

MÁSTER EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EMPRESARIAL

Análisis del discurso de Santiago Abascal en su
cuenta de Instagram desde 2014 hasta 2023

Autor: Luis Miguel Gutiérrez Machio
Tutora: Dra. Ana Belén Oliver

Septiembre de 2023

1. RESUMEN

El miedo como elemento de persuasión se emplea de forma recurrente en los discursos políticos. El objetivo de estudio que aquí se plantea es identificar qué elementos utiliza en su cuenta de Instagram Santiago Abascal para generar esta emoción entre sus electores. A lo largo de las siguientes páginas se analizará el contenido publicado por el dirigente de Vox en su red social desde 2014 hasta 2023. La finalidad es identificar y analizar los recursos empleados, observar cómo se configura y construye la realidad sociopolítica y la imagen que se trasmite del resto de los ponentes políticos.

Palabras clave: Santiago Abascal, Vox, miedo, persuasión, Instagram, discurso, *storytelling*.

Abstract

Fear as an element of persuasion is recurrently used in political speeches. The aim of this study is to identify what elements Santiago Abascal uses in his Instagram account to generate this emotion among his followers. In the following pages, the content published by the Vox leader on his social network from 2014 to 2023 will be analysed. The aim is to identify and analyse the resources used, to observe how the socio-political reality is configured and constructed and the image conveyed of the rest of the political speakers.

Keywords: Santiago Abascal, Vox, fear, persuasion, Instagram, discourse, *storytelling*.

ÍNDICE

1.	RESUMEN	1
2.	ÍNDICE DE IMÁGENES	1
3.	INTRODUCCIÓN	3
3.1.	Justificación del tema	3
3.2.	Estado de la cuestión	4
3.3.	Objetivos	4
3.4.	Formulación de hipótesis	5
4.	METODOLOGÍA	6
5.	MARCO TEÓRICO	7
5.1	Vox	7
5.2	El miedo en política	8
5.3	Conocer los miedos para contar la mejor historia	10
5.4	El líder y el liderazgo político	13
5.5	Instagram como medio de comunicación política	14
6	ANÁLISIS DE RESULTADOS	17
6.1	Evolución de la cuenta de Instagram de Santiago Abascal	17
6.2	La realidad a través del prisma de Vox	19
6.3	Los enemigos de España	24
6.3.1	La izquierda socialcomunista	24
6.3.2	Partidos nacionalistas	31
6.3.3	Inmigración	36
6.4	La alternativa patriótica	39
6.	CONCLUSIONES	48
7.	LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	50
8.	REFERENCIAS	51

2. ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 /Ejemplo de una fotografía de Abascal junto a sus hijos/ Fuente: @santi_abascal 17

Imagen 2/ Movilización contra el referéndum ilegal del 1-O/ Fuente: @santi_abascal 18

Imagen 3/Ejemplo sobre la representación sobre la realidad caótica que muestra Abascal/ Fuente: @santi_abascal..... 19

Imagen 4/ Ejemplo sobre la manifestación de las crisis que hay en España/ Fuente: @santi_abascal 20

Imagen 5/ Abascal junto a personas que afrontan una mala situación económica/ Fuente: @santi_abascal 22

Imagen 6/ Ejemplo sobre la idea de un golpe de Estado/Fuente: @santi_abascal 27

Imagen 7/Ejemplo sobre alarmismo social por la situación del país/Fuente: @santi_abascal 27

Imagen 8/Video propagandístico donde se muestran los efectos negativos de las políticas de Sánchez/Fuente: @santi_abascal..... 28

Imagen 9/Video propagandístico donde se muestran los efectos negativos de las políticas de Sánchez/Fuente: @santi_abascal..... 29

Imagen 10/Cartel propagandístico alertando sobre Sánchez/Fuente: @santi_abascal30

Imagen 11/Abascal visita a los agricultores de Almería/Fuente: @santi_abascal 31

Imagen 12/Representación de las dos caras de Cataluña, el lado amable y le lado violento/: @santi_abascal..... 32

Imagen 13/Incendios de las calles de Barcelona durante las manifestaciones por la sentencia del proces/Fuente: @santi_abascal..... 33

Imagen 14/Ejemplo sobre los ataques violentos de los separatistas/Fuente: @santi_abascal 34

Imagen 15/Cartel electoral donde se denomina a Otegui sicario/Fuente: @santi_abascal 35

Imagen 16/Ejemplo sobre la referencia a la «invasión migratoria» /Fuente: @santi_abascal 37

Imagen 17/Ejemplo sobre referencias hacia la inmigración, calificada como violentos/ Fuente: @santi_abascal 38

Imagen 18/Santiago Abascal visitando a los agricultores/Fuente: @santi_abascal..... 40

Imagen 19/Ejemplo del uso de los símbolos nacionales/Fuente: @santi_abascal 41

Imagen 20/Cartel propagandístico: Santiago Abascal contra los enemigos de España/Fuente: @santi_abascal 42

Imagen 21/Ejemplo del lema de campaña sobre «el voto seguro» /Fuente: @santi_abascal 43

Imagen 22/Ejemplo sobre la referencia a la «invasión migratoria» /Fuente: @santi_abascal 45

Imagen 23/Ejemplo de la esfera íntima del candidato/ Fuente: @santi_abascal 47

3. INTRODUCCIÓN

3.1. Justificación del tema

El miedo es una emoción curiosa, puede llevar a paralizar a una persona y también tener el efecto contrario, movilizarla a activar. Lo interesante de esta emoción es el uso que se le ha dado a lo largo de la historia para controlar a la sociedad. Un ejemplo llamativo puede ser el de la Iglesia. Desde las capillas se repetía una y otra vez que todos los pecadores acabarían en el fuego eterno, se amenazaba con la tortura eterna para imponer una cierta moral y una conducta social concreta.

Este poder y empleo del miedo es lo que ha motivado esta investigación. Conocer cómo se emplea esta emoción en la actualidad por los partidos políticos. Indagar en los elementos que hacen que sea tan persuasivo atemorizar a la población. El tema se ha concretado en la figura de Santiago Abascal por ser uno de los principales dirigentes políticos y por tener un discurso marcado contra las políticas de izquierda. Este tipo de estudios puede resultar interesantes para conocer mejor cómo funciona la comunicación política y el papel de las emociones a la hora de construir el mensaje. Además, indagar sobre estas cuestiones permite conocer qué elementos son determinantes o influyen en la ciudadanía a la hora de determinar su voto y en la configuración de la opinión pública en general.

Instagram se ha elegido red social de estudio por ser una de las más utilizadas y la que más ha ido modificándose en los últimos años: incluyendo la posibilidad de subir videos, historias, reels... Sobre el tema de la influencia de la imagen y la mediatización en política se ha escrito mucho, especialmente sobre la televisión. Sin embargo, se puede considerar que en la actualidad hay medios que ayudan a potenciar más el elemento visual, como puede ser Instagram.

Por último, los hiperliderazgos también han fomentado que la investigación se centre en un líder político en concreto. En especial los partidos de nueva creación donde la figura del líder parece ser fundamental y vital para el partido. Otras formaciones como Ciudadanos o Unidas Podemos han experimentado un retroceso: Ciudadanos ya puede considerarse como un partido en extinción, tras la salida de los líderes que

representaban la formación, Albert Rivera y Pablo Iglesias. Estos indicios hacen pensar que en los partidos de nueva formación el líder es el centro y fundamento de todo.

3.2. Estado de la cuestión

El interés sobre el uso de las emociones en política ha despertado el interés de muchas investigaciones en las últimas décadas. Muchos trabajos se han centrado en la temática que aquí se aborda, como los de Martín Jiménez, Alfonso (2014) sobre las emociones y la persuasión, o los de Cárdenas-Rica, M.L., y Lozano González, A.A. (2020) sobre el uso de las técnicas del *storytelling* y márketing político para legitimar al líder político. Sobre el papel del miedo y las redes sociales como nueva plataforma de comunicación política también encontramos obras como las de Aladro Vico, Eva y Requeijo Rey, Paula (2020) y Oñate et al. (2022) que se centran en el empleo que hace Vox del miedo para persuadir. Sin embargo, no se han encontrado trabajos que analicen concretamente la cuenta de Instagram de Santiago Abascal y el uso que hace del miedo en sus diferentes publicaciones.

Hasta la fecha en la que se realizó este análisis, entre el 2 de diciembre de 2014 y el 23 de julio de 2023, Vox era uno de los partidos emergentes que más crecimiento experimentaba, llegando hasta los 52 diputados en la repetición electoral de 2019 y entrando en varios gobiernos autonómicos como el de Castilla y León en 2022. Sin embargo, tras las elecciones generales del pasado 23 de julio, la formación política perdió fuerza, situándose en los 33 diputados, lo que le impedirá presentar recursos de inconstitucionalidad en el Tribunal Constitucional, estrategia que llevaba empleando desde 2019 para mostrar su oposición al Gobierno central.

Los últimos resultados electorales pueden tener su explicación en la aglutinación del voto en torno al PP, unas elecciones en las que se movilizó el voto útil tras los resultados de los comicios autonómicos y municipales del 28 de mayo, donde el Partido Popular tuvo buenos resultados y se mostró como la alternativa útil para echar a Pedro Sánchez.

3.3. Objetivos

El objetivo principal del presente trabajo es identificar los elementos que utiliza Santiago Abascal en sus mensajes en la red social Instagram entre 2014 y 2023 para generar el miedo en sus posibles votantes.

Como objetivos específicos se persigue:

- Estudiar el contenido de la cuenta de Instagram de Santiago Abascal entre el 2 de diciembre de 2014 hasta el 23 de julio de 2023.
- Analizar el *storytelling* del líder del partido político Vox.
- Observar cómo es la representación que hace sobre el resto de las formaciones políticas.

3.4. Formulación de hipótesis

La hipótesis principal en la que se base el presente trabajo es que Santiago Abascal recurre al miedo en sus mensajes como herramienta de persuasión. Es decir, el líder de Vox estaría generando en su electorado un sentimiento de intranquilidad e inseguridad para que su electorado se movilice en periodo electoral.

4. METODOLOGÍA

Para el siguiente trabajo se ha empleado como metodología un análisis de contenido de las fotografías y videos que aparecen en la cuenta de Instagram de Santiago Abascal. Para la muestra se ha analizado el contenido publicado entre el 2 de diciembre de 2014 hasta el 23 de julio de 2023. De la muestra se han analizado las 3211 publicaciones disponibles en ese momento. Tanto el contenido de la publicación como los títulos que lo acompañaban se han tenido en cuenta a la hora de realizar la observación.

Para el análisis de contenido se ha empleado una metodología cualitativa en el que solo se ha tenido en cuenta el material que aludiera a emociones relacionadas con el miedo. Para seleccionar las piezas donde se hacía alusión al miedo se ha tenido en cuenta la presencia de referencias hacia los problemas, crisis o situaciones de alarma que el candidato presentaba. Además del discurso, también se ha observado cómo se presentan las imágenes, si hay elementos que puedan afectar a la subjetividad del consumidor como los colores, música, asociaciones.

La base de análisis se inspira en la tradición anglosajona que tiene en cuenta elementos como los actos del habla, la pragmática, la fenomenología y el interaccionismo simbólico (Iñiguez, 2003, p. 101-123).

Siguiendo este modelo, en nuestro análisis prestaremos atención a una serie de elementos concretos (Iñiguez, 2003, p. 111-114):

- Los actos del habla: observaremos las cualidades performativas del lenguaje.
- La pragmática: se prestará atención a la información implícita que hay en los discursos y su relación con el contexto y los marcos cognitivos de los receptores.
- La retórica: se atenderá a la estructura que presentan los argumentos y los recursos retóricos.
- Polaridades y deconstrucción: las estrategias basadas en contraposiciones en juegos de oposición entre un «ellos» y un «nosotros», entre «buenos» y «malos».

5. MARCO TEÓRICO

5.1 Vox

Vox es un partido español liderado por Santiago Abascal. Se fundó en 2013, aunque no es hasta el año 2018 que irrumpe en las instituciones, con su entrada en el parlamento andaluz con % de los votos. El conflicto catalán, que se había extendido por todo el país y había polarizado a la gente, fue unos de los motivos detrás del auge de este partido. En las elecciones generales de abril de 2019, Vox llegó a conseguir 24 escaños en el Congreso de los Diputados, lo que le permitió entrar en las instituciones a nivel nacional. Con la repetición electoral que se produjo por la imposibilidad de formar gobierno, en los comicios de diciembre de 2019 mejoró su resultado llegando hasta los 52 escaños. En la última contienda electoral, el partido perdió parte de su representación, obteniendo 33 escaños y situándose todavía como la tercera fuerza política.

