



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**La comunicación movilizadora de la extrema
derecha: análisis del discurso de VOX durante las
manifestaciones de Ferraz**

Andrea Marcilla Carranza

Tutora: María Díez Garrido

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de América y
Periodismo**

Curso: 2023-2024

Resumen:

El presente trabajo de fin de grado tiene como objetivo analizar el discurso de VOX tras su pérdida de popularidad en las pasadas Elecciones Generales en relación con la posible aprobación de la Ley de Amnistía entre octubre y diciembre del pasado año 2023. Para llevarlo a cabo se analizará el efecto movilizador de VOX en redes sociales (basando la investigación en Instagram), pero especialmente se estudiará lo ocurrido durante el mes de noviembre en la calle de Ferraz (Madrid), lugar donde se ubica la sede del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Debido al poder de las redes sociales en el panorama político actual, VOX, respaldado por la derecha conservadora española, promovió una serie de manifestaciones y concentraciones en protesta por la posible aprobación de la Ley de Amnistía frente a la sede del PSOE en Madrid, cuyas consecuencias provocaron un hito comunicativo y movilizador nunca antes estudiado.

Palabras clave:

VOX, discurso, comunicación política, amnistía, Instagram

Abstract:

The aim of this project is to analyze VOX's discourse after its loss of popularity in the last General Elections in relation to the possible approval of the Amnesty Law between October and December 2023. To do so, the mobilizing effect of VOX on social networks will be analyzed (basing the research on Instagram), but especially what happened during the month of November in Ferraz Street (Madrid), where the headquarters of the Spanish Socialist Workers' Party (PSOE) is located, will be studied. Due to the power of social networks in the current political landscape, VOX, backed by the Spanish conservative right, promoted a series of demonstrations and rallies in protest against the possible approval of the Amnesty Law in front of the PSOE headquarters in Madrid, the consequences of which caused a communication and mobilization milestone never studied before.

Keywords:

VOX, speech, political communication, amnesty, Instagram

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1 OBJETIVOS	6
1.2 HIPÓTESIS	6
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. AUGE DE LA EXTREMA DERECHA EN ESPAÑA Y CRECIMIENTO DE VOX COMO FUERZA POLÍTICA	7
2.2. MOVILIZACIÓN DE VOX EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y REDES SOCIALES	8
2.3. LAS MANIFESTACIONES CONTRA LA AMNISTÍA EN FERRAZ	10
3. METODOLOGÍA	12
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
6. CONCLUSIONES.....	31
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34

1. INTRODUCCIÓN

Tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, en gran parte del mundo Occidental, sobre todo en Europa, las formaciones de extrema derecha quedaron arrinconadas a la irrelevancia política en un marco en el que se consolidaron las democracias liberales que tenemos en la actualidad. Estos nuevos regímenes sirvieron a los países democráticos para afianzar la defensa de la ciudadanía, la libertad y los derechos políticos y sociales (Castro Martínez y Jaráiz Gulías, 2022).

A pesar de que las democracias fueron ganando terreno a las dictaduras, siguieron apareciendo proyectos políticos alternativos al sistema democrático. Por un lado aparecieron las fuerzas de izquierda liberal, que coincidían en promulgar y luchar por la igualdad, o por una emergencia climática que comenzaba a ser visible (Betz, 1994). Por otro lado, fueron resurgiendo de manera progresiva los grupos de extrema derecha, ya que nunca llegaron a desaparecer del todo, los cuales tenían como objetivo acabar con todo aquello que promovía la considerada “nueva izquierda” (Bornschiefer, 2010; Cole, 2005). Este efecto reaccionario llevaría a la que muchos expertos consideran la tercera ola de crecimiento de la extrema derecha en Europa (von Beyme, 1988), que tiene como detonante el desempleo y la xenofobia, derivada de los movimientos migratorios masivos, tras este periodo de prosperidad recién mencionado. Según múltiples estudiosos de la materia, esta tercera ola se convirtió en el periodo de posguerra de mayor éxito para este tipo de fuerzas políticas (Arzheimer y Carter, 2006; Evans, 2005; Ignazi, 2006; Suleiman, 1995; Taggart, 1995).

