

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 24, año 2024. URL: espejodemonografias.comunicacion-social.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-61-7

Redes en Campaña (2021)

Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019

Guillermo López García; Eva Campos Domínguez (editores)

Separata

Capítulo 2

Título del Capítulo

«Las amenazas según la ultraderecha y la ultraderecha como amenaza: el enmarcado electoral de 2019 ante la emergencia de Vox»

Autoría

Adolfo Carratalá; Dolors Palau-Sampio;
María Iranzo-Cabrera

Cómo citar este Capítulo

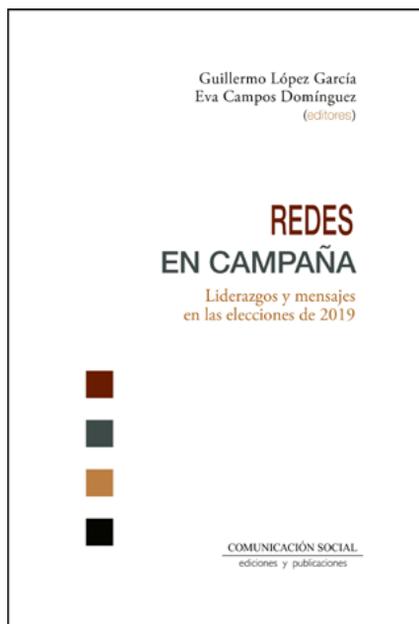
Carratalá, A.; Palau-Sampio, D.; Iranzo-Cabrera, M. (2021): «Las amenazas según la ultraderecha y la ultraderecha como amenaza: el enmarcado electoral de 2019 ante la emergencia de Vox».

En López García, G.; Campos Domínguez, E. (eds.), *Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

ISBN: 978-84-17600-61-7

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c2.emcs.24.p93>



El libro *Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019 analiza los discursos y las estrategias políticas y comunicativas de los partidos políticos y de los medios de comunicación durante el ciclo electoral de 2019 en España, con motivo de las elecciones generales de abril —y de su repetición en noviembre de ese mismo año— así como de las elecciones al Parlamento Europeo, las municipales y las autonómicas.

Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019 aborda de qué se habló en estas campañas electorales, a través de qué medios y plataformas, y con qué resultados.

Es ese largo proceso electoral el objeto de estudio de este libro, focalizado no sólo en las campañas y en los partidos, sino en los intérpretes y transmisores de la misma: los medios de comunicación —digitales o no— y las nuevas formas comunicativas desplegadas a través de las redes sociales.

Todos estos medios se han constituido en el auténtico centro de la campaña al que acuden tanto el público como los protagonistas políticos, cada vez más indisociables de su representación mediática.

Un libro indispensable para todos aquellos profesionales vinculados a la comunicación política, así como para estudiantes de comunicación y el público en general interesado en la realidad política circundante.

Sumario

1. El ciclo electoral español de 2019 <i>por Guillermo López García; Eva Campos Domínguez</i>	9
2. Las amenazas según la ultraderecha y la ultraderecha como amenaza: el enmarcado electoral de 2019 ante la emergencia de Vox <i>por Adolfo Carratalá; Dolors Palau-Sampio; María Iranzo-Cabrera</i>	21
2.1. Introducción	21
2.2. Dos campañas atravesadas por sondeos inquietantes	23
2.3. Del desafío a la amenaza: el discurso populista de la derecha radical en Europa	25
2.4. Analizar el mensaje político en busca de enmarcados-diagnóstico	27
2.5. Enmarcados discursivos en las campañas de abril y noviembre de 2019	29
2.5.1. Los discursos de Santiago Abascal (Vox)	29
2.5.2. Los discursos de Pedro Sánchez (PSOE) y Pablo Iglesias (Unidas Podemos)	31
2.5.3. Los discursos de Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos)	34
2.6. Conclusiones	36
2.7. Referencias	39
3. Los debates de las elecciones generales de abril y noviembre de 2019: Discursos políticos y mediáticos <i>por Guillermo López García; Vicente Fenoll; Germán Llorca Abad; Jose Gamir-Ríos; Anastasia Ioana Pop</i>	41
3.1. Introducción	41
3.2. Debates y comunicación política	42
3.3. El contenido de los debates	44

3.3.1. <i>El Debate de TVE - (22-04-2019)</i>	45
3.3.2. <i>Debate a cuatro de Atresmedia - (23-04-2019)</i> ...	46
3.3.3. <i>Debate a cinco de la Academia de la TV en noviembre - (4.11.2019)</i>	48
3.4. <i>El impacto de los debates</i>	50
3.5. <i>Conclusiones</i>	57
3.6. <i>Referencias</i>	59
4. Temas de la campaña en informativos de las principales cadenas en abierto en los procesos electorales de 2019 <i>por Benjamín Marín Pérez; Javier Pérez Sánchez;</i> <i>Anastasia-Ioana Pop</i>	61
4.1. <i>Introducción</i>	61
4.2. <i>Metodología</i>	63
4.3. <i>La presencia del discurso político en los informativos durante las campañas electorales generales de 2019</i>	65
4.4. <i>Porcentajes de las noticias dedicadas a los diferentes partidos políticos durante las campañas de 2019</i>	67
4.5. <i>Los principales temas políticos de la edición de prime time</i> 70	
4.5.1. <i>El debate sobre los debates</i>	75
4.5.2. <i>Los otros temas</i>	76
4.5.3. <i>Los temas casi invisibles</i>	77
4.6. <i>Conclusiones</i>	78
4.7. <i>Referencias</i>	80
5. Las cifras de la cibercampaña de las Elecciones Generales de abril de 2019 <i>por José Gamir-Ríos; Vicente Fenoll; María Iranzo-Cabrera</i>	83
5.1. <i>Introducción</i>	83
5.2. <i>Metodología</i>	87
5.3. <i>Resultados</i>	89
5.3.1. <i>Presencia de los cabezas de lista en la blogosfera</i>	89
5.3.2. <i>Presencia de los cabezas de lista en Facebook</i>	90
5.3.3. <i>Presencia y actividad de los cabezas de lista en Twitter</i>	93
5.3.4. <i>Presencia y actividad de los cabezas de lista en Instagram</i>	97
5.4. <i>Conclusiones</i>	100
5.5. <i>Referencias</i>	101