El partido ha sido calificado ideológicamente por algunos como de extrema derecha, sin embargo, hay autores que consideran más adecuado clasificarlo dentro de la corriente de derecha radical por dos razones que los distinguen: la primera sería por ser una formación política democrática, aunque se opone a algunos valores fundamentales de las democracias tradiciones, a diferencia de la extrema derecha que se opone a este sistema. La segunda diferencia sería el uso de la violencia, los partidos de extra derecha no consideran legítimo su empleo en la contienda política (Aladro y Requeijo, 2020; Antón-Mellón y Hernández-Carr, 2016).

Algunos de los rasgos característicos de la derecha radical serían el nativismo y el autoritarismo, mantener el orden cultural, controlando y reduciendo los flujos de migración e imponiendo penas más severas contra las infracciones. Estas peculiaridades serían compartidas por Vox según diversos autores (Aladro y Requeijo, 2020; Antón-Mellón y Hernández-Carr, 2016).

Las posibles explicaciones detrás del voto de los electores a los partidos de esta familia ideológica son muy diversas, pero por lo general otros trabajos suelen coincidir en que

las cuestiones ideológicas tienen un peso relevante en el apoyo recibido en las urnas, unido al descontento existente hacia la clase política, esto es lo que lleva a algunos investigadores a exponer que podría tratarse de un voto de protesta, donde el componente emocional también tendría un peso considerable, en especial las emociones consideradas como negativas: miedo, ira... (Ortega et al, 2020; Rivera et al, 2021).

En el caso de Vox, concretamente, junto a la desafección política que siente la ciudadanía, habría que sumar el tema de Cataluña y la crispación social que se generó como causas de su avance político y el avance de las políticas «progres», que serían vistas como una amenaza y una alarma para cierto sector de la población (Arroyo, 2020)

Esta alarma activaría y empujaría a la radicalidad a la nebulosa de sensibilidades conservadoras, entre las que destaca el repunte del nacionalismo español, como identidad y como sentimiento, junto con una amalgama de sentimientos adversos y hostiles a los valores social-liberales, identificados como propios de la «ideología progre» (Arroyo, 2020).

5.2 El miedo en política

Estudios como los de Oñate et al. (2022) reflejan como el electorado de Vox muestra en un alto porcentaje sentimientos de miedo o intranquilidad contra a otros líderes políticos como Pedro Sánchez, líder del Partido Socialista, o Pablo Iglesias, exdirigente de Unidad Podemos. Por el contrario, la figura de Santiago Abascal despierta emociones relacionadas con la esperanza, encarnando este sentimiento en su figura.

Estos datos resultan de especial trascendencia por las hipótesis que apuntan que estos sentimientos negativos podrían ser la causa del auge que ha ido teniendo la formación política en España (Oñate et al, 2022).

El estudio de la persuasión por medio de emociones como esta se remonta hasta épocas clásicas de la historia. En la Retórica de Aristóteles ya se exponía que para que un discurso pudiera convencer había que prestar atención a tres elementos: el logos (los argumentos racionales), el ethos (la imagen que trasmite el orador) y el pathos (las emociones) (Martín Jiménez, 2014). Los avances en el campo de la neurociencia han confirmado estas teorías al apuntar que las emociones tienen una gran influencia en el

proceso de razonamiento y en la toma de decisiones (Arteaga, 2018; Martín Jiménez, 2014).

Desde la política, las emociones son empleadas como un recurso para mantenerse o alcanzar el poder. Del catálogo de emociones, el miedo cobra especial importancia por haber sido utilizado desde la antigüedad como forma de control (Valdez, 2012; Vásconez, 2005). Este uso se puede ver en algunos ejemplos de la historia, como en la Primera Guerra Mundial. Durante la contienda, Estados Unidos decidió utilizar como arma la propaganda de atrocidades, para lograr que la opinión pública del país cambiase y apoyase entrar en la guerra. Los carteles propagandísticos que hicieron mostraban a los alemanes como monstruos, sin ningún tipo de humanidad, que atentaban contra la libertad y debían ser detenidos (Requeijo et al., 2013).

En el terreno político y electoral, se recurre al miedo cuando se advierte de una amenaza. Esta emoción genera la sensación de incertidumbre y de un posible peligro futuro en el que están en juego derechos, libertades o se atenta contra los valores establecidos (D'Adamo et al., 2021; Valdez, 2012). En estas campañas negativas el adversario se convierte en enemigo, el foco de los problemas, lo que favorece que haya una mayor adhesión y sentimiento de pertenencia hacia el político que ofrece seguridad (Crespo et al., 2022). La estimulación de emociones o sentimientos negativos influyen más en el receptor, hacen que el recuerdo permanezca más en la psique y centran la atención del público que los recibe (D'Adamo et al., 2021).

Ante este temor, el candidato debe presentarse como una alternativa viable, como la esperanza para evitar las catástrofes venideras (D'Adamo y García Beaudoux, 2015; Pratkanis y Aronson, 1994; Valdez, 2012).

Para articular una estrategia basada en el miedo que resulte persuasiva, la alerta debe provocar un serio sobresalto al público al que va dirigido el mensaje, debe evocarse una amenaza que generará efectos negativos de forma inminente. Junto a este estímulo se deben ofrecer recomendaciones concretas que permitan evitar ese mal que de no seguirse las consecuencias serán inevitables (D'Adamo et al., 2021; Pratkanis y Aronson, 1994)

Los experimentos de Howard Leventhal y su equipo de colaboradores indican que los mensajes inductores de temor que contienen instrucciones concretas sobre cómo, cuándo y dónde pasar a la acción son mucho más efectivas que aquellas recomendaciones que omiten esas indicaciones (Pratkanis y Aronson, 1994).

Por último, las recomendaciones deben ser percibidas como eficaces y posibles, de nada sirve dar indicaciones de acciones que se consideren ineficientes.

En definitiva, la estrategia consiste en generar e infundir miedo y una vez se crea este clima de intranquilidad se ofrece una solución, una alternativa para evitar ese mal, lo que se conoce como la estrategia del salvador (D'Adamo y García Beaudoux, 2015; Pratkanis y Aronson, 1994; Rebollo-Bueno, 2022).

Ejemplos de estrategias de este estilo lo podemos ver en el spot electoral del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en las elecciones generales de 1996 con su video conocido popularmente como el dóberman. En él se podía ver dos España, una en blanco y negro, donde acontecían sucesos negativos y otra en color, donde todo era positivo. La alternativa alegre se relacionaba con el posible futuro que aguardaba si el PSOE gana las elecciones, mientras que, de lo contrario, si el Partido Popular (PP) llegaba al poder se impondría la otra realidad.

La manera en la que los partidos consiguen denotar miedo en el electorado pasa por crear un clima de incertidumbre, donde el futuro se presenta como incierto. En los escenarios de crisis, de inseguridad y desconfianza, la población es más propensa a demandar seguridad y a ceder ante políticas o ideas que en otro escenario no se considerarían aceptables (Cárdenas-Rica y Lozano, 2020; Fernández y Diz, 2019).

El uso de imágenes impactante puede ser una buena forma de inducir la emoción deseada, estas pueden ser mostradas de forma visual o ser imágenes mentales que se construyen con el discurso. Concretar en casos anecdóticos ayuda a mostrar que lo que se expone es una realidad. El uso de lenguaje bélico, unido al control de la información y a utilizar a los medios de comunicación para difundir las historias (Cárdenas-Rica y Lozano, 2020)

5.3 Conocer los miedos para contar la mejor historia

Para preparar y orientar la estrategia política es necesario conocer al electorado, sus miedos, preocupaciones y deseos, además se suele testar de manera previa en grupos reducidos para saber la eficacia que tendrá sobre la opinión pública (Rebollo-Bueno, 2022). Para esto, los políticos han recurrido al empleo de las técnicas del máquetin. A través de los datos cualitativos y cuantitativos que se van recabando se puede ir

precisando cómo es el tipo de votante más afín con las ideas del partido y del líder (Lerna et al., 2011).

Una vez se tiene este conocimiento se puede armar la estrategia y el mensaje adaptado al público diana. Las técnicas propagandísticas ayudan a la hora de ir perfilándolo. Para ello el mensaje debe ser simple, que el público pueda descodificar sin problemas, hay que establecer un enemigo único, la exageración sobre los datos favorables también es útil en estas estrategias unido a la desfiguración. Además, se deben tener en cuenta otros elementos como que la campaña esté perfectamente orquestada y planificada, no hay lugar a la improvisación, el líder tiene que lograr que los electores se identifiquen con él. Por último, hay que tener en cuenta que las personas que ya se encuentran dentro del grupo tenderán a tener un pensamiento unánime con el de la mayoría y que será menos susceptible de ser influenciado por mensajes que vengan del exterior (Marqués, 2016).

Todo este conocimiento que se recoge sobre el electorado sirve para adecuar el mensaje al auditorio al que se va a dirigir. En el proceso comunicativo, el receptor del mensaje lo descodifica e infiere su significado. Al inferir la información pasa por unos marcos cognitivos que vienen a ser estructuras mentales que conforman nuestra forma de ver el mundo, cada persona al interpretar un término le dotará de un significado y una emoción que dependerá de su experiencia (De Santiago, 2008; Lakoff, 2007).

El emisor selecciona léxicamente una serie de términos sobre los que el destinatario aplica reglas de descodificación e inferencia. Ahora bien, en la selección léxica, el emisor interviene en ambos procesos manipulando los términos: en el proceso de codificación, cambia el significado del término para manipular la descodificación; en el proceso de inferencia estimula conscientemente un marco concreto de acuerdo con sus intereses. Así pues, no solo selecciona el término sino también el marco (De Santiago, 2008).

El uso y control que se haga del lenguaje es un recurso que se emplea para generar miedo, ciertas palabras o expresiones se encaminan a generar alarma social. Ciertos estudios apuntan a que las palabras tienen la capacidad de inducir o generar ciertas emociones como el miedo (Gantiva y Camacho, 2016).

Para una comunicación política eficaz, esta selección de palabras y significados se debe estructurar de alguna manera para lograr el resultado deseado: persuadir. Según exponen D'Adamo y García Beaudoux (2015) a través de la narrativa, de las historias y

relatos, se consigue centrar la atención del público, que recuerden mejor la información y a la vez despertar emociones.

El relato político o *storytelling* se caracteriza por tener una estructura con principio, desarrollo y fin, donde los acontecimientos que se narran siguen un orden lógico de causalidad. Los relatos políticos se centran en un tema concreto, para que la atención no se disperse, por eso mismo se emplean analogías y elementos visuales o visualizables para hacer más comprensibles las ideas. Para captar y retener la atención el conflicto y los interrogantes se suelen introducir al comienzo de la narración para ir dando las indicaciones a lo largo del discurso, finalizando con una moraleja y llamada a la acción (D'Adamo y García Beaudoux, 2015).

Como forma de mantener la tensión en el relato y de despertar el miedo en el electorado, la trama narrativa se centra en el conflicto, estructurándose en una dicotomía basada en un ellos y en un nosotros. La polarización política ha llevado a que la figura del adversario político pase a convertirse en el enemigo, donde al oponente se le considera carente de legitimidad (Camargo, 2021; D'Adamo y García Beaudoux, 2015; Moreno, 2020). El ellos en este tipo de discursos se relaciona con lo negativo, con los males venideros que acechan a la población, se busca asociar al adversario político con elementos negativos (Moreno, 2020; Moreno y Rojo 2021). Estos discursos tienden a simplificar la realidad y a reducir todo en dos polos: bueno y malo. Este reduccionismo es un heurístico cognitivo que es empleado por el cerebro para facilitar la toma de decisiones (D'Adamo y García Beaudoux, 2015).

La estrategia del miedo busca demonizar al enemigo, asociándole o caracterizándole con atributos con un significado negativo. Además, se le atribuyen los males que sufre la sociedad (Rebollo-Bueno, 2022; Requeijo et al., 2013).

La respuesta que suele buscarse al emplear este tipo de estrategias es estimular una sensación de miedo y desprotección:

En este proceso de incertidumbre ligado a la continua reconfiguración de los escenarios políticos, los partidos de extrema derecha ponen de manifiesto la ineficacia e ineficiencia del sistema, estimulan las decepciones de los ciudadanos y fomentan y aprovechan la inseguridad de la gente ante el riesgo que constituyen las sociedades en cambio (Rivera et al, 2021).

