «tan esquemático que todo se puede proyectar sobre él y el peligro nunca se aleja. Así, puede ser activado cada vez que sea necesario. Quienes argumenten en contra o quie-

ran diferenciarse se convierten automáticamente en apologistas, incluso en aliados, de esos enemigos difundidos. Se trata de mantener alto el nivel de miedo comunicativo» (Strobl, 2022: 47).

Pero, ¿quiénes son los enemigos contruidos? Cas Mudde (2007: 64) propone una clasificación del enemigo de la extrema derecha a partir de la consideración de dos dimensiones: nación y Estado. En base a estas dos dimensiones, el mismo autor sistematiza cuatro grandes grupos de enemigos discursivos:

- 1) Los que están dentro de la nación y del Estado. Son «los traidores de la nación y corruptores de la gente» (Mudde, 2007: 65). En el contexto español se señalan como enemigos de este grupo los nacionalismos vasco y catalán, pero también los partidos de izquierdas en general, que activamente los combaten.
- 2) Los que están fuera de la nación, pero dentro del Estado. Aquí encontraríamos a las personas de origen diverso. «El discurso xenófobo y racista clásico se condensa en este enemigo étnicamente diferenciado» (Moreno & Rojo, 2021: 7)
- 3) Los que están dentro de la nación, pero fuera del Estado. Esta categoría no tiene mucho valor en la propuesta de Mudde, ni en la aplicación para nuestro caso, pero haría referencia a los españoles que viven en el extranjero.
- 4) Los que están fuera de la nación y del Estado. Esta categoría haría referencia a los organismos supranacionales, como la Unión Europea, ONG y otros, que colaboran con refugiados o con población migrada o, también, las organizaciones que dedican su esfuerzo a informar y sensibilizar sobre la emergencia del cambio climático y proponen posturas ecologistas para afrontarla. En nuestro caso, Vox hace referencia, no solo a estos organismos, sino también a personas concretas que ejercen algún tipo de liderazgo en estos entes internacionales.

5. La intensidad del recurso al miedo en los discursos de Vox

La construcción e identificación de enemigos resulta rentable para Vox en términos de votos a la luz de los resultados electorales desde 2019, pero ¿cómo puede ser que estas posiciones de ultraderecha ganen votos si con ellas se designa como enemigos a parte de la ciudadanía potencial-

mente electora? De otra manera, con esta pregunta estamos señalando que en la dinámica política de los sistemas democráticos no hay manera de asegurar que el gobierno resultante de unas elecciones no pueda actuar en contra del principio de la representación. Porque Vox puede ganar unas elecciones, hecho que le obligaría a gobernar respetando el principio democrático de la representación pero, sin embargo, las puede ganar rechazando frontalmente a una parte de la población (a inmigrantes, a integrantes del colectivo LGTBI, o a mujeres feministas [Cabezas-González, 2021]). Esta es una dinámica paradójica que las actuales democracias tendrán que tratar de resolver de alguna manera.

5.1. La investigación empíricamente acotada y su metodología

Esta investigación pretende confirmar que, efectivamente, el discurso del miedo es una estrategia particular e intensamente empleada por los partidos de extrema derecha en comparación con la presencia de esta emoción en el discurso del resto de partidos.

Conocemos los temas que predominaron en los tuits que Vox emitió durante la campaña electoral: «el partido ofrece en su cuenta oficial, de manera casi equitativa, tuits relacionados con la confrontación electoral, cuestiones de política sectorial y asuntos relacionados con el devenir de la campaña. El partido también publica tuits en los que se indica el lugar donde tendrán lugar los eventos de campaña, política sobre inmigración, el independentismo catalán, los impuestos y el empleo» (Lava Santos, 2021: 51). No conocemos, no obstante, la intensidad con la que emplea el recurso al miedo en su conjunto, y esta va a ser la línea principal de exploración cuantitativa de esta investigación.⁴

Pretendemos ofrecer, además, una aproximación cualitativa que contribuya a la identificación de los factores endógenos del auge de la extrema derecha, y esto lo haremos recalando en la asociación de los elementos discursivos empleados tanto para activar el miedo como para construir enemigos.

⁴ En un trabajo posterior, de mayor alcance temporal e incluyendo análisis cualitativos sobre sus votantes, es desde donde se puede construir una explicación más robusta sobre el fenómeno del ascenso electoral de Vox en correlación con los mecanismos de comunicación que emplea.

Así pues, las cuestiones de la investigación se concretan de la siguiente manera. ¿Es la intensidad del uso del recurso emocional basado en el miedo un elemento constitutivo de la extrema derecha? ¿Qué función cumple este recurso? Y, por último, ¿la presencia del discurso del miedo acompaña y sirve para construir o señalar a los enemigos a los que combatir?

Para resolver estos interrogantes se ha seguido la estrategia de comparar el discurso de 2019 de la cuenta oficial en Twitter de Vox con el de los otros discursos, para el mismo periodo y en la misma red social, de los tres grandes partidos del Estado español: PP, PSOE y Unidas Podemos.

5.2. El espacio y el tiempo explorado

Se toma el año 2019 como período de referencia para el análisis, dado que es el año en que, por primera vez, Vox consigue ocupar un espacio en el Parlamento español. Es en este año cuando el resultado de las elecciones le otorga el derecho a pasar a ser una fuerza con capacidad de representación política por medio de sus 24 diputados. Además, poco después de este primer ascenso, debido a la repetición de las Elecciones Generales, vemos que Vox duplica durante ese mismo año el primer resultado, obteniendo una representación parlamentaria de 52 diputados y situándose como tercera fuerza política en el nivel estatal. Es evidente que en este proceso de ascenso electoral, entre otros factores, el discurso de Vox durante todo el año 2019 tuvo un papel clave. Y es aquí donde situamos la exploración sobre el discurso del miedo.

A continuación, se muestran cronológicamente los sucesos más relevantes para la política española a lo largo del periodo temporal explorado. En esta Cronología hemos representado por separado aquellos acontecimientos políticos que afectan al conjunto del Estado y los acontecimientos que se enmarcan en el territorio catalán, dado que cada uno de ellos tiene una dinámica política y social específica (la agenda social de cada territorio). Hemos destacado, además, los dos momentos clave en la convocatoria de las Elecciones Generales (la agenda política del Parlamento español). Es en la dinámica de acontecimientos que marca esta cronología donde vamos a re-seguir el discurso de Vox para detectar las correlaciones temporales que se dan entre los acontecimientos y el señalamiento de los temas que evocan «miedo» en asociación con la identificación de «enemigos» (la agenda discursiva de Vox).