6. La campaña subterránea: sesgos informativos y noticias falsas	
<i>por Dafne Calvo; Lorena Cano-Orón; Germán Llorca;</i>	
<i>José Gamir-Ríos</i>	105
6.1. <i>Introducción</i>	105
6.2. <i>Diseño metodológico</i>	108
6.3. <i>Resultados</i>	111
6.3.1. <i>El enemigo común para la promoción de partido</i>	111
6.3.2. <i>Memes y bromas para atacar a las formaciones de izquierda</i>	113
6.3.3. <i>Señalamiento de enemigos y orgullo nacional como refuerzo ideológico</i>	115
6.3.4. <i>La imbatibilidad de Vox como pronóstico electoral</i>	117
6.4. <i>Conclusiones</i>	119
6.5. <i>Referencias</i>	121
7. En busca de un discurso emocional: el papel del «infoentretenimiento» televisivo y las redes sociales en las elecciones generales españolas de abril de 2019	
<i>por Álvar Peris-Blanes; Carlos López-Olano;</i>	
<i>Sebastián Sánchez-Castillo</i>	123
7.1. <i>Introducción</i>	123
7.2. <i>El giro emocional en la comunicación política</i>	124
7.3. <i>El desencanto del «infoentretenimiento»</i>	128
7.4. <i>Redes sociales y la emocionalidad por llegar</i>	131
7.5. <i>Conclusión</i>	136
7.6. <i>Referencias</i>	137
8. Estrategias periodísticas para la lucha contra la desinformación en campaña electoral	
<i>por Eva Campos Domínguez; Cristina Renedo Farpón;</i>	
<i>María Díez Garrido; Dafne Calvo; Estrella Alonso del Barrio</i>	141
8.1. <i>Introducción</i>	141
8.2. <i>De la crisis de los medios al auge de las organizaciones de verificación de hechos</i>	143
8.3. <i>Metodología</i>	145
8.4. <i>Resultados</i>	146
8.5. <i>Conclusiones</i>	152
8.6. <i>Referencias</i>	154

9. Ideología y exposición selectiva: el consumo mediático de los españoles durante la campaña de abril de 2019	
<i>por Lidia Valera Ordaz; Marina Requena Mora;</i>	
<i>Ioana Anastasia Pop</i>	157
9.1. <i>Introducción</i>	157
9.2. <i>Metodología</i>	160
9.3. <i>Resultados</i>	161
9.3.1. <i>Orientaciones ideológicas y consumo mediático</i> ...	163
9.3.2. <i>Recuerdo de voto y consumo mediático</i>	168
9.4. <i>Conclusiones</i>	172
9.5. <i>Referencias</i>	173
10. Intensivos vs. ocasionales: Perfil sociodemográfico y actitudes políticas de los usuarios de Internet y redes sociales durante la campaña	
<i>por José Manuel Sánchez-Duarte; Lidia Valera Ordaz</i>	175
10.1. <i>Introducción</i>	175
10.2. <i>Metodología</i>	179
10.3. <i>Resultados</i>	180
10.4. <i>Discusión</i>	188
10.5. <i>Referencias</i>	191
11. La campaña por mensajería instantánea: Uso de los partidos de WhatsApp y Telegram en las elecciones del 28A	
<i>por Lorena Cano-Orón; Cristina Renedo; María Díez-Garrido;</i>	
<i>Francisco José García-Ull</i>	193
11.1. <i>Introducción</i>	193
11.2. <i>La comunicación política en las redes de mensajería instantánea</i>	196
11.3. <i>Metodología</i>	199
11.4. <i>Resultados</i>	201
11.4.1. <i>Frecuencia de uso de las plataformas</i>	201
11.4.2. <i>Contenido de los mensajes</i>	203
11.4.3. <i>Finalidad del uso de la mensajería instantánea</i>	206
11.5. <i>Conclusiones</i>	211
11.6. <i>Referencias</i>	213

Las amenazas según la ultraderecha y la ultraderecha como amenaza: el enmarcado electoral de 2019 ante la emergencia de Vox

Adolfo Carratalá

Universidad de Valencia

Dolors Palau-Sampio

Universidad de Valencia

María Iranzo-Cabrera

Universidad de Valencia

2.1. Introducción

Las dos elecciones generales de 2019, celebradas en el mes de abril, y de nuevo en noviembre tras no lograrse la investidura de ningún candidato como presidente del Gobierno, pasarán a la historia por dos cuestiones. Por un lado, por terminar facilitando, tras la segunda convocatoria, el primer ejecutivo de coalición en España desde la II República, de claro perfil progresista, conformado por miembros del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y de Unidas Podemos (UP). Por otro, por haber supuesto el regreso de la ultraderecha al Congreso de los Diputados con la entrada de Vox, una organización que se ajusta a las características de la familia de partidos de la derecha radical europea (Ferreira, 2019), que en noviembre logró posicionarse como la tercera fuerza del arco parlamentario con un 15,1% de los votos y 52 escaños. La irrupción de este partido, liderado por Santiago Abascal, en la Cámara Baja supone todo un hito tras años en los que los dos principales partidos de ultraderecha de carácter estatal, Fuerza Nueva y Falange Española de las JONS, no habían logrado superar una presencia irrelevante en las instituciones (Rodríguez Jiménez, 2012), en

buena parte porque el espacio electoral potencial de la derecha radical populista en España había quedado monopolizado por el Partido Popular (Hernández Carr, 2011), que en 2019 afrontó la fractura de este nicho de votantes.

El creciente apoyo ciudadano que ha experimentado Vox en las últimas convocatorias electorales en España, donde ya ha resultado clave para la conformación de tres gobiernos autonómicos (en Andalucía, Murcia y la Comunidad de Madrid), es el reflejo de un fenómeno que lleva un tiempo registrándose en otros países europeos, con mayor o menor intensidad (De Lange, 2012). En algunos estados, como Austria (Partido de la Libertad), Estonia (Partido Popular Conservador), Bulgaria (Patriotas Unidos) o Finlandia (Partido de los Finlandeses), las fuerzas de ultraderecha han formado parte de gobiernos de coalición. También lo hizo La Liga Norte italiana, tercera fuerza en el país, hasta que su líder, Matteo Salvini, que llegó a dirigir el Ministerio del Interior, quedó fuera del Ejecutivo en septiembre de 2019 tras la dimisión del presidente. Asimismo destacan las experiencias de la ultraderecha alemana (Alternativa para Alemania logró la tercera posición en las elecciones federales de 2017 con el 12,6% de los votos), húngara (que domina el parlamento del país a través de los partidos Fidesz y Jobbik), polaca (con la formación Ley y Justicia al frente de la política nacional) y francesa (el partido Frente Nacional, rebautizado en 2018 como Rassemblement National, logró un 21,3% de los votos en la primera ronda de las presidenciales de 2017, lo que permitió a su líder, Marine Le Pen, medirse contra Emmanuel Macron en una segunda vuelta que terminó perdiendo).