A la hora de buscar enemigos, el «ellos» se suele concretar en grupos concretos hacia donde se dirigen las críticas y a la vez permite al electorado tener un rostro la que temer. En este contexto, la elite política y la inmigración son dos de los blancos que se suelen

emplear por los partidos de derecha radical (Antón-Mellón y Hernández-Carr, 2016; Oñate et al, 2022). En estos discursos los dirigentes políticos son representados como una clase acomodada que no se preocupa y no conoce las verdaderas preocupaciones de la ciudadanía y únicamente tienen interés en su propio beneficio. En el caso de la inmigración, ellos son los culpables de la inseguridad. La raza no aparece ya como factor determinante, ahora se incide sobre la cultura como un factor conflictivo para la convivencia (Antón-Mellón y Hernández-Carr, 2016).

5.4 El líder y el liderazgo político

El discurso político para que resulte eficaz y logre persuadir al electorado debe estar en sintonía con la imagen que transmite el candidato, si ambos elementos no están sincronizados no será creíble. «Las buenas historias necesitan buenos narradores y, cuando quienes narran las historias no lo son, la técnica de *storytelling* pierde su capacidad persuasiva, aunque la trama de la historia esté bien planteada» (D'Adamo y García Beaudoux, 2015).

La mediatización y personificación que la política ha ido experimentando sitúan a los candidatos en el centro, ellos encarnan el partido y las ideas que propone. «Siendo el candidato, la persona, el centro de la campaña, se debe buscar consolidar su imagen y liderazgo a partir de herramientas que enfatizan la dimensión humana» (Cárdenas, 2013).

La imagen del político también comunica, por eso se debe cuidar tanto la imagen proyectada como la percibida (Orejuela, 2009). La primera está relacionada con el carisma, el conjunto de características que le dan una especial personalidad, un atractivo que inspira y permite que sus seguidores conecten con él, es una cualidad que no se puede aprender ni construir (Deusdad, 2003; Orejuela, 2009).

Por el otro lado, estaría la imagen percibida, donde el elemento subjetivo del receptor predomina. La imagen política sería la combinación de ambas facetas: «Es, pues, la suma de lo que el candidato es; lo que proyecta; y, sobre todo, lo que los votantes perciben» (Deusdad, 2003). La percepción se ve influenciada por muchos elementos entre los que se encuentran los elementos emocionales que el político despierte. Así, por ejemplo, la parte del electorado que votó por Vox en las elecciones generales de 2019 sentían o proyectaban emociones negativas hacia los candidatos que más se alejaban ideológicamente del partido, como el PSOE y Podemos (Oñate et al., 2022)

En el caso de Santiago Abascal, con un discurso fuerte y contundente contra los enemigos de España, refleja una imagen personar en el mismo sentido, con una apariencia masculina y varonil, arropado por símbolos de la nación como la bandera o de las fuerzas de seguridad. También es presente en sus redes sociales la presencia de su familia, adoptando el rol de padre, protector y proyectando valores tradicionales como la religión (Del Castillo e Iturbe, 2021). La técnica del *storytelling* también se emplea para mostrar el rol estilístico del candidato, donde se muestra esfera íntima y estilo de vida como forma de construir la imagen de este y conectar con el público (Vázquez, 2016).

La politización de la televisión, la introducción de las técnicas del márketing, la reducción del debate ideológico, la reducción de las diferencias notables entre partidos ha contribuido a la personalización de la política. Las técnicas hacen que se venda al candidato como un producto de consumo, algunos consideran que el candidato es clave a la hora de ganar y la vida de este influye a la hora de venderlo.

5.5 Instagram como medio de comunicación política

El avance de internet y la revolución digital ha influido en la comunicación política, modificando la forma en la que los partidos y electores se relacionan, pasando a ser una relación bidireccional, interactiva, libre y a tiempo real: el concepto con el que se ha denominado es el de ciberpolítica. En este contexto, las redes sociales han adquirido un gran peso en la política. Se han convertido en un instrumento para movilizar al público (Berlanga y Ortiz de Barrón, 2021; De Aguilera y Casero-Ripollés, 2018; Sánchez y De Aguilera, 2023).

Las redes sociales ya se han convertido en un instrumento imprescindible para la comunicación política. Internet ha generado que las dinámicas comunicativas se reconfiguren, lo que ha afectado a todos sus elementos, mensaje, emisor y receptor. La implementación de los avances digitales ha tenido impacto en las estrategias propagandísticas. Esto se aprecia en la producción de contenidos, donde la imagen y el video priman sobre el resto, y en la capacidad participativa de los receptores que ya no son meros espectadores pasivos, sino que pueden compartir, comentar e incluso añadir valor a las publicaciones difundidas (Rebollo-Bueno, 2022).

El uso de las redes sociales permite a los partidos tener mayor control sobre el mensaje, ya que pueden seleccionar directamente el contenido que se va a publicar, sin la

necesidad de recurrir a los medios de comunicación como intermediarios. También constituyen una forma económica de difundir la propaganda política (Sánchez y De Aguilera, 2023). Además, gracias a estos nuevos canales se pueden buscar nuevos nichos de votantes y ampliando la base del electorado más allá del espectro tradicional ideológico. De esta forma se ha logrado conectar en especial con el público joven que tiempo atrás sentían desinterés por la espera pública. (Berlangua y Ortiz de Barrón, 2021; De Aguilera y Casero-Ripollés, 2018; Rivera et al, 2021; Sánchez y De Aguilera, 2023).

Atrás quedó la época en que la comunicación presentaba una unilateralidad. La interconectividad de esta era permite a la opinión pública movilizarse y manifestarse sin necesidad de recurrir a los canales tradicionales. Un ejemplo de esto lo podemos encontrar en movimientos de gran trascendencia como las Primaveras Árabes, el movimiento Cinco Estrellas o el 11M en España (Sánchez y De Aguilera, 2023).

En el terreno electoral, el expresidente de Estados Unidos, Barak Obama, fue uno de los visionarios que supo sacarles rédito político a las redes sociales. Su equipo aprovechó las posibilidades que Twitter ofrece para transmitir las ideas del demócrata y conseguir una mayor difusión.

Instagram en concreto es una red social donde la imagen a través de videos y fotografía prima por encima del texto. La plataforma también ofrece la posibilidad a los políticos de mostrar partes de su vida más personal, lo que ayuda a humanizar su imagen y proyectarse como personas cercanas, con las que conectar y llegar a empatizar. Durante el periodo electoral de 2019, Instagram cogió mayor popularidad entre los políticos y el volumen de publicaciones que hicieron se incrementó. El número de seguidores de los candidatos también sufrió variaciones. En el caso de Vox, el partido pasó de los 226.767 a 285.444 seguidores, lo que supuso un gran aumento de su popularidad y se tradujo en una mayor difusión de sus mensajes (Gamir-Ríos et al, 2022)

Plataformas como Instagram han contribuido a potencial el fenómeno de la mediatización política (Pont y Gutiérrez-Rubí, 2020). Este canal permite acercar a la gente a la política y al político. Las imágenes que se suben pertenecientes a una espera más íntima y personal. Con imágenes rodeado por la familia, por ejemplo, se contribuye mostrar esa faceta personal que de otra manera no sería tan visible. La red social permite que los seguidores simpaticen y se identifiquen con los candidatos a través de sus gustos y aficiones (Pont y Gutiérrez-Rubí, 2020; Selva-Ruíz y Caro-Castaño, 2017).

Poniendo en el centro la imagen, Instagram permite combinar el rol político y estilístico de los candidatos, dos facetas esenciales a la hora de captar electores. Además, la red

social es una herramienta eficaz y potente que puede ayudar a construir el liderazgo del líder por las características que se han ido mencionando.

6 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Santiago Abascal es el dirigente político a nivel nacional que mayor número de seguidores tiene en Instagram, con un total de 888 mil. Por detrás de él se sitúan Pedro Sánchez, con 406 mil; Yolanda Díaz, con 345 mil; y Alberto Núñez Feijóo, con 147 mil. De las 3211 publicaciones disponibles entre el 2 de diciembre de 2014 y el 23 de julio de 2023, una 337 presentan elementos que hacen alusión al miedo. Con estos datos se puede decir que el 10,5% de los videos e imágenes publicadas tienen una intención de persuadir por medio de esta emoción.

6.1 Evolución de la cuenta de Instagram de Santiago Abascal

El contenido de primeras publicaciones en la cuenta de Santiago Abascal, entre 2014 y 2015, no predomina la temática política. Aunque aparecen imágenes sobre Vox en encuentros y actos, abundan los contenidos que tienen relación con la esfera íntima y persona del dirigente político: fotos rodeado de su familia, donde se aprecia su faceta como padre, practicando montañismo, montando en moto o realizando fotografías en plena naturaleza como pasatiempo.



Imagen 1 /Ejemplo de una fotografía de Abascal junto a sus hijos/ Fuente: @santi_abascal

En el periodo que abarca desde 2016 hasta 2017, el contenido relacionado con el partido y la política en general empieza a ser más recurrente. Algunas de las ideas y temas que con el tiempo serán identificativas de la formación, como la inmigración o el separatismo, ya se plasman en este periodo. A finales de 2017, aparece contenido referente al 1 de octubre, cuando se produjo el referéndum de autodeterminación ilegal en Cataluña.



Imagen 2/ Movilización contra el referéndum ilegal del 1-O/ Fuente: @santi_abascal

El año 2018 es clave para el partido. Ante un clima de crispación política y social por lo ocurrido en Cataluña, Vox ganó más peso mediático. Estos factores contribuyeron en su camino de entrada en el parlamento autonómico de Andalucía, tras las elecciones del 2 de diciembre de este año. Todos estos cambios y la entrada progresiva en las instituciones se reflejan en la cuenta de Abascal que cada vez se va profesionalizando más. El contenido y la calidad de este evolucionan, la frecuencia de las publicaciones también aumenta. Si bien el contenido de la esfera personal se reduce, aún siguen apareciendo estampas de la vida familiar, haciendo deporte, montañismo... Elementos que tendrán importancia para construir su liderazgo y mostrarse como un candidato fuerte, masculino y con valores tradicionales.

Durante el periodo temporal analizado se observa que durante periodo electoral son más frecuentes los contenidos que exponen peligros o generan alarma. Así, en las elecciones andaluzas de 2018, en las generales de 2019, en el adelanto de los comicios de 2021 en la Comunidad de Madrid y en las generales de 2023. Los momentos de crisis donde la inseguridad ciudadana es más común también son empleados para desplegar con mayor intensidad este tipo de mensajes. Esto se aprecia durante las protestas que tuvieron lugar en Cataluña por los políticos presos independentistas, por celebrar el

referéndum ilegal. La región se presenta como caótica, sin orden, en pie de guerra, donde las imágenes de los incendios que se produjeron se utilizan como símbolo recurrente de todo esto. Durante la pandemia también se aprecia de forma más clara el mensaje de miedo, en un clima de incertidumbre, de desesperanza por el confinamiento, se empleó la baza de la libertad para atacar al gobierno. Al igual ocurre en las crisis migratorias que han ido sufriendo regiones como Canarias. Por último, durante la celebración de las dos mociones de censura que el partido presentó, el fundamento de estas es la necesidad de cambiar de rumbo y expulsar a un gobierno que ha traído la ruina, la inseguridad y pone en riesgo la democracia.



Imagen 3/Ejemplo sobre la representación sobre la realidad caótica que muestra Abascal/ Fuente: @santi_abascal

6.2 La realidad a través del prisma de Vox

Crisis, inseguridad y pérdida de derechos y libertades. Estas tres ideas son las que se extienden por todo el discurso de Santiago Abascal en Instagram a la hora de describir o referirse a la situación en la que se encuentra España.

Los tres conceptos son poderosas referencias que despiertan la idea de peligro. Una crisis implica que la situación en la que alguien se encuentra cambiará a peor. La inseguridad conlleva estar en un estado continuo de vigilancia, de intranquilidad. Y el retroceso de derechos y libertades se puede llegar a asociar con sistemas políticos poco democráticos o dictaduras, que por las propias connotaciones del término ya expresan algo indeseable.

Durante la última moción de censura presentada por Vox en el Congreso de los Diputados, la realidad nacional se presenta caótica:

Nunca ha habido tantos motivos para censurar a este gobierno. Ninguno de los pilares que sostienen a un país democrático se dan en España: las fronteras vulneradas, la unidad amenazada, la seguridad en entredicho, la economía por los suelos, la soberanía socavada, la corrupción institucionalizada, la constitución por los suelos, la democracia y el estado de derecho deteriorados... (24/01/2023).