| CRONOLOGÍA DE LA DINÁMICA POLÍTICA Y SOCIAL EN 2019 | | |
|---|---|---|
| Estado español | Fecha | Cataluña |
| Foto de Colón PP, Vox y Ciudadanos convocan una manifestación contra la figura del relator en Cataluña y a favor de la unidad de España. | 10/02/2019 | |
| | 12/02/2019 | Inicio del juicio a los líderes políticos del «procés» Después de dos años en prisión preventiva, los líderes del «procés» independentista catalán son juzgados ante el Tribunal Supremo. |
| Elecciones Generales PSOE: 123 escaños PP: 66 escaños Unidas Podemos: 42 escaños Vox: 24 escaños | 28/04/2019 | |
| | 13/06/2019 | Fin del juicio a los líderes políticos del «procés» Finaliza el juicio a los líderes políticos independentistas del «procés» . |
| Sentencia del Tribunal Supremo a la «manada» El Tribunal Supremo condena a los miembros de la «Manada» por violación múltiple y no por agresión sexual como establecía el Tribunal Superior de Navarra. | 20/06/2019 | |
| | 24/09/2019 | Detención de 9 CDR acusados de terrorismo 9 CDR (Comité de Defensa de la República) son detenidos y acusados por, presuntamente, manipular explosivos y planear un atentado. |
| | 14/10/2019 | Publicación de la sentencia a los líderes de «El Procés» El Tribunal Supremo condena a los líderes políticos de «El procés de independència de Catalunya» a más de 100 años de cárcel. |
| | De 14/10/2019 hasta 20/10/2019 | Disturbios post-sentencia Se producen graves altercados en Cataluña, como la ocupación del Aeropuerto del Prat, durante la semana posterior a la publicación de la sentencia de los líderes independentistas catalanes. |
| Exhumación de Franco El gobierno en funciones del PSOE exhuma y traslada los restos del dictador del Valle de los Caídos («Cuelgamuros»). | 24/10/2019 | |
| Elecciones Generales PSOE: 120 escaños PP: 89 escaños Vox: 52 escaños Unidas Podemos: 35 escaños | 10/11/2019 | |

6. El análisis

6.1. El material discursivo del análisis

Tras la exploración de los mensajes de la cuenta oficial de Twitter de Vox (@Vox.es), se procede a realizar una primera aproximación y una operativización del miedo. Para ello, se realiza una búsqueda semántica en la cuenta Twitter de Vox de los comentarios que incluyeran las 10 palabras siguientes: *delincuencia, inseguridad, ataque, agresión, amenaza, peligro, terrorista, violencia, invasión y violación*. El criterio que orienta la selección de estos términos responde a tratar de escoger, entre el vocabulario que se suministra en los mensajes, aquellos que refieren hechos que potencialmente pueden incitar al miedo, o aquellos cuyo significado designa vivencias que comportan miedo.

Sin embargo, aunque en la primera observación se incluían todas las acepciones de la palabra «violencia», finalmente se ha decidido excluir del estudio aquellos usos que hacen referencia a la sustitución de los términos «violencia de género y machista» por «doméstica o intrafamiliar», dado que se considera que no se emplea para infundir miedo, sino que responde más bien a una batalla por la construcción de un marco de comunicación hegemónica contra el feminismo (Bonet-Martí, 2020). También se ha decidido excluir del análisis aquellas acepciones que no incorporan un enemigo explícito en el enunciado como, por ejemplo: «¿Cómo espera Vox combatir la violencia?», o «ninguna amenaza nos impedirá seguir luchando».

Se utiliza la herramienta de «búsqueda avanzada» de Twitter acotando las publicaciones a las fechas establecidas, y, tras su exportación a Excel, se procede a realizar una recomposición de los datos y su representación gráfica. Asimismo, a lo largo del mismo periodo se replica este método con las cuentas del PSOE (@psoe), el Partido Popular (@ppopular) y Unidas Podemos (@podemos) puesto que son los otros tres partidos que, junto con Vox, obtienen mayor representación en el Congreso de los Diputados.⁵

⁵ Aunque en las primeras elecciones el otro partido en contienda, Ciudadanos, obtiene mayor representación que Vox o Unidas Podemos, este no ha sido incluido en nuestro análisis por su caída estrepitosa en el resultado de la repetición de las elecciones; por lo tanto, hemos optado por comparar el discurso de Vox con el discurso de los partidos cuyo potencial competitivo perdura a lo largo de las dos convocatorias electorales.

Tabla 1. Terminología utilizada para referirse al miedo por los diferentes partidos el año 2019

| | Vox | PP | PSOE | Podemos | Total |
|--------------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Delincuencia | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Inseguridad | 16 | 3 | 2 | 5 | 26 |
| Ataque | 6 | 10 | 8 | 5 | 29 |
| Agresión | 7 | 0 | 7 | 5 | 19 |
| Amenaza | 13 | 17 | 17 | 10 | 57 |
| Violencia | 23 | 20 | 20 | 2 | 65 |
| Peligro | 5 | 12 | 11 | 4 | 32 |
| Terrorista | 16 | 14 | 1 | 1 | 32 |
| Invasión | 9 | 0 | 0 | 1 | 10 |
| Violación | 4 | 1 | 3 | 3 | 11 |
| Total | 101 | 77 | 69 | 36 | 283 |

Fuente: Elaboración propia mediante extracción de datos de las cuentas de Twitter de Vox (@Vox_es), del PP (@ppopular), del PSOE (@psoe) y de Unidas Podemos (@podemos) del año 2019.

6.2. Comparación de las frecuencias en el uso del miedo

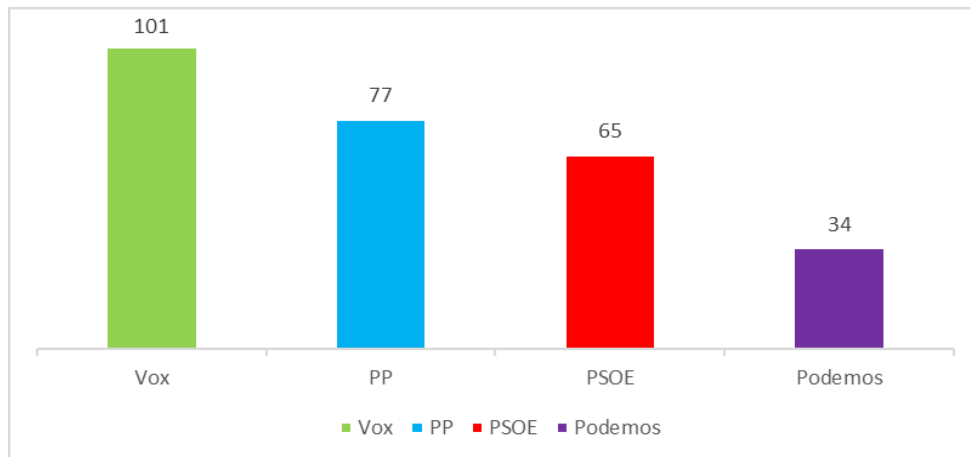
Los resultados obtenidos muestran que, entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019, Vox realizó un total de 101 tuits que infundían miedo, por encima de los 77 que realizó el Partido Popular, de los 65 del PSOE y triplicando los 34 tuits que evocan miedo por parte de Unidas Podemos (en la tabla 2 se ofrece el desglose por meses de estos mismos datos). Esto implica que Vox realizó una media de 8,42 mensajes de miedo al mes; el PP, 6,42; el Partido Socialista, 5,42, y Unidas Podemos, 2,83. A continuación, en la tabla 2 se recoge este comportamiento desglosado por meses, mientras que el gráfico 1 reproduce las frecuencias asociadas a cada partido sobre este comportamiento discursivo.