Este capítulo tiene como objetivo profundizar en cómo los principales partidos políticos españoles construyeron sus discursos ante unas elecciones que dibujaban un escenario favorable a la representación parlamentaria de la ultraderecha con unas siglas propias. Para ello, se aborda el análisis del discurso de Vox, como actor político destacado en esta circunstancia, y de las otras cuatro formaciones hegemónicas a nivel estatal (PSOE, Partido Popular, Unidas Podemos y Ciudadanos).

En este trabajo se exponen los resultados del examen cualitativo de los discursos orales que los cinco principales candidatos a las elecciones generales de 2019 pronunciaron en los mítines de cierre de campaña de abril y noviembre a partir del visionado de la grabación de los eventos que se encuentra alojada en YouTube: Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Casado (PP), Albert Rivera (Cs), Pablo Iglesias (UP) y Santiago Abascal (Vox). Mediante una aproximación que combina principios del análisis crítico de los encuadres con herramientas del análisis del discurso, el trabajo expone las estrategias que los cinco candidatos siguieron para señalar a sus potenciales votantes, cuáles eran los principales problemas/amenazas que afrontaba el país, con el propósito específico de evaluar el modo en que Vox llevó a cabo esa tarea y si su irrupción en la escena política española determinó la estrategia de enmarcado electoral que desarrollaron el resto de formaciones.

Los mítines son uno de los principales canales de comunicación de interacción limitada en campaña electoral (López García *et al.*, 2018) y, aunque en ellos domina una esencia ritual y teatralizante, también constituyen un evento con el que los partidos tratan de ocupar la agenda informativa y producir mensajes dirigidos tanto a los medios como a la militancia y al público general (Peris Blanes *et al.*, 2020), por lo que su estudio permite observar la estrategia discursiva diseñada por las diferentes formaciones (Ferreira, 2019).

2.2. Dos campañas atravesadas por sondeos inquietantes

Los vaticinios sobre las elecciones generales de 2019 han estado marcados por el resultado de los comicios en Andalucía a principios de diciembre del año anterior y la fulgurante entrada de Vox en su parlamento. La formación de ultraderecha se estrenaba por primera vez en una cámara legislativa con el apoyo del 10,96% del electorado. Además, sus diputados se convertían en la llave para darle el gobierno andaluz al PP y Ciudadanos.

Los sondeos para las elecciones generales de abril de 2019 auguraban un resultado similar para Vox, tanto el del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) como los promovidos por los principales medios de comunicación españoles (nos referimos a las encuestas de GAD3 para RTVE, el de Celeste-Tel para *elDiario.es*, y el de NC Report para *La Razón*). Desde principios de año, el CIS reforzaba la irrupción de Vox, en el 6,5% y con tendencia al alza. En este punto, cabe recordar que en los comicios generales de 2016 la ultraderecha se quedó muy lejos de obtener representación, con apenas un 0,2% de los sufragios.

Paralelamente, los sondeos publicados por varios medios aseguraban la resistencia del PSOE, señalaban la ligera remontada del PP, y ubicaban a Ciudadanos y Unidas Podemos en tercera y cuarta posición, respectivamente. Por detrás de todos ellos siempre aparecía Vox, a quien se otorgaba una huella significativa en el Congreso, superando ligeramente el 10% de los sufragios que había conseguido en Andalucía. En el sumatorio, las encuestas situaban al PP, Ciudadanos y Vox en torno a la mitad de los sufragios y con mayoría absoluta en proyección de escaños, con capacidad de lograr entre 178 y 181 representantes. De estas estimaciones surgía, por tanto, uno de los principales interrogantes del paso por las urnas: ¿la suma del PP, Ciudadanos y Vox alcanzaría la mayoría de la Cámara y permitiría repetir el pacto de investidura andaluz? O por contra, ¿se volvería a dar el bloque formado por PSOE, Unidas Podemos y los partidos nacionalistas catalanes y vascos que fraguaron la moción de censura contra Mariano Rajoy? En los días previos a los comicios no se descartaba tampoco la unión por el centro en el eje PSOE-Ciudadanos.

No obstante, el fracaso en las negociaciones de mayo a junio llevó a España a unas segundas elecciones generales en noviembre de 2019, para las cuales también se elaboraron sondeos. Según la media de todos ellos, Pedro Sánchez conseguiría 125 escaños, solo dos más que los que obtuvo en la votación del 28 de abril. Pablo Casado subiría de 66 a 93 diputados y la tercera posición se la disputarían Pablo Iglesias y Santiago Abascal. De

acuerdo con estos sondeos, la ultraderecha seguiría sumando y pasaría de 24 a 33 representantes. Finalmente, los 3.656.979 votantes que apostaron por Vox aumentaron estas expectativas y el partido de ultraderecha se hizo con el 15,08% de los votos del Congreso, lo que les permitió sumar 52 diputados. En el Senado logró dos representantes, uno por Murcia y otro por la ciudad de Ceuta.¹

2.3. Del desafío a la amenaza: el discurso populista de la derecha radical en Europa

Todo candidato que concurre a unas elecciones se enfrenta a una doble tarea. Por un lado, ofrecer un diagnóstico de la realidad que identifique cuáles son los principales desafíos que afrontan los votantes convocados a las urnas. Por otro, convencerles de que la formación a la que representa conoce cuál es la mejor respuesta para resolver esos problemas. En el caso de la ultraderecha europea, esta acción se ha basado en una simple estrategia discursiva por medio de la cual los partidos políticos ubicados en esta corriente buscan delimitar una línea divisoria entre el común de la gente y un «otro» amenazante que supuestamente representa una clara hostilidad para la población nacional (Krasteva; Lazaridis, 2016). Este esquema de un «nosotros» frente a un «ellos», propio de los discursos populistas y común a la mayor parte de los partidos de derecha radical europea (Rydgren, 2017), supone dar forma no ya a desafíos o retos, sino a amenazas. En opinión de Béland (2007), los líderes políticos se encargan de construir las amenazas que afrontan las diferentes sociedades para, al mismo tiempo, presentarse a sí mismos como los mejores proveedores de protección colectiva ante ellas. En esta llama-

¹ Pueden consultarse los resultados de las elecciones generales de abril y noviembre de 2019 en la web de la Dirección General de Política Interior: <http://www.infoelectoral.mir.es/infoelectoral/min/busquedaAvanzadaAction.html>

da «política de la inseguridad», añade el autor, los procesos de enmarcado juegan un papel clave. El marco divisorio según el cual la población nacional debe defenderse a sí misma frente a un «ellos», especialmente alimentado por los partidos de ultraderecha a partir de la crisis financiera de 2008, supone una retórica de la exclusión que revela la importancia del lenguaje en la construcción política de las amenazas (Wodak; Boukala, 2015).