Los puntos que se tratan en el discurso hacen alusión a miedos presentes en el electorado de Vox y en población que puede ser categorizada como indecisos. En tiempo de adversidad, la penetración de este tipo de discursos se ve favorecida: un individuo que sufre o se lamenta por laguna de esas cuestiones buscará a alguien que le ofrezca soluciones.



Imagen 4/ Ejemplo sobre la manifestación de las crisis que hay en España/ Fuente: @santi_abascal

Alusiones a estas dimensiones aparecen a lo largo de todo el marco temporal analizado, ya que la repetición es un elemento necesario para hacer que el mensaje cale en el imaginario colectivo, se construye una realidad de tensión que busca movilizar a la población: si quieres evitar o solucionar esto, haz esto otro.

Las referencias a esta situación se han ido exponiendo en otros momentos. Durante la primera moción de censura, el dirigente de Vox expresó que era un «momento grave de nuestra democracia, quizá el peor desde el año 1978, no podemos seguir sin hacer nada

ante esta degradación» (29/09/2020). La intención que se busca es la misma: alertar y llamar a la acción.

Esta línea se potencia incidiendo en otros marcos mentales igual de alarmantes como la pérdida de derechos y el deterioro de la democracia. Estas alusiones llevan a la mente a pensar en regímenes autoritarios donde los derechos y la democracia no se respetan.

Es una ley absolutamente totalitaria, impropia de cualquier democracia y propia de las peores dictaduras. [...] intentando condicionar la libertad de pensamiento, la libertad de conciencia, la libertad de expresión de cátedra, la libertad de asociación. Esta ley atenta contra la convivencia democrática, contra la concordia nacional, trata de deslegitimar la transición (13/enero/2023).

La asociación constante por asociación con estados totalitarios pretende evocar a la situación de lugares como Venezuela y Cuba, cuya situación es percibida por la opinión pública nacional como negativa y desbastadora.

En el discurso el léxico empleado juega un papel importante a la hora de construir esta realidad caótica. Las alusiones al «asalto a las instituciones», «imposición ideológica», «dictadura progre», «golpe de estado» crean el marco de estar en un escenario bélico.

Nosotros queremos la normalidad de que cada español reciba su nómina y la normalidad de que España sea una nación de ciudadanos libres e iguales que no tengan que vivir del Estado y de las migajas del vicepresidente Pablo Iglesias (29/04/2020).

Durante la pandemia del covid aparecen muchos mensajes pidiendo la vuelta a la normalidad, solicitando que se vuelvan a restaurar los derechos y libertades que se habían perdido por «un estado de excepción encubierto» y «un estado de alarma con pretensión de perpetuidad». Vox mostró su oposición a esta situación, aunque en un primer momento fue partidario de instaurar medidas para la protección frente a la pandemia.

Por otro lado, la mención a una «emergencia social» pone al receptor en estado de atención ante la amenaza de ver alterado de forma negativa su estatus, su modo de vida, la posibilidad de perder algo: ya sea el trabajo, la casa o incluso la nación. El contexto de España se utiliza como elemento para generar incertidumbre sobre el futuro y alertar sobre la situación presente. Dos elementos que pueden inducir o generar miedo.



Imagen 5/ Abascal junto a personas que afrontan una mala situación económica/ Fuente: @santi_abascal

La idea de una «España rota» hace alusión a las ambiciones de partidos nacionalistas como Esquerra Republicana, en Cataluña, o EH Bildu, en el País Vasco, de conseguir la independencia de esos territorios. Esta desunión se enmarca en la metáfora que se maneja de la nación como casa de todos los españoles, con las implicaciones que eso tiene: seguridad, convivencia, armonía... Al dividir el hogar de todos los españoles, lo que se está haciendo es privarles de este espacio y de un elemento de identidad personal: yo soy español, pero si España desaparece, qué soy ahora.

Otra de las ideas que es recurrente a lo largo del relato es la de «volver a los viejos odios», «acabar con la concordia». Estas alusiones hacen referencia a la época de la Guerra Civil española, donde el bando republicano y el nacional se enfrentaron, desembocando en una dictadura. Con esta alusión se repite una y otra vez que lo que se pretende es volver a esa situación del pasado. El trauma de este periodo histórico aún está latente, incluso entre personas que nacieron ya en democracia.

Parece una broma que un país en el que la gente está sufriendo los políticos nos quieran hacer enfrentarnos por una guerra en la que los españoles tuvieron abuelos en ambos bandos (Abascal, 31/07/2023).

El mensaje también tiene la doble función de reflejar que la élite política no está centrada en lo verdaderamente importante y pierde el tiempo en temas que no solucionan las demandas de la población, sino que únicamente generan nuevas tensiones.

Con el tema de la «emergencia social» se incide en la situación actual del país, se juega con la preocupación por la tasa de paro, el encarecimiento de los productos esenciales como los alimentos, con la alta tasa de paro, cuando los jóvenes no pueden formar una familia, cuando hay autónomos que tienen que pagar una gran cantidad de impuestos y a muchos empresarios les han obligado a cerrar sus negocios. Se habla de estas situaciones adversas que generan angustia y preocupación entre la población para movilizar todas esas emociones en la contienda política.

Las familias están amenazadas por la pérdida de poder adquisitivo, la inflación que afecta a los productos básicos está desbocada, la presión fiscal es abusiva e injusta, la vivienda es un lujo para cada vez más españoles, los jóvenes piensan en formar una familia, pero eso es una quimera.

Alusiones a las «colas del hambre» o «las cartillas de racionamiento» generan una potente imagen, que, unido al escenario bélico, evocan un escenario posbélico donde el hambre, la escasez y la desesperación son protagonistas.

La seguridad o la pérdida de esta también se usa en la estrategia discursiva. Aunque la alusión a la inseguridad en los barrios provocada por la inmigración es recurrente, la campaña electoral de 2021 en la Comunidad de Madrid puede servir de referente para ilustrar esta apelación al miedo, ya que gran parte de la estrategia electoral se centró en el tema de la seguridad en los barrios madrileños, de recuperar algo perdido.

Hoy en el barrio de [#Hortaleza](#) [#Madrid](#) junto a los vecinos exigiendo seguridad y libertad en las calles, destruidas por la izquierda que importa menas e ilegales mientras discrimina a los españoles y destruye sus barrios. [#VOX](#) [#ProtegeMadrid](#) [#VotaSeguro](#) (20/04/2021).

La inmigración no solo se muestra como un elemento peligroso, sino también como un peligro para la concordia por los choques culturales. El discurso juega con la idea de que la «invasión» de una cultura opuesta a la nacional, con unos valores tan diferentes pone en riesgo la democracia.

En la estrategia persuasiva de Vox también se avisa sobre los posibles males futuros. Un escenario a medio y corto plazo donde se muestra como los enemigos de España han conseguido fracturar la convivencia y desmembrar el Estado con la independencia de Cataluña. En el País Vasco se presenta la llegada al poder de Arnaldo Otegi y EH Bildu, un partido terrorista, en opinión de Abascal, que también busca dividir y separar. En el plano nacional, el socialismo se puede volver a instaurar en regiones como Andalucía, con políticos condenados por corrupción como Griñan, que tras haber

eliminado el delito de malversación puede volver a presentarse a un cargo público. La predicción que hace el partido augura que la deriva ideológica de la izquierda impondrá medidas como el pasaporte climático y «acabarán con la industria del automóvil, limitando los desplazamientos de la clase trabajadora».

6.3 Los enemigos de España

Los males que asolan a España tienen unos responsables, unos culpables. El discurso de Santiago Abascal en su cuenta de Instagram se centra en alertar sobre tres enemigos y peligros para la nación: la izquierda, personificada en la figura de Pedro Sánchez; los nacionalismos regionales, donde diferencia entre separatistas y terroristas; y por último, la inmigración ilegal que llega al país.

Con esta simplificación se establece una relación causal entre los problemas que la formación refleja y los responsables. En este relato político, los enemigos de España conforman el «ellos» de la narración, los antagonistas y responsables de que la situación social esté mal en el país. Frente a todo esto se construye el «nosotros» que se va armando y construyendo como la única opción capaz de derrotar al adversario político, ahora convertido en rival.

En esta estrategia comunicativa, los protagonistas de la historia se concretan y se personifica en la figura de Pedro Sánchez, líder del Partido Socialista Obrero Español y presidente del gobierno; el independentismo catalán, representado por líderes como Gabriel Rufián (portavoz en el Congreso de Esquerra Republicana de Catalunya), Oriol Junqueras (presidente de Esquerra Republicana de Catalunya) y Carles Puigdemont (miembro de Junts per Catalunya y expresidente de la Generalitat que convocó la consulta independentista); por último estarían los menas (menores extranjeros no acompañados).

6.3.1 La izquierda socialcomunista

La izquierda está personificada en la imagen del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez. Él y sus políticas «progues» son los principales responsables de los males que asolan España, según el discurso de Santiago Abascal. Entre otros calificativos, el

Gobierno es calificado por Vox como «traidor» que ha vendido la nación al pactar con los enemigos de España, los partidos nacionalistas, con la única intención de mantenerse en el poder a toda costa. Con estas afirmaciones se intenta mostrar al líder del PSOE como una persona poco creíble, que es capaz de mentir a los suyos y traicionarles. Con esta imagen se le retrata como un individuo que se mueve por intereses personales. En vez de guiarse por unos valores firmes y defender la unidad del país, sin ceder a chantajes, decide priorizar su gobierno.

Los españoles en Colón contra la foto de la vergüenza, la del gobierno sanchista gobernando ilegítimamente con todos los enemigos de España; comunistas totalitarios, separatistas y terroristas (13/06/2021).

El relato de Santiago Abascal busca deslegitimar a Pedro Sánchez, haciendo alusión a que un político que ha llegado al poder mintiendo no es digno del cargo y, por lo tanto, no debería ser considerado como presidente. La estrategia argumentativa también busca despersonalizar a la persona a través del «sanchismo» expresión cargada de una fuerte connotación negativa.

Además, la estrategia comunicativa también pretende demonizar al presidente. El dirigente del Partido Socialista es representado como un líder autoritario que trata de imponer su ideología a pesar de que estos planteamientos perjudiquen a la población.

España sufre al peor gobierno, uno criminal, que solo trae la ruina y la muerte y solo sabe de totalitarismo, denunciamos la indefensión del pueblo, gobierno socialcomunista (9/10/2020).

Las asociaciones continuas al comunismo y al totalitarismo pretenden activar los marcos asociados a estos conceptos que despiertan imágenes de países donde los derechos y libertades están limitados, donde la disidencia política se persigue. Las relaciones o comparaciones con regímenes como el de Venezuela y Cuba sirven para crear el efecto alarmista: este es el futuro que nos espera. Por esta razón se proyecta la imagen de que en España se está produciendo un golpe de estado, para instaurar una dictadura personalista: «el sanchismo».

Tenemos un Gobierno que señala una institución y después la asalta, recuerda a Hugo Chávez que se paseaba por Caracas señalando edificios y diciendo: exprópiase. Sánchez va señalando las instituciones y dice: que sean asaltadas. Lo ha hecho con Correos, con el Centro de Investigaciones Sociológicas, con el Tribunal de Cuentas, con el Constitucional... (27/11/2022).

El PSOE se ha atrevido a hacer lo que jamás nadie hizo en democracia: prohibir a la oposición expresarse libremente en el Congreso. En solo unos años hemos visto al PSOE triturar la separación de poderes, asaltar toda institución independiente, pactar con comunistas, golpistas y filoetarras y silenciar y censurar la voz de al menos media España (29/11/2022).

La ley de Memoria Democrática es absolutamente totalitaria, impropia de cualquier democracia y propia de las peores dictaduras (13/01/2023).

La idea que se transmite de forma recurrente a lo largo de todo el Instagram de Santiago Abascal es que se está produciendo un golpe de estado silencioso y lento, donde poco a poco el socialismo va haciéndose con mayores cuotas de poder sin que nadie ponga freno a toda esta situación.

El discurso contra Pedro Sánchez se va endureciendo con los años. Hasta 2019, fecha en la que el PSOE gana las elecciones generales y busca pactos con partidos como Unidad Podemos o Esquerra Republicana de Catalunya, las referencias y ataques contundentes hacia Pedro Sánchez son escasas en su cuenta de Instagram. Las menciones se engloban en las críticas generales que hace hacia la élite política y a la «dictadura de la corrección política». El cambio podría deberse, además de ocupar la presidencia, en los acuerdos o pactos de los socialistas con los independentistas, los enemigos de España. El tono y la intensidad del discurso vuelve a elevarse tras la salida de Pablo Iglesias del Gobierno en 2021, hacia donde se dirigía gran parte de las acusaciones. Tras su retirada de la vida política, Vox necesitaba construir un nuevo antagonista para su relato político.