Tabla 2. Alusiones al miedo de los diferentes partidos el año 2019

| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Total |
|--------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Vox | 6 | 0 | 4 | 6 | 6 | 6 | 10 | 18 | 16 | 20 | 8 | 1 | 101 |
| PP | 4 | 4 | 4 | 12 | 13 | 34 | 7 | 2 | 2 | 14 | 8 | 3 | 77 |
| PSOE | 0 | 1 | 4 | 14 | 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 20 | 8 | 0 | 65 |
| Podemos | 3 | 0 | 2 | 2 | 3 | 1 | 9 | 3 | 2 | 5 | 1 | 3 | 34 |
| Total | 13 | 5 | 14 | 34 | 27 | 13 | 31 | 25 | 24 | 59 | 25 | 7 | 277 |

Fuente: Elaboración propia mediante extracción de datos de las cuentas de Twitter de Vox (@Vox_es), del PP (@ppopular), del PSOE (@psoe) y de Unidas Podemos (@podemos) del año 2019.

Gráfico 1. Frecuencia del uso del miedo en el discurso político en 2019



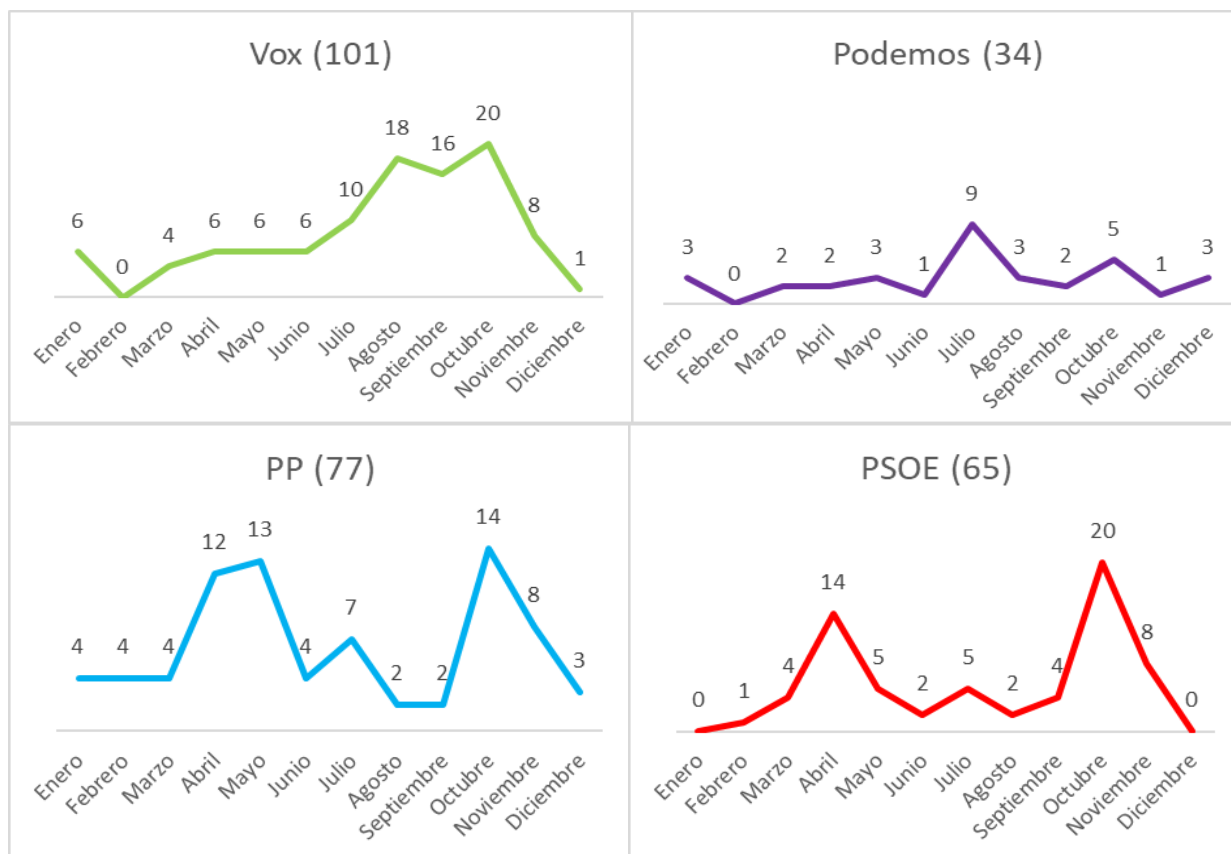
Fuente: Elaboración propia mediante extracción de datos de las cuentas de Twitter de Vox ((@Vox_es), del PP (@ppopular), del PSOE (@psoe) y de Unidas Podemos (@podemos)

La comparación de las líneas de tendencia del comportamiento discursivo de cada partido se reproduce en el gráfico 2 (que se ofrece más abajo). Allí vemos, en su línea, cómo Vox comienza con un uso del miedo relativamente intenso durante la primera mitad del año y este aumenta en la segunda mitad del año, llegando a triplicar el número de tuits de miedo realizados durante los primeros 6 meses del año. Así, de enero a junio realiza un total de 28 tuits, mientras que de julio a diciembre realiza 73. Los partidos tradicionales comparten una intensidad y tendencia similar, en tanto que mantienen un número estable y bajo de tuits a lo largo del año, a excepción de los periodos preelectorales, en los que muestran un claro aumento de mensajes de miedo, aunque este comportamiento se reduce drásticamente una vez pasadas las elecciones. Así, las elecciones del 28-A y del 10-N dibujan una línea de tendencia con forma de M para PP y PSOE, mientras que en el caso de Unidas Podemos la línea de comportamiento refleja la intensidad más baja de los 4 partidos analizados y solo muestra cierto repunte del empleo del mensaje del miedo en el mes de julio.

Si se observan las gráficas (gráfico 2), vemos que hay coincidencia en el repunte de julio (aunque con variaciones) tanto en PP como en PSOE, o en Unidas Podemos. Y vemos, además, que esta coincidencia se produce en medio de los días finales del juicio contra los dirigentes políticos implicados en la declaración unilateral de independencia (DUI) por parte del gobierno autonómico catalán o, más en general, en el fenómeno de acciones políticas y protestas sociales del

denominado «Proces». También coincide en el tiempo con la previsión de una probable repetición de las Elecciones Generales, tal y como acabó sucediendo.⁶

Gráfico 2. Frecuencias del discurso del miedo en cada partido político



Fuente: Elaboración propia mediante extracción de datos de las cuentas de Twitter de Vox (@Vox_es), del PP (@ppopular), del PSOE (@psoe) y de Unidas Podemos (@podemos) del año 2019.