En el discurso específico de los partidos políticos de ultraderecha europeos, la amenaza ha girado casi siempre en torno a la figura del inmigrante, pues la xenofobia ha sido un factor definitorio de su mensaje movilizador (Hernández Carr, 2011). Enmarcar al inmigrante como amenaza supone presentarlo como un problema, que puede manifestarse por medio de tres expresiones: como amenaza para la identidad o cultura nacional, la seguridad o la economía de la población local (Pajnik *et al.*, 2016). Los estudios realizados en torno a la estrategia discursiva y electoral de organizaciones como el Partido Nacional Británico, que exacerbó el miedo contra la población musulmana durante la primera década del siglo XXI (Allen, 2010), el Partido Nacionaldemócrata de Alemania y el Frente Nacional francés, ambos con un discurso antiinmigración (Halikiopoulou *et al.*, 2013), o el checo Dawn, también claramente islamófobo (Bonansinga, 2015), demuestran que la inmigración como amenaza es el denominador común del planteamiento político de estas formaciones (Castro Martínez; Mo Groba, 2020).

En ciertos momentos, algunos de estos partidos argumentan incluso que la inmigración supone también una clara amenaza para las mujeres europeas, a las que aparentan querer defender de ella mediante la instrumentalización de algún episodio particular de violencia sexual acontecido (Meret; Siim, 2013), aunque ello no puede desdibujar la posición contraria de estas formaciones a las políticas que persiguen la igualdad de género y la protección de los derechos de las personas LGTBI, como resultado de su clara defensa de la familia tradicional y de la ecuación mujer-maternidad (Mayer *et al.*, 2016).

2.4. Analizar el mensaje político en busca de enmarcados-diagnóstico

Las propuestas antiinmigratorias y las posturas contrarias a la promoción de la igualdad de género y de las personas LGTBI forman asimismo parte de la agenda de Vox. Aunque la oposición pueblo/élites corruptas, presente también en buena parte de los discursos de la derecha radical europea, no se percibe con claridad en el mensaje de la organización liderada por Santiago Abascal, es evidente que la lucha contra la inmigración ilegal y la derogación de las leyes de género y LGTBI son temas que ha puesto sobre la mesa (Ferreira, 2019), en tanto que considera que la masculinidad se encuentra amenazada por el feminismo, y la españolidad por la inmigración, desde un punto de vista más cultural que económico (Rubio-Pueyo, 2019). El discurso de Vox criminaliza a las personas migrantes, a las que trata como invasores (González-Páramo, 2019), lo que aproxima esta formación a partidos como Alternativa para Alemania, al compartir con ellos la percepción de una amenaza islamista que sume a la identidad nacional de sus respectivos países en una grave crisis (Gould, 2019). Al mismo tiempo, expresa un gran aprecio por modos de vida tradicionales, como la socialización en familias heterosexuales y extensas, a lo que une un claro cuestionamiento del feminismo (Castillo Jara *et al.*, 2019).

En este capítulo planteamos el análisis de cómo Vox aborda la construcción de estas amenazas, poniendo el foco en el modo en que realizan el diagnóstico de la realidad para identificar los riesgos que consideran urgente abordar. Pero también interesa conocer cómo el resto de las formaciones se mueven frente a este discurso de la ultraderecha, por primera vez con clara incidencia en el devenir de la campaña electoral. De este modo, es importante observar el discurso de los partidos situados a la izquierda, PSOE y Unidas Podemos, para comprobar, entre otras cosas, si hubo intento de magnificar la presencia de Vox con el fin de movilizar a los votantes progresistas, una estrategia que, de acuerdo con Rubio-Pueyo

(2019), habría resultado efectiva, según los resultados de los comicios de abril. Por otro lado, es oportuno identificar las estrategias empleadas por los líderes del PP y Ciudadanos ante la emergencia de Vox, pues algunos trabajos le atribuyen el éxito de haber conseguido contaminar la narrativa de los partidos tradicionales (González-Páramo, 2019), lo que significaría que estas formaciones de centro-derecha habrían asumido parte de su agenda, como ha ocurrido en otros países europeos (Bale, 2003). Otros estudios apuntan, además, que, a diferencia de lo buscado por la izquierda, tanto PP como Cs trataron de ignorar a Vox para no darle oxígeno (Carratalá y Palau, 2020).

Investigaciones previas sobre cómo los partidos políticos definen selectivamente la realidad en periodo electoral (Pajnik *et al.*, 2016; Valera *et al.*, 2017) han demostrado la utilidad del análisis crítico de enmarcados discursivos para entender cómo las distintas formaciones delimitan problemas (amenazas) y señalan sus posibles soluciones. De este modo, es posible profundizar en el examen de las dos dimensiones que acompañan todo discurso movilizador (Entman, 1993; Benford y Snow, 2000): la de diagnóstico (qué es lo que no funciona como debería, y cuál es la causa o quién el culpable de ello) y la de pronóstico (qué soluciones deben aplicarse). Las herramientas del análisis crítico del discurso, que ponen especial atención en el examen de metáforas, presuposiciones y ambivalencias, complementan el examen, pues han demostrado gran eficacia en el estudio de la comunicación política de la ultraderecha (Sengul, 2019). En nuestro trabajo, hemos sometido a análisis los discursos de los líderes de los cinco principales partidos políticos en los mítines de cierre detallados en la Tabla 1.