En España, la extrema derecha ha tratado en varias ocasiones ampliar su espacio electoral. En primer lugar, en las elecciones de 1979 a través de la coalición conformada por partidos de extrema derecha llamada Unión Nacional, logrando el 2,2% de los votos, es decir, casi 400.000 votos (Castro Martínez y Jaráiz Gulías, 2022:39). En segundo lugar, en 2010, la formación Plataforma per-Catalunya, fundada en 2002, logró 75.000 votos en la elecciones al Parlament y 67 concejales tan solo un año después, en 2011 (Susó, 2019). Sin embargo, no es hasta finales del año 2013 cuando se crea el partido político VOX. Este fue fundado por Alejo Vidal Quadras (exmiembro del Parlamento Europeo y expresidente del Parlamento catalán), Santiago Abascal (el actual presidente y líder de la formación) y Javier Ortega Smith (actual miembro del Congreso de los Diputados de la mano de esta formación) (Rius Sant, 2023).

Su incorporación en la vida política fue muy rápida y fructífera. En apenas seis años se catapultó al tercer puesto dentro del sistema de partidos español. En las Elecciones Generales de 2019 VOX

obtuvo 52 escaños, solo por detrás de los partidos tradicionales PP y PSOE¹ (Infoelectoral, *Resultados Electorales*, s. f.). Su éxito se debió a múltiples causas sociales y económicas, tanto europeas como nacionales: la inmigración, el Brexit, las secuelas de la gran crisis de 2008, la compleja situación del debate sobre la independencia de Cataluña, los flujos migratorios... (Castro Martínez y Jaráiz Gulías, 2022:30-32). Además, VOX, en ese marco, comenzó a entablar contactos a nivel internacional con los grandes partidos de extrema derecha tanto europeos, con su participación el 22 de enero de 2017 en el encuentro de la derecha radical populista en el que participaron Marine Le Pen, Frauke Petry y Greet Wilders, como americanos, mediante su encuentro en abril de 2018 con el jefe de estrategia de Donald Trump, Steve Bannon, logrando finalmente en mayo de 2019 obtener representación en el Parlamento Europeo de la mano del grupo Conservadores y Reformistas Europeos (CRE) (Ferreira, 2019).

En este marco de incremento de la extrema derecha en España, resulta muy importante conocer cuál ha sido el modelo de actuación de VOX. Para ello, se debe tener en cuenta su perfil predominante de votante: hombres de entre 45 y 50 años, en situación laboral activa, cuyos principales intereses son el desempleo, la clase política y la inmigración.

Otra de las cuestiones a analizar sobre el auge de VOX es su capacidad de movilización a través de las redes sociales (Vicente Iglesias, Rodríguez Martínez y González Gómez, 2021). Según Rivas-de-Roca (2020:228), “la comunicación política se encuentra en un estado de cambio contante debido a la difusión y consolidación de Internet como herramienta utilizada a diario”. Y es que ya no sólo juegan un papel esencial los medios de comunicación en este sector, sino que los ciudadanos y los políticos tienen al alcance de su mano una vía muy rápida y eficaz para generar información y poder así influir en la opinión pública (Santos, 2021).

Esto, por tanto, demuestra la importancia de las redes sociales entre el electorado de VOX. Un electorado que, como señala el periódico *El Confidencial*, es el más *trumpista* de Europa (Bocanegra y Barragán, 2020). Un electorado que, como sucede en formaciones políticas de esta ideología, se irgue en torno a la figura de un líder abiertamente “sin complejos”, con políticas con un alto tinte conservador que, en el caso de Trump y Abascal, giran en torno a decisiones anti migratorias, como la construcción de muros o la difusión de eslóganes ambiciosos como “Make America Great Again” o, en el caso español, “Hacer España Grande Otra Vez” (Simón, Bocanegra y Barragán, 2020).

Un ejemplo del *trumpismo* en VOX se puede encontrar en las movilizaciones en la sede del PSOE en la calle Ferraz durante el mes de noviembre. Tras las primeras movilizaciones convocadas

¹ (Consultado 17/04/2024)

frente a la sede socialista en Madrid, el actual presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, envió una carta a la militancia socialista donde precisamente apuntaba esta comparación (COPE, 2023). Lo sucedido en Ferraz durante el mes de noviembre de 2023, que es el objeto principal de esta investigación, es una nueva demostración de la capacidad movilizadora de los partidos políticos en el discurso político contemporáneo que puede suscitar un gran interés ya que nunca antes se había estudiado. Las redes sociales cada vez suponen un altavoz con mucho más alcance y se convierten en sí mismas en herramientas sencillas, eficaces y al alcance de todo el mundo.