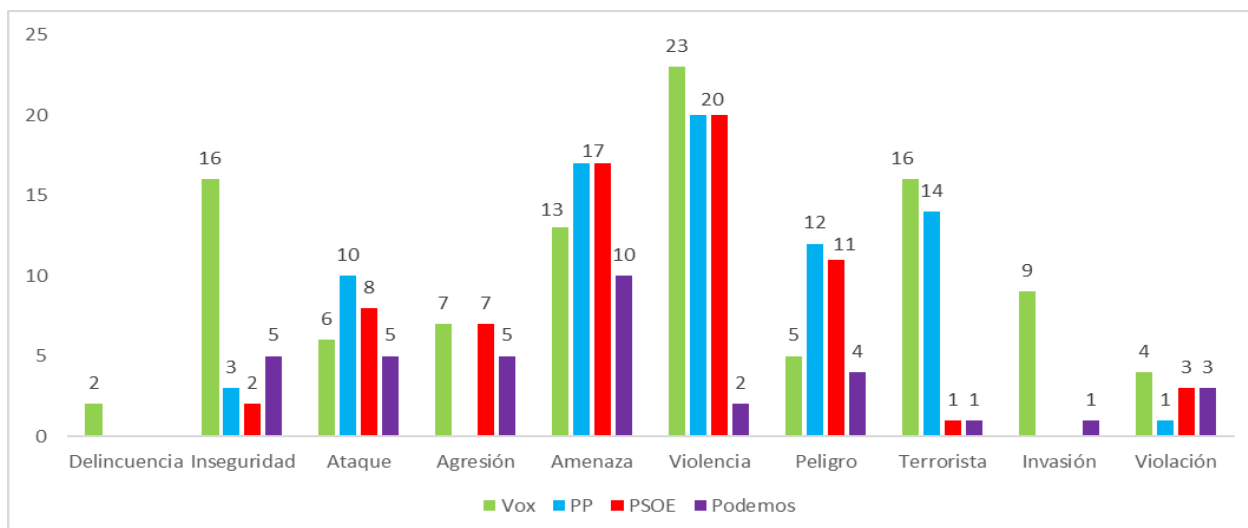
6.3. La terminología más utilizada

En el gráfico 3 se puede observar que en el discurso de la derecha nacional populista los términos más empleados para infundir miedo son «violencia» (23), «inseguridad» (16), «terrorista» (16) y «amenaza» (13). Por otro lado, en los partidos tradicionales PP y PSOE se observa curiosamente

⁶ La temporalidad de estos acontecimientos se recogen en la Cronología anteriormente presentada.

cómo comparten otra vez similitudes en la terminología más utilizada. Así, «violencia» (20) es la palabra más utilizada por ambas formaciones, seguida de «amenaza» (17), de «peligro» (12 y 11 respectivamente) y de «ataque» (10 y 8 respectivamente). En el caso de Podemos, el término que destaca por encima del resto es «amenaza» (10).

Gráfico 3. Frecuencia de uso de la terminología que infunde miedo en el discurso político



Fuente: Elaboración propia mediante la extracción de datos de las cuentas de Twitter de Vox (@Vox_es), del PP (@ppopular), del PSOE (@psoe) y de Unidas Podemos (@podemos) del año 2019.

6.4. La construcción del enemigo

Anteriormente hemos presentado la categorización de enemigos discursivos que plantea Cas Mudde en su análisis de la extrema derecha populista. Sobre aquella, y a la luz de los términos y de la composición del discurso de Vox, ahora ofrecemos una categorización matizada, moldeando la propuesta inicial por los datos que emergen del análisis (reflejados en los gráficos 4 y 5, que se verán a continuación):

- 1) Construyendo el enemigo por su «diversidad cultural»: hace referencia a aquellos colectivos que pertenecen a una etnia o cultura que caen fuera del imaginario que define al español «auténtico», en su sentido más conservador y de derechas. En el discurso, esta categoría es en muchos casos personificada en el inmigrante pobre de origen magrebí. Los términos utilizados son abarcadores de una diversidad de orígenes, aunque comparten

mayormente las circunstancias de migración y pobreza: *inmigración, manteros, inmigración ilegal, extranjeros, multiculturalismo, menas, gitanos, paquistaníes, bandas latinas, Estado islámico, islamismo, menores inmigrantes, magrebíes, escuelas y hogares islámicos, extranjeros ilegales, menores extranjeros, musulmana y refugiados.*

- 2) Construyendo el enemigo «de izquierdas»: esta categoría hace referencia a los partidos y a las posiciones ideológicas que se sitúan a la izquierda del espectro político. Comprende la siguiente terminología: *extrema izquierda, Pedro Sánchez (PSOE), totalitarismo progre, izquierdas, progre, comunista, podemitas, socialismo, J. L. Rodríguez Zapatero (PSOE), PSOE y Manuela Carmena (Podemos).*
- 3) Construyendo el enemigo de «los nacionalismos»: esta categoría hace referencia a los movimientos y partidos nacionalistas e independentistas vasco y catalán. Esta categoría agrupa los siguientes términos: *separatistas, golpistas, terroristas, Quim Torra (Junts), CDR (Comité Defensa República), proetarras, ETA, Arnaldo Otegui (EH Bildu), Tsunami Democrático, «gentuzza»* (para referirse, en general, a los manifestantes catalanes).

En el análisis también detectamos, aunque de forma residual, una serie enemigos que, aunque nombrados, los consideramos aquí poco relevantes porque configuran una categoría imprecisa, tales como *medios de comunicación, okupas y traficantes.*

Presentamos, en forma de tabla (gráfico 4), los datos de los términos aquí recogidos: hemos encontrado un total de los 101 tuits emitidos por Vox en 2019 que van claramente dirigidos a la activación del miedo, y hemos detectado 118 ocasiones en las que el enemigo quedaba señalado. En la mayoría de estos tuits se integra el elemento discursivo que señala y caracteriza el miedo junto con los términos con los que se designa al enemigo; la constante de esta combinación apunta a que podamos evaluarla como una estrategia discursiva intencionalmente elegida.