Tabla 1. Mítines de cierre de campaña que conforman el objeto de estudio.²

	PSOE	PP	Podemos	Ciudadanos	VOX
Mitin de cierre de campaña - Elecciones Generales del 28 de abril de 2019					
Ciudad	València	Madrid	Madrid	València	Madrid
Espacio	Parc central	WiZink Center	Parque Lineal del Manzanares	Jardí del Túria	Plaza de Colón
Asistencia	10.000	10.000	6.000	2.000	20.000
Duración del discurso	26 minutos	41 minutos	19 minutos	25 minutos	32 minutos
Mitin de cierre de campaña - Elecciones Generales del 10 de noviembre de 2019					
Ciudad	Barcelona	Madrid	Madrid	Barcelona	Madrid
Espacio	Fira de Montjuic	Plaza de las Ventas	Ifema	Palacio de Congresos	Plaza de Colón
Asistencia	3.000	2.000	4.000	3.000	20.000
Duración del discurso	18 minutos	37 minutos	24 minutos	27 minutos	26 minutos

2.5. Enmarcados discursivos en las campañas de abril y noviembre de 2019

2.5.1. Los discursos de Santiago Abascal (Vox)

Tras el éxito cosechado en las elecciones andaluzas celebradas el 2 de diciembre de 2018, Santiago Abascal afrontó con buenas perspectivas los comicios generales de abril de 2019 y en el mitin de cierre, desarrollado en la Plaza de Colón de Madrid, mostró confianza en la capacidad de Vox para marcar la agenda de la campaña, tal y como expresó en la parte final de su discurso: «ya hemos ganado porque hemos puesto todos los debates encima de la mesa y nunca más van a poder me-

² Las cifras de asistentes han sido recogidas de las crónicas publicadas por los medios de comunicación, que difunden los datos facilitados por los propios partidos políticos.

terlos en el armario». Esos debates a los que Abascal aludía se corresponden, en parte, con los temas que la ultraderecha europea ha introducido en la agenda política en los últimos años (Ferreira, 2019; Rubio-Pueyo, 2019), especialmente la cuestión migratoria (Gould, 2019), aunque en el caso de Vox este asunto compartió protagonismo con la amenaza que, para este partido, representa el nacionalismo periférico en general y el independentismo catalán en particular. Las alusiones al peligro que afronta «nuestra» patria española dibujaron una clara dicotomía nosotros/ellos en la que «millones de españoles» y «la España viva» quedan confrontados con «los separatistas» y «los progres», a los que a menudo mencionó conjuntamente para dibujar una amenaza ideológico-territorial a la que sumó, además, la alerta ante una crisis económica en el mitin de cierre de noviembre, cuando inició su discurso enumerando los dos principales retos («emergencias») para el país: el «desafío a la unidad en forma de crisis separatista» (al que pide hacer frente con la ley) y el «desafío social» (para el que pidió un «abordaje sin titubeos y sin complejos al búnker autonómico»).

Esa «emergencia social» que Abascal mencionó en su alocución de noviembre le permitió introducir el segundo gran eje articulador de sus discursos, el que le conecta con claridad con la ultraderecha europea, al subrayar que las personas dependientes no reciben las ayudas del Estado «mientras sí llegan a los extranjeros». Junto a este enfoque de la inmigración como amenaza al bienestar económico, el discurso de Abascal incorporó también los encuadres de la inmigración como amenaza a la seguridad y a la identidad/cultura nacional, tanto en el mitin de abril como en el de noviembre. En ambos casos, sin embargo, construyó su significado mediante presuposiciones, lo que le permitió sortear un mensaje explícitamente racista (en noviembre afirmó «nosotros no tenemos fobia a los extranjeros ni a los inmigrantes»), pese al carácter xenófobo de sus palabras.

Así, en los dos discursos analizados se habló de la necesidad de que «nuestras fronteras sean defendidas, no asaltadas permanentemente», como señaló en abril, ayudándose del recurso metafórico de que «nuestra patria tiene fronteras» como las

casas de los «insensatos» (líderes a quienes dirige sus críticas) «tienen paredes», un marco que también se observa en sus palabras de noviembre: «el que quiera entrar en nuestra patria, lo hace llamando a la puerta educadamente». La construcción de la inmigración como amenaza a la cultura nacional también se repitió en uno y otro mitin mediante el recurso a una supuesta imposición de valores que haría peligrar, incluso, los menús infantiles: «que nadie que venga de fuera nos diga cómo tenemos que vivir, cómo tenemos que celebrar nuestras fiestas o cómo tienen que comer nuestros hijos en los comedores».

Otros elementos propios de la retórica de la ultraderecha, y también identificados en el discurso de Vox en anteriores estudios, se observan con menos claridad en las alocuciones de Abascal. Su oposición al feminismo se abrió paso con más nitidez en abril (cuando habló de «los valores de las feminazis» y del «feminismo supremacista»), que, en noviembre, cuando tan solo aludió en un par de ocasiones a las «leyes de género», a lo que habría que sumar una crítica implícita a la regulación del aborto cuando señaló que se debe «defender a los más débiles de nuestra sociedad y los más débiles son los niños en el vientre materno». En el discurso de Abascal no se observa ni una sola referencia a la comunidad LGTBI. Sí se identifican, en cambio, la delimitación de amenazas ligadas a la seguridad (en abril habló de okupas en viviendas, del derecho a la autodefensa y de la prisión permanente) y a las élites (partidos políticos, sindicatos y «ONG ideológicas que viven del presupuesto de todos y viven cómodamente») mientras «millones de españoles lo están pasando mal», como escucharon los asistentes al mitin de noviembre.

2.5.2. Los discursos de Pedro Sánchez (PSOE) y Pablo Iglesias (Unidas Podemos)

Las dos principales formaciones progresistas optaron por no mencionar a Vox en ninguno de los dos discursos de clausura de campaña que hicieron sus respectivos líderes a lo largo de 2019. Sí apuntaron ambos, en cambio, a la amenaza de su significado: la entrada de «la ultraderecha» en las cámaras legislativas.

Por un lado, Pedro Sánchez (PSOE) identificó esta ideología como la causa de la «lacrachista». También como artífice de una «crisis de convivencia», debido a su pretensión de un «estado unitario», un régimen político donde prime la centralización de competencias. Y a ello se añade, tal y como pronunció en noviembre, el propósito de la ultraderecha de llevar adelante la «ilegalización de partidos políticos». No obstante, el principal peligro para el líder del Partido Socialista era la triple derecha —en referencia al posible pacto entre PP, Ciudadanos y Vox—, a la que definió como «un muro de bloqueo y de retroceso» y a la que también se refirió como «los franquistas». En términos del líder socialista, la suma de votos de los partidos de centro-derecha y la ultraderecha supondría la privatización e infravaloración de las pensiones, la supresión del salario mínimo interprofesional, la eliminación de impuestos a las clases más altas y el olvido de las personas que se dedican a los cuidados de dependientes; en una palabra, «la precariedad».