1.1 Objetivos

El principal objetivo de este estudio es analizar el discurso de VOX tras su pérdida de popularidad en las pasadas Elecciones Generales (véase País, 2023) en relación con la Ley de Amnistía entre finales del mes de octubre hasta principios del mes de diciembre de 2023.

Entre los objetivos secundarios de este estudio investigativo, se encuentran los siguientes:

Objetivo 1: Conocer los contenidos que mayor impacto han tenido en las redes sociales durante el período analizado (entre finales de octubre y principios de diciembre de 2023).

Objetivo 2: Estudiar si el discurso de VOX durante el mes de noviembre llamó a la movilización social, a través del análisis de su comportamiento en redes sociales (a través de su perfil en Instagram).

Objetivo 3: Examinar el uso de simbología nacionalista en sus mensajes en redes sociales.

Objetivo 4: Analizar si VOX atacó a otros partidos políticos en los discursos concedidos y divulgados durante el período seleccionado de estudio.

1.2 Hipótesis

En base a los objetivos expuestos anteriormente, con el presente trabajo se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: VOX ha llamado a la movilización y a la acción social en sus mensajes publicados desde el anuncio de la Ley de Amnistía.

Hipótesis 2: Las publicaciones de VOX contienen numerosos símbolos nacionalistas.

Hipótesis 3: Los contenidos con mayor impacto en redes sociales son aquellos que, de alguna manera, apelan al miedo de forma directa.

Hipótesis 4: VOX atacó a otros partidos políticos en sus discursos y no solo a aquellos de corte nacionalista (como Junts per-Cat, ERC, PNV o EH Bildu), sino también a los partidos mayoritarios, como PP, PSOE y Sumar.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Auge de la extrema derecha en España y crecimiento de VOX como fuerza política

Tal y como explica Cas Mudde (2007), los partidos de “derecha populista” se caracterizan por tres principios comunes; el primero se trata de que estos son partidos de corte autoritaria, tanto fuera como dentro de la formación. Este principio desarrolla la importancia del líder y la sumisión y obediencia de todos aquellos que le rodean. En segundo lugar, estos se yerguen como partidos nativistas, es decir, basados en patrones xenófobos en los que lo único aceptable es lo propio, lo nacional, la “raza pura”. Por último, el tercer principio se basa en que estas formaciones se caracterizan por llevar a cabo estrategias populistas, especialmente en torno al tópico del enemigo común y la recuperación de una era gloriosa anterior. Sin embargo, el politólogo Pablo Simón asegura en el prólogo elaborado para el libro de Guillermo Fernández-Vázquez (2019), que VOX se aleja en varios aspectos de estos patrones o conductas definitorias de otras formaciones ultraderechistas europeas.

VOX surgió el 17 de diciembre de 2013 de la mano de A. Vidal Quadras, S. Abascal y J. Ortega Smith. A diferencia de una parte importante de los partidos de extrema derecha en Europa, no resurgió desde fuerzas extremistas marginales, sino que se trató de una escisión de la fuerza política conservadora mayoritaria española, el PP (Partido Popular) (Aladro y Requeijo, 2020; Forti, 2023).

Sin embargo, el verdadero crecimiento de VOX se produjo en 2018, año en el que se produjo la moción de censura que acabó con la legislatura del Partido Popular, cuando realmente tuvo una verdadera repercusión social y política. Fue entonces cuando el partido liderado por Abascal arrasó en las elecciones autonómicas de Andalucía, recibiendo el 10,97% de los votos, que se tradujeron en 12 escaños y 395.978 votos.

Tras sus inesperados resultados en las autonómicas de Andalucía en 2018 (*Elecciones. Elecciones Autonómicas.*, 2018)², las dos convocatorias a Elecciones Generales celebradas en 2019 acabaron por darle la popularidad que iba construyendo. Las celebradas en abril le otorgaron 24 escaños (2.664.325 votos, un 10,26%), mientras que la repetición de las mismas en noviembre le acabaron colocando como tercera fuerza política del país, con 52 escaños (3.656.979 votos, un 15,09%) (*Infoelectoral, Resultados Electorales*, s. f.)³.