España afronta estos días tres amenazas: la sanitaria, la económica y la totalitaria que representa Pablo Iglesias (26/03/2020).



Imagen 6/ Ejemplo sobre la idea de un golpe de Estado/Fuente: @santi_abascal

En las mediciones directas que Santiago Abascal hace sobre Pedro Sánchez se abundan las expresiones belicistas, rasco característico de su comunicación. Esta selección léxica encaja con su retórica sobre su lucha por la libertad, por acabar con las imposiciones ideológicas y por derrotar a los culpables de los problemas del país.

Desde 2020, se aprecia en la cuenta del dirigente de Vox un aumento de contenidos, calificando de forma negativa las medidas del Gobierno para frenar el avance del virus. En este momento el relato contra el gobierno que trae la ruina y el hambre se perpetúa hasta la actualidad.



Imagen 7/Ejemplo sobre alarmismo social por la situación del país/Fuente: @santi_abascal

Un gobierno que ha enfermado de manera terminal de sectarismo y de odio. El gobierno de la muerte, la ruina y la mentira va a ser muy dañino (27/05/2020).

No saldremos más fuertes mientras ustedes permanezcan en el gobierno. Porque solo nos han traído ruina, división y atropello a las instituciones democráticas de los españoles (11/06/2020).

El escenario de crisis sanitaria generalizo y las consecuencias económicas que trajo para muchos ciudadanos que debido a las restricciones tuvieron que cerrar sus negocios era el momento oportuno para colocar un mensaje como el de Abascal, donde ya hay un temor real en la población. La idea que gira en torno a todas estas alusiones se podría resumir como: mientras ellos gobiernen, tú no vas a poder prosperar y la situación va a ser cada vez peor.

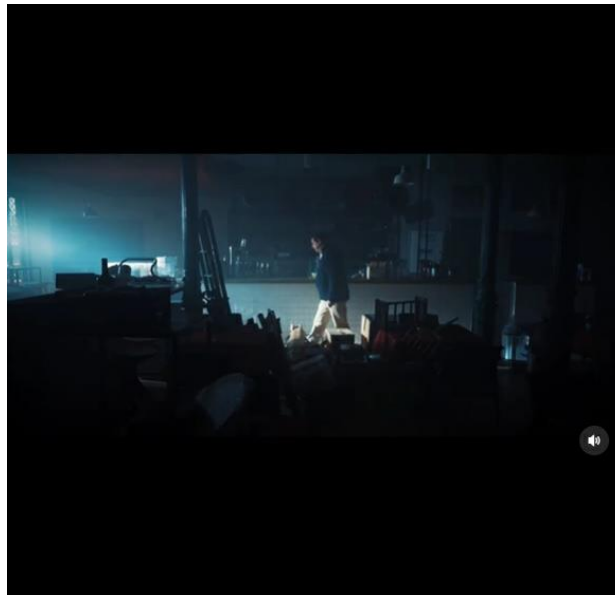


Imagen 8/Video propagandístico donde se muestran los efectos negativos de las políticas de Sánchez/Fuente: @santi_abascal

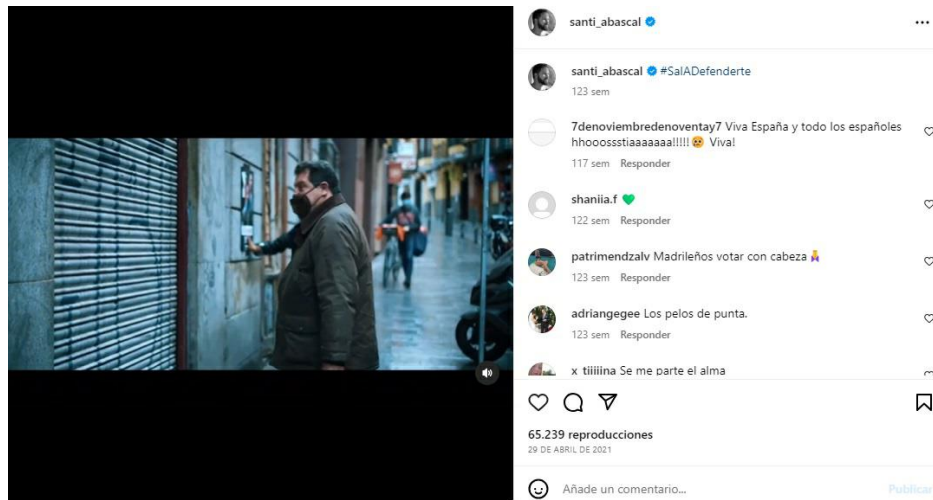


Imagen 9/Video propagandístico donde se muestran los efectos negativos de las políticas de Sánchez/Fuente: @santi_abascal

En un video propagandístico publicado en 2021, se puede observar como un hostelero vive la pandemia de covid: el dueño del bar va desarrollando su trabajo, mientras que de fondo se ven anuncios que Sánchez iba haciendo por televisión en las diferentes etapas. Al final se ve obligado a cerrar su negocio.

Como se ha mencionado antes, este tipo de discursos donde se avisa sobre la pérdida de algo personal y cercano, algo concreto, pueden llegar a generar mucha movilización al sentir el espectador que la situación sobre la que se alarma le afecta de manera directa de forma muy negativa.

A lo largo de las diferentes publicaciones se puede extraer la idea de que la izquierda en general no está preocupada por los problemas reales de la gente y solo se centra en su ideología. En esta construcción vuelve a estar presente la estructura del ellos, la clase política y acomodada que está alejada de la realidad y el nosotros, el pueblo que tiene muchas dificultades diarias que no se solucionarán con postulados ideológicos sobre el lenguaje inclusivo o las cuotas de paridad en los puestos de poder.

Para Santiago Abascal, este tipo de ideología es peligrosa, ya que esa desconexión genera que se abracen dogmas como la agenda 2030, que solo traerá más problemas y limitará derechos como la prohibición de conducir el coche de siempre y obligar a la gente a comprarse otro, cerrar fábricas, que el campo tenga problemas de abastecimiento o que las mujeres se vean desprotegidas.



Imagen 10/Cartel propagandístico alertando sobre Sánchez/Fuente: @santi_abascal

Hay 800.000 españoles trabajadores en ERTE, porque el Gobierno de la ruina y de la mentira les prohibió trabajar, laminando sus bares, restaurantes, sus comercios y sus industrias. Han hundido el turismo, han amenazado a la gente del campo, han condenado a la industria del automóvil con el apocalipsis climático, atracado a los autónomos a los que prohibían trabajar y facturar, y han dicho a los jóvenes que no hay plan b para su futuro.

Este Gobierno que quiere proteger a las mujeres y saca a los violadores con la 'ley del sí es sí' y hace una ley trans según la cual un señor que se percibe de género femenino puede entrar en un vestuario, puede competir con las chicas, puede arrebatarse a una mujer una plaza reservada. Y luego con esa ley llamada de violencia de género que no reduce y ha creado tribunales de excepción para hombres, que ha destruido la presunción de inocencia de la mitad de la población.



Imagen 11/Abascal visita a los agricultores de Almería/Fuente: @santi_abascal

La juventud de Castilla quiere nacer y vivir en su tierra, sin tener que soportar la pena de destierro a la que le han condenado las políticas progres del PP y PSOE que han criminalizado la industria, el campo y la natalidad #Siembra #EleccionesCyL13F (4/02/2022).

Para construir estos relatos y adaptarlos se aprecia el uso de la segmentación, donde el discurso se focaliza en los aspectos que más pueden preocupar a su electorado. De esta forma, los temas sobre las malas condiciones económicas y las subidas de impuestos se dirigen hacia los empresarios, autónomos o ciudadanos de clase media alta y trabajadora. La amenaza sobre la imposición de la agenda 2030 se enfoca en los agricultores, ganaderos y habitantes del medio rural. La peligrosidad en los barrios hacia los habitantes de las ciudades como Madrid o Barcelona. Y las alusiones hacia la desprotección de las mujeres y el adoctrinamiento de los menores tienen como destinatario a los padres.

6.3.2 Partidos nacionalistas

Dentro de los nacionalismos periféricos, Santiago Abascal hace una clara distinción dentro de su discurso entre: los independentistas catalanes y los terroristas de ETA

El independentismo catalán es uno de los temas centrales en el relato de Vox. Desde un principio la formación política construyó su identidad y su imagen oponiéndose a los movimientos nacionalistas. Su ascenso electoral se debe en gran parte al clima de crismación y caos que se generó tras el referéndum de autodeterminación.

Hemos visto florecer el odio que durante mucho tiempo y con el dinero de todos llevan sembrando en Cataluña. Por desgracia seguimos viendo en libertad a los criminales separatistas que han cometido estos delitos. Y en libertad siguen anunciando que cometerán otros aún más graves y dañinos, rompiendo la unidad de nuestra patria común (7/10/2017).

La estructura del ellos y del nosotros frente al independentismo es más marcada que en ningún otro caso Vox se presenta como lo opuesto, la antítesis. Desde las primeras publicaciones en la cuenta de Instagram de Santiago Abascal se muestran referencias a los partidos nacionalistas, en particular al movimiento catalán.



*Imagen 12/Representación de las dos caras de Cataluña, el lado amable y le lado violento/
@santi_abascal*

Los videos electorales muestran una turba de personas violentan, que arrojan cosas y tienen que ser sometidos por la Policía. Todo en blanco y negro con una música de fondo que pretende generar intranquilidad. Tras ellos, se muestra la otra Cataluña, que tiene color, es alegre y se interesa por los verdaderos reales.

La nación para el dirigente de Vox es un símbolo de identidad y de seguridad, por lo tanto, todos aquellos que la pongan en riesgo e intenten fracturarla deben ser considerados como enemigos. Los partidos independentistas son calificados de forma constante como «golpistas» y «enemigos de España». Dirigentes políticos catalanes como Quin Torra y Oriol Junqueras son representados como criminales que buscan «dar un golpe contra España», «romperla». El relato se arma utilizando este tipo de palabras que generan una animadversión hacia estos personajes.

Abascal también expone que los culpables de romper la convivencia en la región han sido los separatistas. Quienes se han saltado la ley

La sentencia de 2019 que inculpó a varios líderes del independentismo generó múltiples manifestaciones en la ciudad de Barcelona, donde se llegaron a vivir episodios violentos durante varias noches seguridad, con calles cortadas y contenedores encendidos. La tensión dentro de la región y en el resto del país experimentaron una escalada.

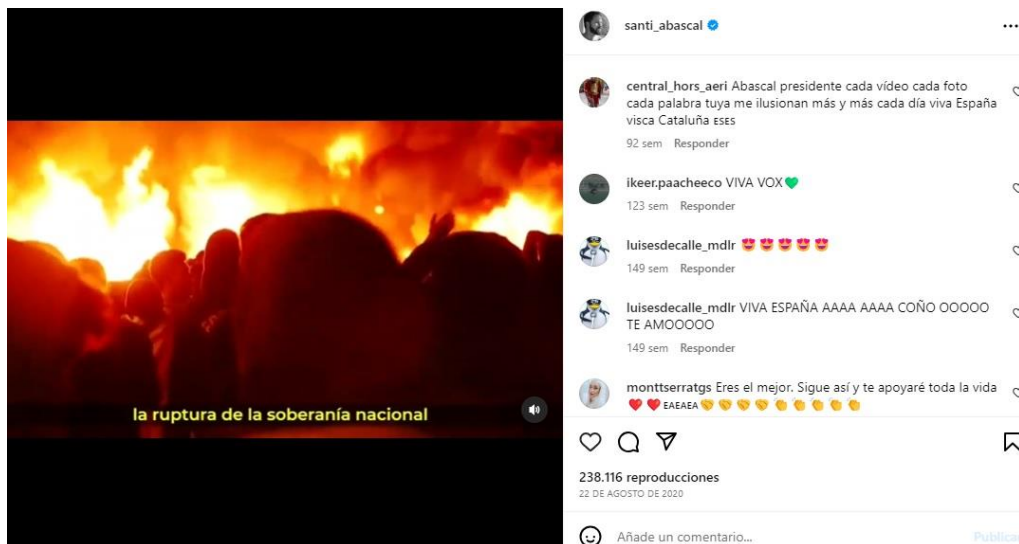


Imagen 13/Incendios de las calles de Barcelona durante las manifestaciones por la sentencia del proces/Fuente: @santi_abascal

Las imágenes de esos días sirvieron de material a Vox para reflejar la violencia del independentismo, reflejando el caos y la confrontación que estas ideologías generan entre la población. En el relato de Vox, Cataluña está secuestrada por un grupo reducido de individuos que han impuesto su visión del mundo. Mientras que otros tantos catalanes se ven acorralados y privados de libertad por miedo a las posibles represalias.