En el segundo llamamiento al voto se aprecia una reducción en la apelación concreta a la ultraderecha y una mayor insistencia en la amenaza que supone para el país el bloque que conforman «los franquistas». Este cambio se debe al «abrazo de la derecha a la ultraderecha temible», lo que se ha detectado en la campaña de noviembre con «el no cuestionamiento de las mentiras de la ultraderecha» y la pretensión de llevar adelante «el cordón sanitario a la izquierda».

En cambio, para el líder de Unidas Podemos los principales peligros, más que la ultraderecha, son los «presuntos constitucionalistas»; esto es, PP, PSOE y Ciudadanos. Para Pablo Iglesias, su permanencia en las cámaras supone, paradójicamente, el incumplimiento de artículos de la Constitución: «no se cumple el artículo 31, no se cumple el 35, no se cumple el 47, no se cumple el 50»; esto es, en su opinión, en España no se cumple el derecho a un sistema tributario justo inspirado en los principios de igualdad y progresividad; el derecho al trabajo y a una remuneración suficiente sin que en ningún caso pueda darse discriminación por razón de sexo; el derecho a disfrutar

de una vivienda digna y adecuada; y la suficiencia económica de los ciudadanos durante la tercera edad mediante pensiones adecuadas y periódicamente actualizadas.

A la formación liderada por Abascal se refirió como «patrioters de charanga y pandereta» y «perros de los ricos», ya que, para la coalición de izquierda, la amenaza principal la conformaban, precisamente, «las élites», «los privilegiados», «los de arriba», en síntesis, «la dictadura del más fuerte» que «compra» a los dirigentes políticos. Pablo Iglesias centró su ataque en los que mueven los hilos de la política para mantener su estatus. Los identificó en su mayoría con nombre y apellidos: Ana Patricia Botín, Florentino Pérez, el Ibex-35, los fondos buitres, Felipe González, Carlos Slim, «todos ellos van a presionar para que nosotros no estemos dentro del gobierno».

Jugando con el vocabulario de la triple derecha, Pablo Iglesias se apropió del término patriota y, por antítesis, se refirió a los partidos de derecha y ultraderecha como «antipatriotas» o «traidores de la patria». El motivo de este calificativo es que, a pesar de que «se envuelven en banderas», «tienen cuentas en Suiza» y no hacen cumplir la Constitución española. En palabras del líder de Unidas Podemos, «el verdadero patriotismo es defender España, es defender los servicios públicos, es defender las empresas públicas, es defender la sanidad pública, es defender el sistema público de pensiones, es defender la dignidad de los trabajadores; esto es defender España». Y así sostuvo, volviendo a su argumentario contra «las élites», que «el artículo más patriótico de la Constitución española no es el 155,³ es el 128 que dice que toda la riqueza del país en sus distintas formas estará subordinada al interés general».

³ El artículo 155 de la Constitución complementa la previsión de vías o medios de control (ordinario) de la actividad de las Comunidades Autónomas contenida en el artículo 153 al contemplar un mecanismo de control subsidiario, de carácter excepcional o extremo (y alcance incluso coercitivo), para situaciones igualmente excepcionales o extremas, consistentes en el incumplimiento por aquéllas de obligaciones impuestas por la Constitución o las leyes o en actuaciones de las mismas que atenten gravemente al interés general de España.

Tan solo se observa una apelación al riesgo de la triple derecha y esta tiene lugar en el discurso de noviembre. Detectado el propósito de la derecha de unirse frente a un fracasado intento de conformación de gobierno progresista, Pablo Iglesias insistió en que su formación sería doblemente útil para frenar dos escollos de la política española: «el voto de Unidas Podemos vale para frenar a la derecha y vale para garantizar que haya un gobierno progresista que haga políticas progresistas».

2.5.3. Los discursos de Pablo Casado (PP) y Albert Rivera (Ciudadanos)

Los líderes de los dos principales partidos del centro-derecha en España reaccionaron de forma desigual a la entrada de Vox en el escenario político español. El análisis de sus discursos de cierre de campaña revela diferencias en los mensajes de los candidatos de Partido Popular y Ciudadanos ante la competencia que significaba la formación de Abascal y, también, entre los discursos de cierre de campaña de las elecciones de abril y noviembre.

El candidato del PP, Pablo Casado, que cerró ambas campañas en Madrid, pasó de ignorar la formación liderada por Abascal en la primera convocatoria electoral a concederle un claro protagonismo en los comicios de otoño. Mientras que en abril Vox no apareció en ningún momento en las palabras de Casado (tan solo se percibe una sutil referencia cuando, hablando del estado autonómico, aseguró que «hay quien lo quiere suprimir»), en su discurso de noviembre lo mencionó cuando no había transcurrido ni un minuto del inicio de su exposición. Casado aludió entonces a Vox como un partido «al que yo respeto» y, a continuación, siguió interpelando a esta formación, y muy especialmente a sus simpatizantes, para recordarles que «hay que ir todos juntos en torno al Partido Popular» y que «no podemos dividir esfuerzos». La estrategia de llamada al voto útil (Casado precisó que prefiere llamarlo voto «urgente, necesario, unido») fue evidente, y la articuló mediante un encuadre ambivalente en el que combinó, por un

lado, un claro y positivo reconocimiento a Abascal (con quien aseguró tener «una sincera y afectuosa relación desde hace muchos años») y, por otro, su presentación como amenaza al provocar la división del voto de su nicho ideológico («¿qué ha traído la fragmentación del espacio electoral al centro-derecha?»). Trató de desactivar la amenaza mediante su integración.

Además, Casado hizo suyos algunos temas que Abascal presumía de haber introducido en la agenda política española en sus discursos de cierre de campaña. Si bien las alusiones y críticas a la izquierda, y la agitación del fantasma de la nefasta gestión económica del PSOE, dominaron sus alocuciones, también resulta significativo observar referencias a asuntos como la seguridad y la inmigración, sobre todo durante su discurso de abril, cuando reivindicó la prisión permanente revisable, alertó del peligro de que okupas se domiciliaran en las viviendas de los españoles y exigió una «inmigración regular, ordenada». También en aquel discurso Casado afirmó que en el PP «apostamos por la cultura de la vida», en una sobreentendida competencia por la oposición al aborto de Vox.