² (Consultado 17/04/2024)

³ (Consultado 17/04/2024)

Entre los motivos que llevaron a VOX a obtener tal liderazgo, se podrían destacar los siguientes. En primer lugar, es evidente que existía una presencia e influencia incesante de partidos de índole similar en el resto de Europa (Forti, 2023:25). Por otro lado, el panorama español tampoco era muy alentador. En torno al momento en el que se funda VOX, fue cuando se dieron a conocer los escándalos más grandes de corrupción dentro del PP, lo que no solo provocó la escisión dentro del partido, sino también entre su electorado, que influenciados por la desafección y la polarización que vivía la política española en ese momento, buscarían entre otras opciones (Sánchez-Cuenca, 2022).

En segundo lugar, el buen resultado electoral que logró VOX en las autonómicas de Andalucía en 2018 vino apenas un año después del intento de referéndum celebrado en Cataluña. Este partido acogió esa cuestión en su discurso. De hecho, Alejo Vidal Quadras, fue presidente del Partido Popular de Cataluña, representando en esta comunidad el ala más conservadora y radical del partido. Esta cuestión tan delicada fue una de las claves para que la ciudadanía más descontenta con lo sucedido se aferrara al discurso promovido por VOX (Castro, 2018; Camacho, 2018; Aladro y Requeijo, 2020).

Por último, una de las claves del auge de la extrema derecha no solo en España, sino en el resto de Europa, han sido los discursos xenófobos de identidad nacional (Mudde, 2007). En un momento en el que Europa vive una alarmante crisis migratoria, los partidos de extrema derecha se han hecho eco para elaborar discursos cargados de elementos xenófobos con el fin de promover cierta sensación de miedo y alerta entre sus votantes. Además de este factor identitario nacionalista, cabe destacar la complicada situación laboral y económica de la que se valen los discursos de este tipo de fuerzas políticas (Oroza y Puente, 2017).

2.2. Movilización de VOX en comunicación política y redes sociales

La relación entre los partidos políticos y los medios de comunicación, que finalmente conforman la comunicación política, supone, sin duda, la base necesaria para que exista una correcta relación entre ambos actores. Mientras que los partidos se encargan de configurar el escenario político y público, siendo un intermediador entre los ciudadanos y el Estado, los medios de comunicación crean la agenda mediática y actúan como “fiscalizadores” de la actividad política (Sánchez-Cuenca, 2022). En un momento en el que las redes sociales e Internet ocupan prácticamente todos los espacios de la vida diaria, la comunicación política cobra un sentido mucho más importante para las formaciones políticas y sus miembros (Limón et al., 2023).

Las redes sociales han llegado a ocupar un nivel tan importante en la vida de los españoles que se han convertido en un medio de participación política y social, superando a otros mecanismos tradicionales. Según datos del INE publicados en 2023, el 21% de las mujeres y el 23,2% de los

hombres realizaron alguna actividad relacionada con la participación política y social. Esta bidireccionalidad de contenidos políticos se debe, como explica Herrero-Curiel (2011:1116), al rápido desarrollo de Internet. Esto ha provocado el surgimiento de plataformas que han modificado por completo la situación digital; de una estructura vertical y unidireccional mediante la cual los líderes y periodistas transmitían directamente el mensaje a las masas, a una situación en la que predominan la bidireccionalidad, la horizontalidad, y la interactividad, en la que todos los actores sociales y políticos participan de manera equitativa y tienen los mismos rangos de poder y popularidad, llegando incluso a superarse estos niveles por parte de usuarios corrientes.

En este contexto comunicativo, comienzan a surgir los partidos de nueva ideología populista, cuyo discurso se centra especialmente en la conquista del terreno mediático y digital (Engesser et al., 2017; Castro Martínez y Díaz Morilla, 2021). En España, el máximo exponente de populismo de derechas es el partido político VOX (González Martín, 2021). Su ideal, basado en el exaltamiento de los valores nacionalistas radicales, depende mucho del valor y la importancia del discurso político público para poder promulgarlo. Las redes sociales sirven como altavoz de este tipo de ideas, especialmente cuando el target al que se dirige el mensaje comienza a definirse, lo que puede llevar en sí mismo a un incremento de la participación electoral (Castro Martínez y Díaz Morilla, 2021).