Imagen 14/Ejemplo sobre los ataques violentos de los separatistas/Fuente: @santi_abascal

En la estrategia discursiva se asocia constantemente la violencia y el desorden con el «separatismo catalán»: ellos son violentos, no respetan las normas de convivencia ni la nación.

Por otro lado, dentro de los partidos nacionalistas también tiene un peso importante en el Instagram de Santiago Abascal EH Bildu. Este partido es denominado por el dirigente como los herederos de ETA, filioetarras o simplemente ETA. En este caso, el relato no se centra en el secesionismo o separatismo, sino en el terror hacia el terrorismo.

Las referencias a esta banda organizada tienen la suficiente fuerza y capacidad para conseguir activar los marcos mentales que generan el miedo. En este caso, la construcción del enemigo se hace por la simple asociación de estas dos realidades: un determinado partido y una banda terrorista que actuó en el país durante años.

ETA fue una organización terrorista que operó en activo en España durante años, desde 1958 hasta 2018, cuando anunció su disolución definitiva. El grupo es recordado por orquestar atentados contra población civil (como la colocación de explosivos en Hipercor, en Barcelona) y contra políticos de diferentes partidos políticos, uno de los más representativos es el del concejal del Partido Popular, Miguel Ángel Blanco, secuestrado y ejecutado. La imagen de Arnaldo Otegui, cara visible del actual partido EH Bildu, está relacionada con la banda criminal por sus vínculos pasados.

A nivel social, los crímenes y actividades que desarrollaron durante los años que estuvieron en activo han generado un trauma colectivo que aún perdura. Por esa razón, la asociación con ETA tiene la capacidad de despertar ciertas emociones, incluso entre aquellos que por edad no vivieron de forma directa esa época histórica donde hubo el grupo terrorista tuvo

más actividad criminal. La mención o referencia a la banda terrorista conecta directamente con los asesinatos que cometió o con la intranquilidad que generaba.

Las menciones recurrentes sobre el regreso de la banda o sobre los herederos de ETA, buscan generar estas conexiones para alarmar al electorado sobre los riesgos que hay y sobre la posibilidad de que el pasado, ese miedo y peligro constante, se vuelva a instaurar si el ese partido político consigue sus objetivos.

ETA es el presente porque está en el parlamento vasco, y en el Congreso. ETA se ha transformado, pero ETA asesinó hasta antes de ayer (18/06/2020).

ETA no ha sido derrotada, Bildu no existe, es ETA. Sánchez junto con ETA y Esquerra Republicana lideran la ruptura (26/11/2020).

Recibimientos a presos, actos de homenaje a terroristas, manifestaciones de apoyo, reivindicación por los supuestos derechos vulnerados de los terroristas, de los criminales, de los asesinos, de los peores psicópatas que ha conocido nuestra tierra (el País Vasco). Lo que está ocurriendo es un acto de exaltación del terrorismo, de reivindicación de la banda terrorista ETA y de reivindicación de todos y cada uno de ellos crímenes que la banda terrorista ETA ha cometido en esta tierra y en el resto de España durante décadas (18/09/2021).

El dirigente de Vox alude de forma repetida a que la banda terrorista sigue existiendo, y sigue operando en el país, aunque con un nombre y rostro diferentes. El mensaje de Abascal advierte sobre el peligro latente, la amenaza de que los terroristas vuelvan a sembrar el caos en el País Vasco y España.



Imagen 15/Cartel electoral donde se denomina a Otegui sicario/Fuente: @santi_abascal

Las alusiones a ETA también se emplean para desacreditar al Gobierno nacional, unos dirigentes que con capaces de pactar y llegar a acuerdos con los individuos que cometieron decenas de crímenes durante tanto tiempo. La relación que se hace en esta narrativa es que un presidente que es capaz de todo esto no merece confianza, índice en los motivos por los que no se le puede considerar como un dirigente legítimo y fiable, ya que ha mentido a su electorado y a los españoles al decir que no pactaría con EH Bildu y, al final, ha incumplido su palabra. Además, para mantenerse en el poder ha decidido y ha contraído una deuda con estos terroristas que en algún momento tendrá que pagar, aunque aún no se conozca el precio.

El tema de ETA y la persecución a políticos en el País Vasco tiene un papel importante en el *storytelling* personal de Santiago Abascal, que sirve para crear su identidad frente a los otros. Este punto se desarrollará más adelante con mayor detalle.

El discurso que se difunde a través de las publicaciones del Instagram del candidato también se mencionan a otros partidos y representantes de partidos nacionalistas o regionalistas, pero el separatismo, por un lado, y el terrorismo, por otro, son sobre los que más se focaliza a lo largo del periodo de tiempo analizado.

6.3.3 Inmigración

La situación caótica y casi apocalíptica que se narra en algunas de las publicaciones de Santiago Abascal también tiene como responsables a las personas migrantes, según el relato que se proyecta. Este tema se puede considerar como uno de los puntos fuertes dentro del ideario político del partido. La inmigración ilegal, para ellos, es la causa de la inseguridad generalizada en muchos barrios y zonas de España. A lo largo del periodo de tiempo analizado, la temática aparece de forma constante a lo largo del tiempo

El relato de Abascal preciso y concreta el tipo de inmigración que genera esta situación en la calle: la procedente de países islámicos. La alarma y las advertencias giran sobre el choque cultural y los conflictos que estos están generando y pueden llegar a provocar. En el relato se presenta a estas culturas como incapaces de adaptarse e integrarse en la realidad europea y española, ya que proceden de países en los que tienen un código de valores, creencias y leyes que chocan radicalmente con las de los países occidentales.

En este contexto, alarman que las mujeres son el sector de la población que corre un mayor peligro con la llegada continuada de estas personas, ya que en sus países de origen no se las tiene en valor ni se las guarda respeto. Lo mismo ocurriría con otros colectivos como el LGTBI.



Imagen 16/Ejemplo sobre la referencia a la «invasión migratoria» /Fuente: @santi_abascal

Al representar a la inmigración se suelen recurrir a expresiones como «invasión migratoria» o «inmigración masiva». Con estos conceptos se trasmite la idea de una llegada desproporcionada de personas a España cuyo objetivo es el de la conquista. Las connotaciones de la palabra invasión, aluden a una situación violenta y conflictiva donde los autóctonos de un lugar son despojados de sus bienes y una nueva clase dominante impone su cultura y valores. El mensaje que se intenta transmitir es que con esta llegada de personas España se convertirá en un país islámico, donde los derechos se verán recortados, se producirá un retroceso social.

El relato de Abascal sobre la inmigración caracteriza a estas personas como violentas y delincuentes, que hacen de los barrios sitios inseguros e intranquilos para los vecinos. El yihadismo también aparece relacionado con estas personas.



Imagen 17/Ejemplo sobre referencias hacia la inmigración, calificada como violentos/ Fuente: @santi_abascal

Un individuo que entra ilegalmente en España sin que se lo impidan, se radicaliza en el yihadismo y que tiene un orden de expulsión no tramitada.

En el año 2021, 491 personas fueron condenadas en España por agresiones sexuales, de las cuales el 46% eran extranjeros, de los que son españoles habría que saber a cuantos les regalaron la nacionalidad. Los que fueron condenados por violación, el 52% eran extranjeros.

Este tipo de afirmaciones están encaminadas a generar un estado de alarma, intranquilidad por los datos y casos que se destacan. La construcción retórica del amigo y enemigo, en este caso puede pasar del miedo al odio hacia este sector de la población.

Dentro de la inmigración, Vox en su estrategia personifica y focaliza en un grupo determinado: en los menores extranjeros no acompañados o como ellos los denominan, menas. La utilización de esta expresión tiende a la despersonalización del grupo al que se está haciendo referencia. Se engloba a todos los menores no acompañados bajo una misma etiqueta a la que se van asociando realidades negativas como la violencia, inseguridad y la criminalidad.

Para transmitir la problemática se recurre a ejemplos o testimonios sobre la situación de inseguridad que se vive en algunos barrios:

Es una situación complicada, se pasa miedo porque no se conforman con robar, sino que luego te pegan una paliza. Ahora me replanteo mucho dar un paseo por Casa de Campo (7/08/2020).

Esto es una ola de robos. Desde que está el centro de menas aquí cada vez va a más. A mi mujer ya le han robado tres veces a punta de navaja. Puedes preguntar a cualquier persona que todo el mundo tiene miedo. El problema es que los cogen por la mañana y a la tarde vuelven por la zona (7/08/2020).

Por medio de estos testimonios se dota de mayor credibilidad al relato que Abascal va plasmando en su cuenta de Instagram, ya que no es una cuestión del partido, sino que son los propios ciudadanos, en primera persona, los que narran la situación de inseguridad.

La inmigración también se relaciona con la pérdida. Ellos se llevan las ayudas del Estado, mientras los nacionales pasan calamidades y no llegan a final de mes.

Los Menas reciben en Madrid 4.700 euros al mes, que una pensionista no tiene, pero ni 400. Que uno que está en el ERTE no tiene, que alguien que está en las colas del hambre no tiene, que una familia media no tiene para educar a sus hijos. Pagan 4.700 euros al mes para que luego estén por las calles, atemorizando a las mujeres o atracando a nuestros hijos (20/04/2021).

El tema de la llegada de inmigrantes ilegales, de la seguridad de las fronteras y de la intranquilidad en los barrios también se emplea para atacar al Gobierno y retratarle como el culpable de estos males por sus políticas de «efecto llamada» que no solo traen delincuentes al país, sino que también generan un problema humanitario por las mafias que se lucran con este negocio y las vidas que se pierden en el mar: «El Gobierno es culpable del dolor que traen sus políticas de fronteras rotas» (8/02/2023).

6.4 La alternativa patriótica

Ante la situación que vive España y contra los enemigos de esta, Vox y Santiago Abascal se presentan como la única opción capaz de mejorar la situación: ellos son la esperanza. En la construcción narrativa que se plantea en el discurso del dirigente político, tras alarmar, advertir y exponer a su electorado los peligros presentes y futuros, se ofrece la única solución que evitará que esto ocurra, la alternativa para frenar el avance de la degradación: Vox.

Como se ha ido desarrollando en puntos anteriores, la construcción del nosotros se hace en contraposición al ellos, a todos los enemigos del país. Frente a la división nacionalista, ellos buscan la unidad. Ante la deriva totalitaria de los socialistas y comunistas, Vox aboga por la libertad. Y ante la «invasión migratoria», propugnan la seguridad de las fronteras y barrios.

Santiago Abascal se quiere mostrar como un político diferente, frente a la élite política y los partidos tradicionales. En sus publicaciones en Instagram se proyecta como un ciudadano más, que se sitúa a pie de calle, escuchando a las preocupaciones de la gente, los «verdaderos problemas de España». En la proyección que hace Abascal sobre lo que representan y son, los símbolos patrióticos, como la bandera, el himno nacional o las costumbres, son una pieza clave a la hora de lanzar su mensaje. Por asociación se intenta asociar la idea de Vox con la de España, empleando un lenguaje que pretende incluir a todos los españoles. En síntesis, con todos estos elementos se busca diferenciar al partido del resto de formaciones, ellos son los únicos que defienden a España.



Imagen 18/Santiago Abascal visitando a los agricultores/Fuente: @santi_abascal



Imagen 19/Ejemplo del uso de los símbolos nacionales/Fuente: @santi_abascal

La esperanza es la principal emoción que buscan despertar entre su electorado, la idea de un cambio, de salir de caos actual y construir un futuro más próspero. Esta promesa, junto a la amenaza del terror, puede tener un gran efecto movilizador, que se canaliza pidiendo el voto en las urnas. La idea principal es que cuanto más representación y fuerza tenga Vox en las instituciones, más voz tendrán los ciudadanos.

Solo Vox se atreve al cambio de rumbo necesario para proteger nuestra economía, nuestras familias, nuestras fronteras, nuestra industria, nuestro campo y nuestra libertad. Para defender los intereses de todos los españoles sin distinción, para que todos juntos decidamos y seamos consultados sobre aquello que nos afecta y para que nunca más se vuelvan a tomar decisiones a espaldas de los españoles (20/07/2023).

Como forma de mostrarse como la alternativa que necesita el país, Abascal propone medidas contundentes, dirigidas a ponerle freno a los principales problemas que resalta. Las soluciones que propugna siguen una argumentación simple, pero que siguen una lógica que puede percibirse como posible y realizable.