Por su parte, Albert Rivera, que celebró sus mítines de cierre de campaña en València (abril) y Barcelona (noviembre), mantuvo una estrategia similar a la de Casado en relación con cómo enfrentarse al creciente protagonismo de Vox en la escena política nacional, aunque sin concederle tanta relevancia en la campaña previa a la repetición de los comicios. Aun formando parte del Gobierno andaluz, cuya constitución no hubiera sido posible sin el apoyo de Vox, Rivera ignoró por completo a la formación durante su exposición final en la campaña de abril. No hizo ni una sola referencia explícita. La única alusión, velada, puede reconocerse en la crítica que el líder de Ciudadanos dirigió a las formaciones que se dedican a «mirar al pasado» en relación con «la Ley del aborto». En noviembre, sin embargo, Rivera sí interpeló con claridad a Vox, aunque solo una vez, y para centrarse, en realidad, en sus votantes: «no me parecen mis enemigos, son mis compatriotas».

La estrategia, por tanto, difiere parcialmente de la seguida por el PP, también en relación con los temas que abordó. De

este modo, los principales desafíos sobre los que Rivera alertó a sus votantes no reprodujeron específicamente la agenda promovida por Vox (inmigración, seguridad, ideología de género), aunque su firme oposición a los nacionalismos periféricos, sobre todo el catalán, tema hegemónico en el discurso de Cs desde su nacimiento, sí aproximó su enmarcado y el de la ultraderecha. Junto con su contundente crítica al independentismo, Rivera también señaló en ambas campañas a Pedro Sánchez como principal amenaza para la unidad de la sociedad española y, aunque con menor rotundidad, dirigió críticas al PP en su clásica estrategia anti-bipartidismo, ya observada en anteriores procesos (Valera *et al.*, 2017).

2.6. Conclusiones

El análisis de los discursos de los mítines con los que los cinco principales partidos políticos a nivel estatal cerraron las dos campañas de las sucesivas elecciones generales de 2019 revela que la novedad de aquellos comicios —la irrupción de Vox y su entrada en las Cortes españolas— determinó el mensaje electoral, aunque no con la intensidad que el líder de esta formación, Santiago Abascal, quiso arrogarse. Su enmarcado de la realidad, y la delimitación de amenazas específicas que le permitieran abrirse paso en la contienda política, conecta con claridad con el discurso de la ultraderecha europea, aun con sus particularidades relacionadas con la crisis independentista catalana. Sin embargo, su mensaje no logró impactar en la manera en que los líderes del resto de formaciones abordaron sus intervenciones, en las que, a excepción del PP, apenas le concedieron espacio en sus discursos, a pesar de que para todas implicaba una amenaza, ya fuera ideológica o de competencia electoral.

Los peligros que Abascal identificó en sus cierres de campaña sitúan a Vox en la estrategia con la que otros partidos de ultraderecha han logrado abrirse paso en sus contextos nacionales. La otredad xenófoba apareció como constante en sus mensajes

de abril y noviembre. La imagen del inmigrante como amenaza no se limitó al terreno identitario-cultural, pues también le atribuyó un impacto desafiante en el bienestar económico de la población española, sobre todo en la campaña de otoño, cuando el peso de la economía en su discurso aumenta considerablemente —a la vez que se reduce el acento sobre las referencias antifeministas—, en una estrategia que le permitió conectar con uno de los pilares clave de la exposición clásica del Partido Popular, que acostumbra a basar su mensaje electoral en su capacidad para la gestión de la economía.

Es también en noviembre cuando el PP evidenció mayor preocupación ante la entrada de Vox. La competencia entre ambos se intensificó en esa campaña. Sin embargo, Pablo Casado modificó su estrategia con una formación que amenazaba con robarle votos. De tratar de incorporar temas promocionados por Vox (inmigración, seguridad, justicia penal), a la vez que lo ignoraba, en su discurso de abril, pasó a mostrar explícito respeto a la formación en noviembre, Abascal incluido, aunque para subrayar que la unidad de la derecha en torno al Partido Popular era indispensable. Esa llamada a la integración se observó de igual modo en Ciudadanos, aunque Rivera mantuvo una actitud de negar casi por completo que Vox se presentara a los comicios, pese a que su apoyo fue clave para que pudiera gobernar en coalición con el PP en varias comunidades autónomas.

Esa alianza es, precisamente, la que suponía para el PSOE una verdadera amenaza, como se observa, sobre todo, en el discurso de Sánchez en noviembre. Los socialistas, por tanto, no circunscribieron el peligro de la ultraderecha a la formación de Abascal, sino al pacto que dan por hecho entre Vox, PP y Cs. De este modo, Sánchez trata de obtener rédito electoral por medio de un discurso que no alertaba solo ante lo que sin duda era ideológicamente amenazante para sus votantes —la llegada de Vox al Parlamento—, sino también ante una deriva del resto de formaciones de centro-derecha que pudiera desalentar, y desactivar, a sus votantes más moderados. Como se ha observado, Vox no apareció en su discurso, como tampoco

en el del líder de Unidas Podemos. Iglesias es, de este modo, el dirigente político que menos supeditó su discurso electoral a la presencia de Vox, y optó por mantener el enmarcado de su formación ya identificado en comicios anteriores, en los que la contraposición entre la gente y las élites aproxima su mensaje a una clara lógica populista, que en parte también apareció en las palabras de Abascal, equilibrando el carácter nacionalista y populista que algunos autores le han otorgado.

En conclusión, los temas que Vox señaló como aquellas amenazas que afrontaba el país, coincidentes con los que la ultraderecha europea ha convertido en *leitmotiv* de su actuación política, no lograron alzarse como los asuntos hegemónicos sobre los que giraron ambas campañas. No obstante, los partidos tradicionales, PSOE y PP, sí se vieron obligados a resituarse ante la emergencia de la ultraderecha, como ha demostrado el análisis de sus discursos. Ambas formaciones atribuyeron a Vox una amenazante capacidad de impacto, tanto en el resultado electoral (que ponía en peligro la fuerza parlamentaria del PP) como en su posterior gestión (pues el PSOE advertía de un posible pacto PP-Cs-Vox que se hiciera con el Gobierno). Por el contrario, Unidas Podemos y Ciudadanos demostraron mayor capacidad de mantener su habitual enmarcado de campaña ante el nuevo escenario, de manera que su discurso mostró mayor impermeabilidad a la emergencia y estrategia electoral de Vox.

La repetición electoral no supuso, además, un cambio notable en la estrategia discursiva de los candidatos analizados, a pesar de que en noviembre Vox ya era una fuerza parlamentaria más y no un mero aspirante a entrar en el Congreso. Solo el mensaje de esta formación, que dejó de lado las críticas al feminismo para poner el foco en la economía, y el del PP, que optó por aludir explícitamente al partido de Abascal para alertar del riesgo de fragmentar el voto conservador, evidenciaron un significativo cambio de estrategia ante la segunda convocatoria de los comicios, probablemente por ser las dos candidaturas que con mayor claridad se disputaban el mismo voto.