Gráfico 4. Términos en asociación del miedo y los enemigos

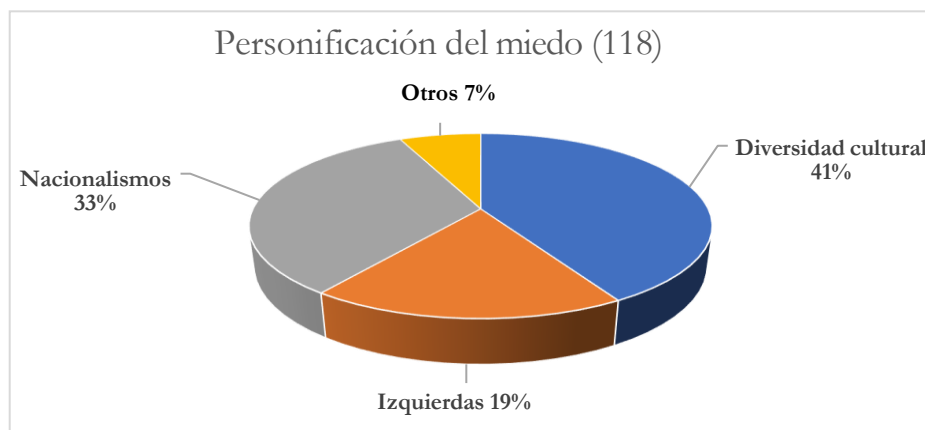
| | Total | Delincuencia | Inseguridad | Ataque | | Agresión | Amenaza | Violencia | Peligro | Terrorista | Invasión | Violación |
|----------------------------|-----------|--------------|-------------|----------|--|----------|-----------|-----------|----------|------------|-----------|-----------|
| DIVERSIDAD CULTURAL | 49 | 2 | 12 | 0 | | 0 | 5 | 12 | 3 | 0 | 11 | 4 |
| Inmigración | 2 | 1 | | | | | | | 1 | | | |
| Manteros | 1 | 1 | | | | | | | | | | |
| Inmigración ilegal | 15 | | 5 | | | | 1 | 2 | | | 5 | 2 |
| Extranjeros | 2 | | 1 | | | | | 1 | | | | |
| Multiculturalismo | 3 | | 1 | | | | 1 | 1 | | | | |
| Menas | 6 | | 2 | | | | | 4 | | | | |
| Gitanos | 1 | | 1 | | | | | | | | | |
| Pakistaníes | 1 | | 1 | | | | | | | | | |
| Bandas Latinas | 1 | | 1 | | | | | | | | | |
| Recep Tayyip Erdogan | 1 | | | | | | 1 | | | | | |
| Estado islámico | 2 | | | | | | 1 | | | | 1 | |
| Islamismo | 5 | | | | | | 1 | | 1 | | 3 | |
| Menores inmigrantes | 1 | | | | | | | 1 | | | | |
| Magrebíes | 3 | | | | | | | 1 | | | | 2 |
| Escuelas/hogares islámicos | 1 | | | | | | | 1 | | | | |
| Extranjeros ilegales | 1 | | | | | | | | 1 | | | |
| Menores extranjeros | 1 | | | | | | | 1 | | | | |
| Musulmana | 1 | | | | | | | | | | 1 | |
| Refugiados | 1 | | | | | | | | | | 1 | |
| IZQUIERDAS | 22 | 1 | 1 | 2 | | 2 | 6 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| Extrema Izquierda | 2 | | 1 | | | | | | | | 1 | |
| Pedro Sánchez | 4 | 1 | | | | | | 1 | 1 | 1 | | |
| Totalitarismo Progre | 1 | | | 1 | | | | | | | | |
| Izquierdas | 3 | | 1 | 1 | | | 1 | | | | | |
| Progre | 3 | | | | | 2 | | | | | | 1 |
| Comunista | 4 | | | | | | 4 | | | | | |
| “Podemitas” | 1 | | | | | | | 1 | | | | |
| Socialismo | 1 | | | | | | | 1 | | | | |
| Zapatero | 1 | | | | | | | | | 1 | | |
| PSOE | 1 | | | | | | | | | 1 | | |
| Manuela Carmena | 1 | | | | | | 1 | | | | | |
| NACIONALISMOS | 39 | 0 | 2 | 1 | | 1 | 12 | 3 | 0 | 21 | 0 | 0 |
| Separatistas | 11 | | 1 | 1 | | 1 | 3 | 3 | | 2 | | |
| Golpistas | 3 | | | | | | 3 | | | | | |
| Terroristas | 1 | | | | | | 1 | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|----------|----------|----------|----------|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Quim Torra | 4 | | | | | 1 | | 3 | | | | |
| CDR | 10 | | | | | 3 | | 7 | | | | |
| Proetarras | 1 | | | | | 1 | | | | | | |
| ETA | 4 | | | | | | | 4 | | | | |
| Arnaldo Otegui | 2 | | | | | | | 2 | | | | |
| Tsunami "Democràtic" | 2 | | | | | | | 2 | | | | |
| Gentuza (manifestación) | 1 | | | | | | | 1 | | | | |
| OTROS | 8 | 0 | 4 | 0 | | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Medios de Comunicación | 2 | | | | | 1 | 1 | | | | | |
| TV3 | 1 | | | | | | | 1 | | | | |
| Okupas | 3 | | 2 | | | | | 1 | | | | |
| Open Arms | 1 | | 1 | | | | | | | | | |
| Traficantes | 1 | | 1 | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia, a partir de la cuenta oficial de Vox en la Plataforma en la red Twitter

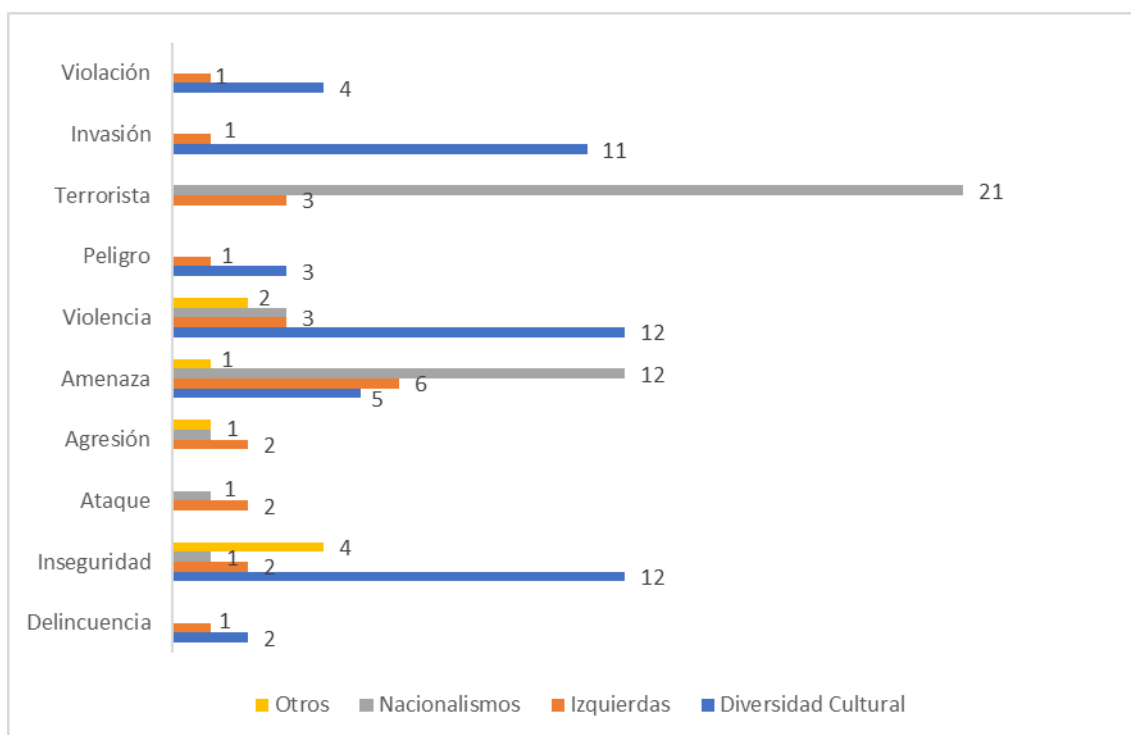
Tal y como se puede observar en el gráfico 4, durante el año 2019 el principal enemigo de la derecha radical populista española fue la diversidad cultural, principalmente la inmigración magrebí, que con 49 alusiones representa el 41,5% del total de mensajes de miedo generados desde la cuenta de Twitter de Vox. El segundo colectivo al que Vox vincula con el miedo son los nacionalismos vasco y catalán, con 39 alusiones, o sea, un 33% del total de los mensajes de miedo. En tercer lugar, se encuentra la ideología de izquierdas, que con 22 menciones supone un 18,6% del total. Por último, la categoría de «otros», que agrupa a los medios de comunicación, okupas y traficantes, ha estado vinculada al discurso del miedo un total de 8 veces, o el 6,7% del total.