Imagen 20/Cartel propagandístico: Santiago Abascal contra los enemigos de España/Fuente: @santi_abascal

Para solucionar los problemas sociales como la pobreza, la falta de libertad y restaurar la democracia, se propone echar a Sánchez del poder. Pero no se centra solo en un cambio de gobernante, sino también en derogar y desterrar todas las «políticas progues» que se han aprobado en los últimos años y que están detrás de la situación actual.

Derogaremos la totalitaria ley de memoria histórica. Levantaremos todo lo que derriben. Reconstruiremos todo lo que destruyan. Por la libertad, por la concordia y por la convivencia (21/06/2021).

Vamos a acabar con las políticas que dividen, que atacan la seguridad de las mujeres y haciendo normas que de verdad protejan. Vamos a acabar con las leyes suicidas que traen pobreza, las leyes que atacan la libertad, como la de memoria democrática, que enfrenta a unos con otros. Las que atacan la propiedad privada, la vida, las que impiden la vida en el campo, como la de bienestar animal, las que impiden que todos los españoles tengamos agua [...] (25/06/2023).

Para el dirigente, las políticas de izquierda no se centran en los verdaderos problemas que tienen los españoles, sino que lo único que hacen es generar peores condiciones de las que había antes.

Las elites han vivido demasiado tiempo divorciadas de nuestro pueblo. Es hora de que la España oficial se parezca a la España real. Es hora de que los españoles recuperemos nuestra democracia y nuestra soberanía. Es hora de que los españoles volvamos a decidir juntos (11/09/2022).

En VOX no nos contentamos con derogar la legislación sectaria de la izquierda, tanto tiempo tolerado por otros. En VOX queremos restaurar las libertades, recuperar la concordia, devolver a los barrios la seguridad y garantizar que la educación vuelve a ser un ascensor social. #VotaSeguro #CuidaLoTuyo (16/05/2023).

Este punto también se utiliza como forma de tomar distancia del Partido Popular, su principal oponente electoral, con el que compite por el número de votos. Vox presenta al PP como un partido que se ha doblegado ante las políticas de la izquierda. Que a pesar de haber tenido mayorías absolutas en el pasado, no aprovechó el momento para eliminarlos. Con esta exposición se intenta desacreditar a esta formación, «la derechita cobarde», mostrando que ellos no son una alternativa fiable y viable, ya que en el pasado no lo hicieron y en el futuro tampoco lo harán. Por estas razones, Vox se presenta como la única garantía de cambio, «el voto seguro».



Imagen 21/Ejemplo del lema de campaña sobre «el voto seguro» /Fuente: @santi_abascal

Hay que dejar de votar lo mismo, porque entonces estaremos igual y estamos mal, hay que cambiar radicalmente, de raíz las políticas que estamos haciendo. Desde 2008, cuando entró Zapatero, puso toda su doctrina ideológica y llegaron otros con mayoría absoluta y no cambiaron nada, porque no se atreven a combatir las ideas de la izquierda, no se atreven a desmontar sus redes, sus chiringuitos y lo financian con el dinero de todos nosotros [...] (18/04/2021).

Frente al separatismo catalán, Abascal trasmite un mensaje duro y contundente: ilegalizar a estos partidos. Esta proposición, que podría ser considerada como antidemocrática, ya que implica censurar una ideología o posicionamiento político, no suscita controversia para su electorado. Al presentar a estos políticos como criminales, golpistas que intentan romper España, al demonizarles, los votantes afines pueden llegar a considerar que la medida de ilegalizar no es alarmante. Al adquirir la categoría de enemigos, dejan de ser simples adversarios políticos.

Para reformar la credibilidad de su discurso, son constantes las referencias a las acciones legales que Vox presentó en el pasado contra los implicados en el referéndum ilegal de 1 de octubre, donde el partido se presentó como acusación popular para defender a todos los catalanes que se sienten españoles. Con esta acción se quiere mostrar la lucha constante y determinación para luchar por el país contra los enemigos de la soberanía.

El *storytelling* personal de Santiago Abascal es otro de los elementos que usa de forma recurrente para mostrar la valentía del partido frente a los peligros y diferentes amenazas. Según expone en reiteradas ocasiones, tanto él como su padre tuvieron que luchar contra ETA durante años en el País Vasco, donde ejercían cargos públicos como miembros del PP. Esta amenaza constante a la que se exponían, la intranquilidad de ser secuestrado o la posibilidad de sufrir un atentado, no les detuvo para luchar contra los terroristas y defender al pueblo vasco. Es en este relato donde Abascal pretende proyectar su determinación y coraje a la hora de defender la nación, aunque ello suponga hacer frente a riesgos personales, ya que para él España está por encima de todo y continuará luchando, sin importar las dificultades.

Yo soy el hijo de unos sencillos comerciantes de tierra vasca. Mi padre entró en política para defender a su patria, amenazada por los criminales de ETA [...] Abandonen ustedes toda esperanza, porque nunca conseguirán sus objetivos políticos y criminales. No ha llegado España hasta aquí para que la derrote una pandilla de sediciosos, mitad corruptos y mitad fanáticos [...] (22/08/2020).

Orgulloso de mis compañeros de VOX en Álava, Guipúzcoa y Vizcaya. Junto a ellos que están en primera línea, luchamos para que ningún terrorista asesino de Bildu acabe cobrando un sueldo público ¡Adelante Vitoria! (14/05/2023).

El tema de la inmigración, como se mencionaba antes, es otro de los asuntos centrales del partido. Para hacer frente a la amenaza que retratan, la solución que plantean es

endurecer las medidas actuales en política migratoria. Proteger las fronteras, deportar y aumentar la seguridad son las soluciones que proponen para devolver la convivencia a los barrios inseguros. Frente a los partidos que promueven las llegadas masivas y fomentan el efecto llamado, ellos se sitúan en la línea opuesta. Su posicionamiento claro y contundente pretende diferenciarles del resto de partidos, de la «derechita cobarde» y del «consenso progue».

[...] No estáis solos y nunca os vamos a dejar solos [...] Estamos aquí para decir la verdad, para apoyaros, para llamar a las cosas por su nombre y para llamar invasión a esta invasión (en referencia a la inmigración) [...] Nuestra principal preocupación es la seguridad, la tranquilidad de nuestros compatriotas en Ceuta [...] Exigimos la militarización permanente de la frontera de Ceuta y Melilla, la defensa de nuestra patria [...] (19/05/2021).

[...] El deber de cualquier estado es proteger, en primer lugar, sus nacionales. No aceptamos la invasión inmigratoria, exigimos deportaciones inmediatas de todos los que entren de forma ilegal, todo el que entre ilegalmente jamás podrá ser regularizado (4/12/2020).

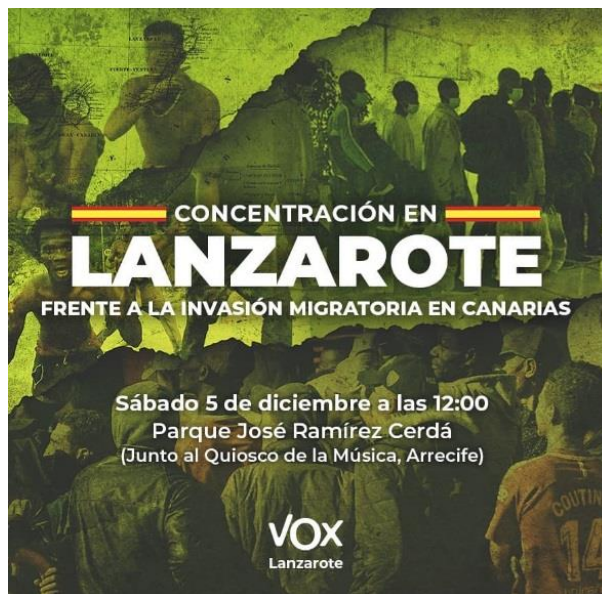


Imagen 22/Ejemplo sobre la referencia a la «invasión migratoria» /Fuente: @santi_abascal

Para encauzar todo este ideario y mostrarse como la alternativa creíble, Santiago Abascal potencia su imagen en su cuenta de Instagram. Por un lado, en su rol político, es representado como combativo ante los enemigos de España. Sus intervenciones en el Congreso de los Diputados, increpando a Pedro Sánchez o en los mítines públicos

que realizan, pretenden mostrar la firmeza de sus palabras, que no titubea ni cambia de posicionamiento como el PP.

Vox se muestra como la línea de contención para la destrucción total, presentando mociones de censura, recurriendo al Tribunal Supremo o al Tribunal Constitucional para frenar la deriva autoritaria a que se encamina el país. Estas acciones, donde se muestra solo, sin el apoyo del resto de formaciones, buscan enfatizar la idea de que ellos son diferentes al Partido Popular, ya que ellos no pactan con el PSOE, ellos lo confrontan.

Las publicaciones también enfatizan los logros y victorias que Vox ha conseguido en beneficio de todos los españoles, como la sentencia que declaraba inconstitucionales los estados de alarma aprobados durante la pandemia o abrir debates censurados como la inmigración, la violencia machista y demás temas que afectan negativamente a los ciudadanos que el «consenso progue» había censurado.

Esta mañana en el Tribunal Supremo presentando una querrela contra Quim Torra y pidiendo su detención y prisión preventiva por conspiración para la rebelión y por apostar por la vía violenta «eslovena» que produjo 62 muertos (11/11/2018).

Solo VOX habla de la inseguridad que preocupa en tantos hogares, de la inmigración ilegal que afecta a nuestros barrios o de la emergencia demográfica que amenaza nuestro futuro. Solo VOX planta cara al consenso progue. Si no existiera VOX, habría que inventarlo (18/05/2023).

Por otro lado, en su rol estilístico, se muestra como una persona deportista, atlética, sinónimos de fuerza y protección. Además, publica contenido donde se le ve rodeado de su familia, paseando por el campo o en otros ambientes de la esfera íntima donde se reflejan los valores tradicionales que el candidato defiende en sus intervenciones públicas. Todo ello contribuye a que su imagen se perciba como creíble.



Imagen 23/Ejemplo de la esfera íntima del candidato/ Fuente: @santi_abascal

6. CONCLUSIONES

El objetivo principal de este trabajo de investigación era identificar los principales elementos que Santiago Abascal utiliza en sus publicaciones en la red social Instagram para generar un sentimiento de miedo en su electorado. Sobre esta cuestión, a lo largo de estas páginas se ha expuesto como el dirigente político aprovecha la incertidumbre que genera el contexto sociopolítico para persuadir: las políticas aplicadas durante la pandemia, las consecuencias económicas y sanitarias que generó, los conflictos territoriales como el de Cataluña, la cuestión migratoria o el contexto político.

En la estrategia comunicativa son recurrentes las advertencias sobre un futuro, sobre el rumbo hacia el que nos dirigen los enemigos de España, una nación rota, dirigida por autócratas que implantan sus políticas totalitarias que pretenden dividir y enfrentar a la población, despertando los viejos odios. El lenguaje que emplea Abascal ayuda a activar los marcos mentales que potencian la idea de un escenario apocalíptico e incita a la movilización: «invasión migratoria», «políticas totalitarias», «golpe de Estado», todas estas expresiones se relacionan con escenarios de confrontación, de lucha y de pérdida.

Como técnicas propagandísticas se recurre a la construcción de un relato basado en el ellos y en el nosotros. La situación se simplifica para relacionar cada uno de los problemas actuales con los diferentes enemigos de España. Pedro Sánchez, el separatismo catalán, ETA y la inmigración son los responsables de las penurias que sufren los ciudadanos, Abascal personifica en ellos cada uno de los problemas de inseguridad, convivencia, situación económica... El objetivo final es deslegitimar a todos estos individuos.

Como objetivos secundarios se planteó estudiar el contenido de la cuenta de Instagram de Santiago Abascal en los últimos 9 años, analizar el *storytelling* del líder del partido político Vox y observar cómo es la representación que hace sobre el resto de las formaciones políticas.

Desde 2014 hasta 2023 la cuenta de Santiago Abascal en Instagram ha ido evolucionando. Hasta 2017 la red social no comienza a profesionalizar, es a partir de este momento cuando el contenido político comienza a desplazar al personal. Los temas sobre Cataluña, la inmigración y ETA siguen una constancia, el discurso no varía a lo largo de estos años y se utilizan los mismos términos para referirse a estos asuntos.