2.7. Referencias

- Allen, C. (2010): «Fear and loathing: The political discourse in relation to Muslims and Islam in the British contemporary setting», *Politics and Religion Journal*, vol. 4, núm. 2, pp. 221-236.
- Bale, T. (2003): «Cinderella and her Ugly Sisters: The Mainstream and Extreme Right in Europe's Bipolarising Party Systems», *West European Politics*, vol. 26, núm. 3, pp. 67-90.
- Béland, D. (2007): «Insecurity and politics: a framework», *The Canadian Journal of Sociology/Cahiers canadiens de sociologie*, vol. 32, núm. 3, pp. 317-340.
- Benford, R.; Snow, D. (2000): «Framing processes and social movements: An overview and assessment», *Annual review of sociology*, vol. 26, núm. 1, pp. 611-639.
- Bonansinga, D. (2015): «The role of public discourse in threat framing: the case of Islamophobia in Czech Republic», *International Journal of Arts y Sciences*, vol. 8, núm. 8, pp. 107-117.
- Carratalá, A.; Palau-Sampio, D. (2020): «Discursos en competencia en la derecha política valenciana: comunicación y estrategia ante las elecciones autonómicas de 2019», *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, vol. 134, núm. 1, pp. 133-153.
- Castillo Jara, S.; Marchena Montalvo, V.; y Quiliche Arévalo, S. (2019): «El discurso antifeminista como recurso electoral en Brasil y España», *Polítai: Revista de Ciencia Política*, núm. 19, pp. 35-59.
- Castro Martínez, P.; Mo Groba, D. (2020): «El issue de la inmigración en los votantes de VOX en las Elecciones Generales de noviembre de 2019», *RIPS: Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, vol. 19, núm. 1, pp. 39-58.
- De Lange, S. (2012): «New Alliances: Why Mainstream Parties Govern with Radical Right-wing Populist Parties», *Political Studies*, vol. 60, núm. 4, pp. 899-918.
- Entman, R. (1993): «Toward clarification of a fractured paradigm», *Journal of communication*, vol. 43, núm. 4, pp. 51-58.
- Ferreira, C. (2019): «Vox como representante de la derecha radical en España: un estudio sobre su ideología», *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 51, pp. 73-98.
- González-Páramo, A. (2019): «El auge de la ultraderecha en Europa y los discursos xenófobos», *Anuario del Centro de Educación e Investigación para la Paz*, 2018-2019, pp. 27-42.
- Gould, R. (2019): «Vox España and Alternative für Deutschland: Propagating the Crisis of National Identity», *Genealogy*, vol. 3, núm. 4, pp. 1-25.
- Halikiopoulou, D.; Mock, S.; Vasilopoulou, S. (2013): «The civic zeitgeist: nationalism and liberal values in the European radical right», *Nations and nationalism*, vol. 19, núm. 1, pp. 107-127.
- Hernández Carr, A. (2011): «La derecha radical populista en Europa: Discurso, electorado y explicaciones», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, vol. 136, núm. 1, pp. 141-160.
- Krasteva, A.; Lazaridis, G. (2016): «Far Right: Populist Ideology, 'Othering' and Youth». En M. Ranieri (ed.), *Populism, Media and Education: Challenging Discrimination in Contemporary Digital Societies* (pp. 9-25). Abingdon, New York: Routledge.

- López García, G.; Gamir Ríos, J.; Valera Ordaz, L. (2018): *Comunicación política: teorías y enfoques*, Madrid: Editorial Síntesis.
- Mayer, S.; Šori, I.; Sauer, B. (2016): «Gendering ‘the People’: Heteronormativity and ‘Ethno-masochism’ in Populist Imaginary». En M. Ranieri (ed.), *Populism, Media and Education: Challenging Discrimination in Contemporary Digital Societies* (pp. 84-104). Abingdon, Nova York: Routledge.
- Meret, S.; Siim, B. (2013): «Gender, Populism and Politics of Belonging: Discourses of Right-wing Populist Parties in Denmark, Norway and Austria». En B. Siim i M. Mokre (ed.), *Negotiating Gender and Diversity in an Emergent European Public Sphere* (pp. 78-96). Londres: Palgrave Macmillan.
- Pajnik, M.; Fabbro, E.; Kamenova, D. (2016): «Ethno-nationalism and Racial Capitalism in Populist Framing of Migrants as a Threat». En M. Ranieri (ed.), *Populism, Media and Education: Challenging Discrimination in Contemporary Digital Societies* (pp. 67-83). Abingdon, Nova York: Routledge.
- Peris Blanes, À.; López García, G.; Cano Orón, L.; Fenoll, V. (2020): «Mediatización y mítines durante la campaña a las elecciones autonómicas valencianas de 2019: entre la «lógica mediática» y la «lógica política»», *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, vol. 134, núm. 1, pp. 53-70.
- Rodríguez Jiménez, J.L. (2012). «Historia de un fracaso y ¿de una refundación?: de la vieja a la nueva extrema derecha en España (1975-2012)». *Studia Historica. Historia Contemporánea*, vol. 30, pp. 231-268.
- Rubio-Pueyo, V. (2019): «Vox: ¿una nueva extrema derecha en España?», *Rosa Luxemburg Stiftung*, 2-23. http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/rubioVox_esp_final_web.pdf
- Rydgren, J. (2017): «Radical right-wing parties in Europe: What’s populism got to do with it?», *Journal of Language and Politics*, vol. 16, núm. 4, pp. 485-496.
- Sengul, K. (2019): «Critical discourse analysis in political communication research: a case study of right-wing populist discourse in Australia», *Communication Research and Practice*, vol. 5, núm. 4, pp. 376-392.
- Valera Ordaz, L.; Carratalá, A.; Palau-Sampio, D. (2017): «La batalla de los partidos por la definición de la realidad: los marcos partidistas durante las elecciones generales de 2015». En G. López García y L. Valera Ordaz (eds.), *Pantallas electorales: el discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015* (pp. 59-78), Barcelona: Editorial UOC.
- Wodak, R.; Boukala, S. (2015): «European identities and the revival of nationalism in the European Union: A discourse historical approach», *Journal of language and politics*, vol. 14, núm. 1, pp. 87-109.