Gráfico 5. Construcción del enemigo de la ultraderecha



Fuente: Elaboración propia, mediante la extracción de datos de la cuenta oficial de Twitter de Vox (@Vox_es)

Gráfico 6. Terminología usada por Vox en asociación con los enemigos señalados



Fuente: Elaboración propia, mediante la extracción de datos de la cuenta oficial de Twitter de Vox (@Vox_es)

Las palabras más utilizadas para apelar al miedo en asociación con un enemigo identificado por su diversidad cultural son «inseguridad» (12), «violencia» (12) e «invasión» (11). Mientras tanto, el enemigo que se articula alrededor de los nacionalismos recibe la calificación de «terrorista» (21), o de ser la «amenaza» (12) a la continuidad de la patria. Las izquierdas enemigas se relacionan con el discurso del miedo de forma muy diversa en función de quiénes son los designados, pero para todos destaca su asociación con el término «amenaza» (6). La categoría residual, en nuestro análisis, de otros enemigos es asociada al término «inseguridad» (4).

7. Conclusiones

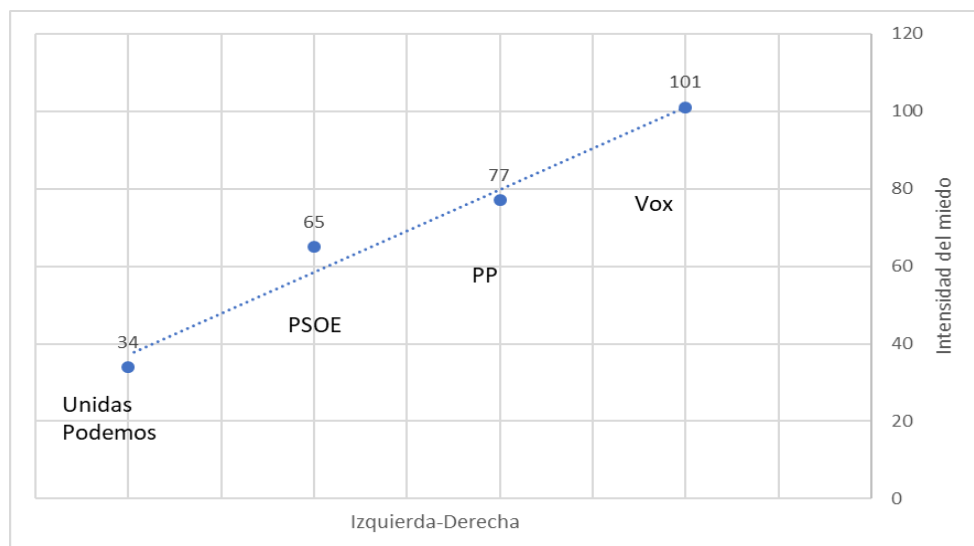
Esta investigación se ha planteado en base a dos objetivos. El objetivo principal era conocer el uso del miedo que realiza el partido de extrema derecha Vox a través de su cuenta de Twitter y compararlo con los discursos de PP, PSOE y Unidas Podemos. Buscábamos poder establecer una confirmación empírica de relación entre la intensidad del uso del miedo y la ideología de ul-

traderecha de Vox. El objetivo secundario era identificar cuáles eran los enemigos construidos en vinculación a estas llamadas discursivas a sentir la emoción del miedo.

Respecto al *primer objetivo*, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

En primer lugar, hemos comprobado que Vox es el partido que más emplea el miedo en su discurso, que, en comparación con el resto de los partidos políticos, proyecta una intensidad media elevada y constante a lo largo del año de referencia para nuestro análisis, esto es, el año 2019. Hemos visto, además, que los partidos tradicionales de derecha y centroizquierda, PP y PSOE, presentan datos y comportamientos similares en cuanto a la menor intensidad de la presencia del miedo, y que lo emplean especialmente en los tiempos centrales de la campaña electoral. Y hemos visto que, en el caso de Unidas Podemos, el partido ideológicamente a la izquierda del PSOE, este presenta una intensidad muy baja de uso del miedo en su discurso. Por lo tanto, tal y como muestra el gráfico 6, parece que podemos concluir que, cuanto más a la derecha del espectro político se encuentra el partido analizado, más intenso es el uso del miedo en su discurso, o que el uso del miedo conforma también el eje izquierda-derecha de la divisoria en la que se confrontan, y a la vez, se ubican los partidos políticos (Gráfica 6).

Gráfico 7: Intensidad del discurso del miedo en función de la ideología



Fuente: Elaboración propia, mediante la extracción de datos de las cuentas de Twitter de Vox (@Vox_es), del PP (@ppopular), del PSOE (@psoe) y de Unidas Podemos (@podemos).

En segundo lugar, si la intensidad del miedo en el discurso de Vox no parece obedecer exclusivamente a las contiendas electorales de los meses de abril y noviembre de 2019 y se extiende a lo largo del tiempo (en la primera mitad del año presenta una intensidad moderada y en la segunda mitad del año una intensidad muy elevada), entonces el recurso del miedo en su discurso probablemente conforma parte de la estrategia de expansión de esta ideología. Por el contrario, los partidos del bipartidismo tradicional, PP y PSOE, en la medida en que presentan una intensidad moderada durante todo el año y solo repuntes al alza en periodos de campaña electoral, nos permite generalizar que el recurso al miedo forma parte de las tácticas coyunturales empleadas para la competición electoral, en la que, de forma general, los partidos rivales son los adversarios o enemigos a los que combatir.⁷

El cuarto partido en competición electoral, Unidas Podemos, exhibe una intensidad comparativamente más baja en el recurso al miedo. Sin embargo, muestra repuntes al alza en el mes de julio y, por los temas que plantea en el discurso, lo que parece motivar tales repuntes es la *amenaza* de la repetición electoral. En este mismo mes, el discurso también parece estar condicionado por lo que valoran del resultado final del enjuiciamiento de los líderes del *Procés* (véase la cronología de acontecimientos anterior).