Sobre Pedro Sánchez, sí se aprecian cambios en el relato. Aunque siempre ha habido una oposición contra las políticas que denominan como «progres», las advertencias se dirigían más hacia Unidad Podemos y Pablo Iglesias. Sin embargo, de forma progresiva, el discurso contra el líder socialista se va endureciendo. Desde 2021, con la salida de Iglesias del escenario político, las expresiones que emplea Abascal para referirse al PSOE y Unidas Podemos no se diferencian y el presidente del Gobierno centra las críticas hacia el gobierno.

El *storytelling* del líder del partido político Vox se centra en el ellos y el nosotros. La construcción del nosotros se hace en contraposición al ellos, los enemigos. Abascal se presenta de esta manera como la esperanza, la alternativa que necesita el país para cambiar de rumbo. La esperanza que proyecta el líder político forma parte de la estrategia persuasiva basada en el miedo: primero se atemoriza, se alerta y después se ofrecen las alternativas.

Por último, sobre la forma en la que parecen representados el resto de los partidos. El PSOE es el culpable de la ruina del país, de haber reducido los derechos y libertades de los ciudadanos, de enfrentar a la población y poner en riesgo la democracia por asaltar y controlar todas las instituciones y dinamitar la división de poderes.

El PP se muestra como una alternativa poco fiable. Incapaces de llevar a la práctica los cambios que el país necesita, ya que en el pasado no fueron capaces de derogar todas las políticas de la izquierda, a pesar de tener mayoría para hacerlo. Por estos motivos, Abascal los presenta como una opción no segura.

Sobre Esquerra Republicana y EH Bildu, Abascal presenta a los primeros como criminales, como golpistas que intentan dividir y confrontar a la población. Sobre Bildu, Vox les representa como los herederos de ETA, terroristas.

Por todos los elementos que se han ido presentando y tras este análisis, se puede confirmar la hipótesis de partida que motivó la realización de este estudio. Con los datos presentados se puede afirmar que Santiago Abascal utiliza el miedo como herramienta persuasiva.

7. LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El trabajo de análisis se ha centrado únicamente en la cuenta personal de Instagram de Santiago Abascal, en las imágenes y videos que ocupan el contenido central. Los *reels* y las historias no se han tenido en consideración para el análisis, por lo que se podría haber perdido información. La limitación del objeto de estudio también podría influir en los resultados y que no se hayan observado otros puntos o estrategias que el político emplea a la hora de persuadir y de generar miedo en su electorado. A lo largo de la investigación no se han producido problemas significativos.

La metodología empleada se basa en técnicas cualitativas de análisis del discurso, por ellos no se ha podido establecer una frecuencia o patrones en el uso de estas técnicas. Hubiera sido enriquecedor para el trabajo complementar la parte cualitativa con datos cuantitativos sobre el uso de determinadas expresiones y referencias. El modelo de análisis utilizado tampoco permite precisar la capacidad persuasiva que tienen estas técnicas y su influencia sobre los resultados electorales. La inclusión de datos extraídos en grupos de discusión donde se hubiera medido la efectividad del discurso hubiera servido para tener una aproximación sobre esto.

Para futuras líneas de investigación, se podría armar un marco metodológico que permita observar y medir la influencia que tiene sobre el consumidor este tipo de mensajes y si las publicaciones consiguen generar el sentimiento de miedo e inseguridad y si este tiene una función movilizadora.

8. REFERENCIAS

- Aladro Vico, Eva y Requeijo Rey, Paula (2020). Discurso, estrategias e interacciones de Vox en su cuenta oficial de Instagram en las elecciones del 28-A. Derecha radical y redes sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, p.p. 203-229. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1455>
- Antón-Mellón, Joan y Hernández-Carr, Aitor (2016). El crecimiento electoral de la derecha radical populista en Europa: parámetros ideológicos y motivaciones sociales. *Política y Sociedad*, 53 (1), p.p. 17-28. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/48456>
- Arroyo Menéndez, Millán (2020). Las causas del apoyo electoral a VOX en España. *Política y Sociedad*, 57(3), p.p. 693-717. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/69206>
- Arteaga Martínez, Stefany (2018). ¿Cómo funciona el cerebro político? Guía de comunicación política para entender a los votantes y a la opinión pública. *Revista Jurídica Mario Alario D'Filippo*, X (20), p.p.187-212. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6857107>.
- Berlanga Fernández, Inmaculad y Ortiz de Barrón Alloza, Íñigo (2021). Semiótica digital y comunicación política. El despegue y auge de Vox. *Doxa Comunicación*, 33, p.p. 53-74. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/929>
- Camargo Fernández, Laura (2021). El nuevo orden discursivo de la extrema derecha española: de la deshumanización a los bulos en un corpus de tuits de Vox sobre la inmigración. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 63-82. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5866>
- Cárdenas Ruíz, Juan David (2013). Storytelling y márquetin político: humanidad y emociones en la búsqueda de la visibilidad legitimada. *Poliantea* IX, (16), p.p. 33-50. https://www.academia.edu/4317051/Storytelling_y_m%C3%A1rquetin_pol%C3%ADtico_humanidad_y_emociones_en_la_b%C3%BAscueda_de_la_visibilidad_legitimada
- Cárdenas-Rica, M.L., y Lozano González, A.A. (2020). El miedo como recurso persuasivo en el discurso político. En N. Ruiz-Alba, J.A. Moreno Cabezudo (Ed.), *Debates contemporáneos sobre poder, política y medios de*

comunicación, p.p. 83-114. Sevilla: Egregius.

<https://idus.us.es/handle/11441/103961>

- Crespo-Matínez, Ismael et al. (2022). El uso de las emociones en la comunicación político-electoral. *Revista Española de Ciencia Política*, 58, pp.175-201. <https://doi.org/10.21308/recp.58.06>.
- D'Adamo, Orlando et al. (2021). Las emociones en la comunicación política: breve recorrido teórico. *Revista Opera*, 28, p.p. 195-215. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7715044>
- D'Adamo, Orlando y García Beaudoux, Virginia (2015). Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión. *Comunicación y hombre*, 12, p.p. 23-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6461424>
- De Aguilera, Miguel y Casero-Ripollés, Andreu (2018). ¿Tecnologías para la transformación? Los medios sociales ante el cambio político y social. *Icono*, 14, volumen 16 (1), p.p. 1-21. <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/1162>
- De Santiago Guervós, Javier (2008). La selección léxica en la comunicación persuasiva: manipulación y uso del significado para la decodificación y la inferencia. *Revista Español Actual*, 89, p.p.113-126. https://www.researchgate.net/publication/345976792_LA_SELECCION_LEXICA_EN_LA_COMUNICACION_PERSUASIVA_MANIPULACION_Y_USO_DEL_SIGNIFICADO_PARA_LA_DESCODIFICACION_Y_LA_INFERENCIA
- Del Castillo Aira, Itxado y Iturbe Tolosa, Andoni (2021). Masculinidad, cuerpo y nación en la comunicación visual de Santiago Abascal (Vox) en Instagram en 2020. Análisis de la imagen del ámbito privado en su cuenta personal. *Cultura, Lenguaje y Representación*, Vol.XXVI, 83-105. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5836>
- Delumeau, Jean et al. (2002). El miedo: reflexiones sobre su dimensión social y cultural. Medellín: Corporación Región. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/corporacion-region/20180109043802/reflexiones.pdf>
- Deusdad, Blanca (2003). El concepto de liderazgo político carismático: Populismo e identidades. *Opción*, 19 (41), p.p. 9-35. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31004101.pdf>

- Fernández de Rota Irimia, Antón J. y Diz, Carlos (2019). Miedo y seguridad. Dispositivos de la contención conservadora y de la modulación neoliberal. *Athenea Digital*, 19 (1). <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.2153>
- Gamir-Ríos, José et al (2022). Evolución de la comunicación política digital (2011-2019): o caso de los blogs, declive de Facebook, generalización de Twitter y popularización de Instagram. *Observatorio (OBS)*, 16 (1), p.p. 90-115. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8388162>
- Gantiva, Carlos. y Camacho, Katherine (2016). Características de la respuesta emocional generada por las palabras: un estudio experimental desde la emoción y la motivación. *Psicología: avances de la disciplina*, 10 (2), p.p. 55-62. <http://www.scielo.org.co/pdf/psych/v10n2/1900-2386-psych-10-02-00055.pdf>
- Iñíguez Rueda, Lupiciano (2003). Análisis del discurso: manual para las ciencias sociales. Barcelona, UOC (Universitat oberta de Catalunya).
- Lakoff, George (2007). No pienses en un elefante (Mora, Magdalena, trad.). Editorial Complutense, Madrid.
- Lerna Kirchner, Alejandro et al. (2011). *Márquetin Político*. México, Cengage Learning Editores.
- López-Rabadán, Pablo y Doménech-Fabregat, Hugo (2021). Nuevas funciones de Instagram en el avance de la “política espectáculo”. Claves profesionales y estrategia visual de Vox en su despegue electoral. *Profesional de la información*, 30 (2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.20>
- Maquiavelo, N. (1999). *El príncipe* (V. de Cardona, A. trad). Madrid, Unidad Editorial (Original publicado en 1532).
- Marqués, Joaquín (2016). *Política y propaganda: medios de comunicación y opinión pública*. Barcelona, Editorial UOC.
- Martín Jiménez, Alfonso (2014). La retórica clásica y la neurociencia actual: las emociones y la persuasión. *Revista de la Asociación Argentina de Retórica*, 4 (1) p.p. 56-83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4751820>
- Moreno Barreneche, Sebastián (2020). Polarización política y fanatismo ‘blando’: una hipótesis semiótica. *DeSignis*, 33, p.p. 143-158. https://ddd.uab.cat/pub/designis/designis_a2020n33/designis_a2020n33p143.pdf
- Moreno Barreneche, Sebastián (2020). Polarización política y fanatismo

- Moreno Moreno, Salvador y Rojo Martínez, José Miguel (2021). La construcción del enemigo en los discursos de la derecha radical europea: un análisis comparativo. *Encrucijadas*, 21 (2). <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/88217>
- Oñate, P., et al. (2022). Emociones y voto a Vox en las elecciones generales españolas de abril y noviembre de 2019. *Revista Española de Ciencia Política*, 58, p.p 53-81. <https://doi.org/10.21308/recp.58.02>.
- Orejuela Seminario, Sandra (2009). Personalización política: la imagen del político como estrategia electoral. *Revista de Comunicación*, 8, p.p. 60-83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3359286>
- Ortega, Carmen et al (2020). El surgimiento de la derecha radical en España: La explicación del voto a Vox en las Elecciones Andaluzas de 2018. *Revista de estudios regionales*, 124, p.p. 127-156. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8651724>
- Pont Sorribes, Carles y Gutiérrez-Rubí, Antoni (2020). *Instagram en la estrategia de construcción del liderazgo político*. Barcelona: Gedisa.
- Pratkanis, A. y Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda* (Rafael Andreu y Jorge Vigil, trad.). Barcelona, Paidós Ibérica.
- Rebollo-Bueno, Sara (2022). El miedo en la propaganda de Vox: Twitter y su irrupción en la política española. *Observatorio (OBS*)*, 16(4). <https://doi.org/10.15847/obsOBS16420222062>.
- Requeijo Rey, Paula et al. (2013). Propaganda norteamericana en la Primera Guerra Mundial: Simplificación y deformación través del cartel. *Historia y Comunicación Social*, 18, p.p.31-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4650265>.
- Rivera Otero, José Manuel et al (2021). Emociones y extrema derecha: el caso de VOX en Andalucía. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 176, p.p.119-140. <https://www.jstor.org/stable/27093814>
- Robin, Corey (2004). *El miedo: Historia de una idea política* (Cuevas Mesas, G, trad.). <https://elibro-net.bucm.idm.oclc.org/es/ereader/universidadcomplutense/110838>.
- Sánchez Hunt, Marta y De Aguilera, Miguel (2023). Instagram y márketing político. Campaña electoral de Vox en 2019. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, 60, p.p. 95-116. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8891302>

- Selva-Ruíz, David y Caro-Castaño, Lucía (2017). Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la “vieja” y la “nueva” política”. *El profesional de la información*, 26 (5), p.p. 903-915. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.sep.12>
 - Valdez Zepeda, Andrés (2012). El miedo y la ira como estrategia en las campañas electorales. *Reflexión Política*, 14 (27), p.p. 134-140. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11023066010>.
 - Vásconez Rodríguez, Belén (2005). *La construcción social del miedo*. Quito, Ediciones Abya-Yala.
 - Vázquez Sanse, Pablo (2016). Ejes temáticos al servicio del storytelling personal del candidato político. *Dígitos*, 2 (3), p.p.37-56. <https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/84>
-