En cuanto al *segundo objetivo* de esta investigación, concluimos que la extrema derecha española moldea la silueta de los enemigos —como responsables del miedo—, que se aglutinan en tres categorías: la primera capta la *diversidad identitaria* del «otro construido», e incluye rasgos tales como los asociados a la apariencia física, la orientación en las creencias y valores, el idioma y el acento, pero también las condiciones de vida precaria, y señala principalmente a las personas migradas; la segunda capta a los nacionalismos de ámbito no estatal —el vasco y catalán—, y en la tercera incluye a todos los que, por la aproximación o por vinculación directa, se ubican en la izquierda política.⁸

Aunque con matices, vemos que Vox encaja en la clasificación propuesta por Cas Mudde (2007: 64), de la cual dimos cuenta páginas atrás y que diferenciaba entre los enemigos de dentro

⁷ Cabe recordar, además, que el mes de octubre de 2019 estuvo marcado por los graves altercados en Cataluña al hacerse pública la sentencia a los líderes del *Procés* independentista catalán.

⁸ Hemos encontrado también a algunos medios de comunicación, pero este cuarto grupo muestra un valor comparativamente residual y se obviará, por tanto, en estas conclusiones

del Estado-nación (grupo 1) y los enemigos venidos de fuera (grupo 2). Vox construye el grupo 1 de enemigos incluyendo en él a los enemigos de la patria por su disputa por el encaje en el Estado-nación (vascos y catalanes), pero también a todos los que acogen una ideología que permite aliarse con estos enemigos (los partidos de izquierda en general). Y construye el grupo 2 de enemigos incluyendo a la población migrante en general, aunque directamente encarnada en un grupo abiertamente señalado: las personas migrantes, pobres y de origen magrebí, a las que se presenta como fundamentalistas y potencialmente responsables de cualquier imprecisa o potencial «invasión islámica», a la vez que generadores de «una situación de violencia e inseguridad» creciente, de nuevo, también imprecisa y potencial.

En resumen, el discurso del miedo sirve a Vox como alerta hacia los posibles votantes y le sirve como reclamo para ocupar el espacio público. Pero, además, por la comparación con el discurso empleado por los otros partidos, podemos generalizar que el empleo del recurso al miedo configura su ubicación en el extremo del eje político derechas-izquierdas. Y, por último, el empaquetado simbólico de la apelación a la emoción del miedo y el señalamiento de enemigos parece operar como uno de los *mecanismos* con los que ha conseguido calar (a la luz de los resultados) en una parte importante los electores, induciéndoles a captar el miedo como reflejo de sus problemas y a los enemigos señalados como los culpables a los que se debe combatir.

8. Referencias

- Acha, Beatriz. (2019). «No, no es un partido (neo)fascista». *Agenda Pública*, 6-1-2019.
<https://agendapublica.elpais.com/noticia/14505/no-no-es-partido-neo-fascista>
- Anduiza, Eva. (2018). «El discurso de VOX». *Agenda Pública*, 6-12-2018.
<https://agendapublica.elpais.com/noticia/14538/discurso-vox>
- Alonso, Sonia & Cristóbal Rovira Kaltwasser (2015). Spain: No Country for the Populist Radical Right?, *South European Society and Politics*, 20(1), 21-45, DOI:
[10.1080/13608746.2014.985448](https://doi.org/10.1080/13608746.2014.985448)
- Álvarez-Benavides, A. (2019). Elementos para el análisis de una nueva extrema derecha española. En *Movimientos sociales, acción colectiva y cambio social en perspectiva: continuidades y cambios en el estudio de los movimientos sociales*, 59-69.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=739772>

- Martín Álvarez, Alberto y Pirker, Kristina. «La revitalización de las derechas autoritarias: Europa, Estados Unidos, América Latina». *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, n.º 132 (diciembre de 2022), p. 7-23. DOI: doi.org/10.24241/rcai.2022.132.3.7 En Álvarez, A. M., Pirker, K. (coord.) (2022). *Revista CIDOB d'afers internacionals* (132), 7-220. <https://doi.org/10.24241/rcai.2022.132.3.3>
- Bauman, Z. (2006). *Miedo Líquido*. Barcelona: Paidós.
- Bericat Alastuey, E., (2005). La cultura del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrífuga. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (110), 53-89. [fecha de Consulta 5 de Diciembre de 2023]. ISSN: 0210-5233. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99715250002>
- Bonet-Martí, J. (2020). Análisis de las estrategias discursivas empleadas en la construcción de discurso antifeminista en redes sociales. *Psicoperspectivas*, 19(3). <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue3-fulltext-2040>
- Antón-Mellón, Joan y Aitor Hernández-Carr. 2016. «El crecimiento electoral de la derecha populista en Europa: parámetros ideológicos y motivaciones sociales», *Política y Sociedad*, 53(1), 17-28. Disponible en: https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n1.48456.
- Arroyo, M. (2020). Las causas del apoyo electoral a VOX en España. *Política y sociedad*, 57(3), 693-717. <https://doi.org/10.5209/poso.69206>
- Bernays, E. (2008). *Propaganda*. Santa Cruz de Tenerife: Melusina.
- Bornshier, S., & Kriesi, H. (2012). The populist right, the working class, and the changing face of class politics. En Jens Rydgre (ed), *Class Politics and the Radical Right*, Routledge Editors, pp.10-29.
- Cabezas González, A. (2021). Los feminismos ante la nueva extrema derecha: prácticas de acuerdo y sororidades estratégicas para la construcción de un horizonte de equidad e igualdad. *Encrucijadas. Revista Crítica De Ciencias Sociales*, 21(2), 2104. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/92647>
- Carmona, P., García, B. & Sánchez, A. (2012). *Spanish Neocon: La revuelta conservadora de la derecha española*. Traficantes de Sueños.
- Casals, Xavier. (2000). La ultraderecha española: una presencia ausente (1975-1999). *Historia y Política: Ideas, Procesos y Movimientos Sociales*, 3, 147-174. <https://www.cepc.gob.es/sites/default/files/2021-12/26600xaviercasals.pdf>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro, P., & Jaráiz, E. (2022). *La construcción emocional de la extrema derecha en España*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cazorla Martín, A. y Jaráiz Gulías, E. (2020) Componentes emocionales en el voto a la extrema derecha. En Erika Jaráiz Gulías, Ángel Cazorla Martín, María Pereira López (coord.). (2020) *El auge de la extrema derecha en España*, p. 227-258. España: Tirant lo Blanch.
- Climent-Sanjuan, Víctor, & Montaner-Goetzenberger, Mirian (2020). Los partidos populistas de extrema derecha en España: Un análisis sociológico comparado. *Izquierdas*, 49, 48. Epub 13 de enero de 2021. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-50492020000100248>

- Crespo-Martínez, I., Garrido-Rubia, A., & Rojo-Martínez, J. M. (2022). El uso de las emociones en la comunicación político-electoral. *Revista Española De Ciencia Política*, 58, 175–201. <https://doi.org/10.21308/recp.58.06>
- De Garcillán López-Rúa, M. (2015). Persuasión a través del marketing sensorial y experiencial. *Opción*, 31. Recuperado de: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/20401>
- Eatwell, R., & Goodwin, M. (2019). *Nacional populismo. Por qué está triunfando y de qué forma es un reto para la democracia*. Barcelona: Península.
- Ferreira, C. (2019). VOX como representante de la derecha radical en España: Un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>
- Forti, S. (2021). *Extrema derecha 2.0. Qué es y cómo combatirla*. Madrid: Siglo XXI.
- García Hípola, G., & Pérez Castaños, S. (2021). Las emociones como estrategia de comunicación en las elecciones europeas de 2019: VOX. *Más Poder Local*, 43, 20-27. Recuperado a partir de <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/vox-emociones-elecciones-europeas-2019-mpl43>
- González-Castro, J. (2023). La comunicación del miedo en la política de Vox. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 21(1). <https://doi.org/10.7195/ri14.v21i1.1912>
- Hustvedt, S. (2017). *La mujer que mira a los hombres que miran a las mujeres*. Barcelona: Seix Barral
- Kriesi, H., Grande, E., Lachat, R., Dolezal, M., Bornschie, S., & Frey, T. (2008). *West European politics in the age of globalisation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jaráiz Gulías, E., Cazorla Martín, Á., & Pereira López, M. (2020). *El auge de la extrema derecha en España*. Tirant lo Blanch.
- Jaráiz, E., Lagares, N., y Pereira, M. (2020). Emociones y decisión de voto. Los componentes de voto en las elecciones generales de 2016 en España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 115-135. <https://doi.org/10.54777/cis/reis.170.115>
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Complutense.
- Lava Santos, D. (2021). El discurso populista de VOX en las Elecciones Generales de 2019: análisis comparativo de las agendas temáticas en televisión y Twitter. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 7, 37-65. DOI: <https://doi.org/10.7203/rd.v1i7.200>
- Lúquez, Petra y Fernández, Otilia (2016). La teoría fundamentada: precisiones epistemológicas, teórico-conceptuales, metodológicas y aportes a las ciencias, *Revista Cumbres*, 2 (julio), disponible en <http://oaji.net/articles/2016/3933-1474417705.pdf>
- Minkenberg, M. (2011). *The radical right in Europe. An overview*. Gütersloh: BertelsmannStiftung.
- Montabes Pereira, J. y Cazorla Martín, A. (2020). Condiciones en el surgimiento de la extrema derecha. En Erika Jaráiz Gulías, Ángel Cazorla Martín, María Pereira López, Ángel Cazorla Martín, María Pereira López (coord.), *El auge de la extrema derecha en España*, pp. 89-125. España: Tirant lo Blanch.
- Moreno Moreno, S., & Rojo Martínez, J. M. (2021). La construcción del enemigo en los discursos de la derecha radical europea: un análisis comparativo. *Encrucijadas. Revista Crítica De Cien-*

- cias Sociales*, 21(2), a2112. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/88217>
- Mudde, Cas. 2007. *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press. Disponible en: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511492037>
- Nussbaum, M.-C. (2014). *Emociones políticas*. Barcelona: Paidós.
- Oleaque Moreno, J.M. (2020). El discurso en positivo de Vox: los medios difundidos en Twitter por la extrema derecha. *Cuadernos AISPI*, 16(2). <https://doi.org/10.14672/2.2020.1697>
- Pereira López, M. Jarraiz Gulías, E. Cazorla Martín, A. (2020) Hacia la cuarta ola de los partidos de extrema derecha: A modo de conclusión. En Erika Jaráiz Gulías, Ángel Cazorla Martín, María Pereira López (coord.), *El auge de la extrema derecha en España*, p. 481-501. España: Tirant lo Blanch
- Reggiani, A. (2017). Persistencia y mutaciones de la extrema derecha francesa. *NuevaSociedad*, 270, 72-82. <https://nuso.org/articulo/persistencia-y-mutaciones-de-la-extrema-derecha-francesa/>
- Otero, J. M. R., Martínez, P. C., & Groba, D. M. (2021). Emociones y extrema derecha - Emotions and the Far Right: el caso de VOX en Andalucía. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 176, 119–139. <https://www.jstor.org/stable/27093814>
- Strobl, N. (2022). *La nueva derecha. Un análisis del conservadurismo radicalizado*. Buenos Aires: Katz Editores
- Tuñón-Navarro, J., y Bouzas-Blanco, A. (2023). Extrema derecha europea en Twitter. Análisis de la estrategia digital comunicativa de Vox y Lega durante las elecciones europeas de 2014 y 2019. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 241-262. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.23334>
- Urban, M. (2019). La emergencia de Vox. En *Viento Sur*, 166, 84-94. <https://vientosur.info/la-emergencia-de-vox-15360/>
- Van dijk, T. (1996). *Estructuras y funciones del discurso*. Barcelona: Siglo XXI
- Van Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso*. *Anthropos*, 186, 23-36.
- Van Dijk, T. A. (2000). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Van Dijk, T (2002). El conocimiento y las Noticias. En *Quaderns de Filologia. Estudis de Comunicació*, 1, 249-270. Editors: Universitat de València <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2241271>
- Van Dijk, T. (2016). Análisis crítico del discurso. En *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30203-222. <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf>
- Vox. 2014. Manifiesto fundacional. <https://www.voxespana.es/espana/manifiesto-fundacional-vox>
- Vox. 2018a. 100 medidas para la España viva. https://www.voxespana.es/wp-content/uploads/2019/04/100medidasngal_101319181010040327.pdf
- Vox. 2018b. Gran acto de VOX en Vistalegre #EspañaViva. https://www.youtube.com/live/E86yhLllmRk?si=ez_giVR_n_V-UfdT

Vox. 2019a. Programa electoral para las elecciones europeas de 2019.

https://www.voxespana.es/wp-content/uploads/2019/05/Programa-Europeas-2019_web.pdf

Vox. 2019b. Programa electoral para las elecciones autonómicas de 2019.

<https://www.voxespana.es/wp-content/uploads/2019/05/Programa-Autono%CC%81micas-2019.pdf>

Vox. 2019c. Programa electoral para las elecciones municipales de 2019.

<https://www.voxespana.es/wp-content/uploads/2019/05/Programa-Municipales-2019-1.pdf>



© del artículo, los/as autores/as

Este texto está protegido por una licencia Reconocimiento [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe reconocer el crédito de una obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)