En esto consiste efectivamente el efecto movilizador de VOX en España en sí mismo. El partido basa sus discursos públicos y sus contenidos en redes sociales en enfatizar y exaltar sus valores nacionalistas y radicales a su exponente máximo, a través de un juego preciso de las emociones a la que apelar y del uso de simbología “patriota” (Tardivo y Díaz Cano, 2021). Otro de los factores claves del éxito de esta formación es el hiperliderazgo (Aladro y Requeijo, 2020) o la exaltación de la figura del líder. Al analizar sus publicaciones, se puede observar claramente la presencia de la figura de Santiago Abascal en gran parte de sus contenidos, conformando una imagen de “héroe” o “salvador” en torno al mismo.

Pese a que en un primer momento el uso de las redes sociales estaba claramente asociado con el público más joven, hoy en día prácticamente todo el mundo, sin ausencias notables de ningún grupo de edad, tiene un usuario en alguna red social. Dos de las plataformas más famosas y utilizadas en España son Twitter -ahora X-, con más de cuatro millones de usuarios solo en nuestro país e Instagram, llegando a alcanzar casi los 24 millones de usuarios, lo que supone que la mitad de la ciudadanía española cuenta con un perfil en esta red social (The Social Media Family, 2023). Entre los usuarios de estas redes sociales se encuentran, en efecto, los respectivos perfiles de VOX (@vox_esp).

Es imprescindible analizar el efecto de VOX en las redes sociales ya que su éxito en las urnas no podría explicarse sin tener en cuenta su éxito en estos espacios digitales. Mientras que en X (Twitter) sí que se posiciona como el tercer partido con mayor número de seguidores, con 569 mil (por detrás del PSOE, con 888.9 mil seguidores, y el PP, con 871.9 mil), en Instagram lidera el ranking con 722 mil seguidores (muy por detrás se encuentran el PP con 166 mil, Sumar con 160 mil y el PSOE con 150 mil). Como se puede observar, Instagram se ha convertido en un claro altavoz para este partido.

2.3. Las manifestaciones contra la amnistía en Ferraz

El poder de las redes sociales, así como el alcance de los discursos promulgados por los líderes de fuerzas ultraderechistas como VOX, cada día crece más. Hace tres años se pudo ver cómo tras unas declaraciones, Donald Trump indujo a uno de los mayores ataques a la democracia, instando a sus seguidores a asaltar el Capitolio estadounidense (sede del Congreso de este país). A través de la difusión de *fake news* (la teoría conspiratoria sobre las elecciones robadas), el expresidente americano logró que miles de personas se acercaran al edificio que alberga el Congreso estadounidense.

Si bien lo sucedido en España hace apenas unos meses no se aproxima a la gravedad de lo sucedido en Estados Unidos, sí demuestra sin embargo la capacidad movilizadora de su homólogo español. Con motivo de las negociaciones que se estaban llevando a cabo entre Esquerra Republicana de Cataluña (ERC), Junts per-Catalunya (Junts) y el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) con el fin de poder llevar a cabo un pacto de investidura que convirtiera al líder del PSOE, Pedro Sánchez, en el presidente del Gobierno, en España, especialmente en su capital (Madrid) se llevaron a cabo una serie de manifestaciones. Los manifestantes se postulaban en contra de la posible Ley de Amnistía de la que se hablaba en las negociaciones que estos partidos estaban llevando a cabo y que, tal y como adelantaron entonces, supondría la extinción de los antecedentes penales de los implicados en el *procés* (Ollero y Ollero, 2023).

Lo que comenzó como una serie de protestas pacíficas, terminó convirtiéndose en más de un mes de concentraciones frente a la sede del PSOE en la céntrica calle Ferraz. La primera en este escenario, convocada el 3 de noviembre a partir de las 19h (hora peninsular), congregó a cientos de personas. Tal y como informaron fuentes de la Delegación del Gobierno, esta no fue avisada previamente. Sin embargo, los cuerpos de la Policía Nacional confirmaron haberse hecho eco de las convocatorias divulgadas a través de las redes sociales, para poder preparar un operativo que fuera capaz de controlar la situación (*Maldita.es*, 2023).

Las organizaciones y asociaciones convocantes de dicha revuelta fueron grupos afines a VOX, entre los que se encuentra un grupo de juventudes que recibe el nombre de ‘Revuelta’

(*Elplural.com*, 2023). Las redes sociales fueron uno de los grandes altavoces de estas concentraciones.

En relación con lo expuesto anteriormente sobre la correlación entre el poder de los líderes de la extrema derecha tanto en Europa como en Estados Unidos, Santiago Abascal, así como otras personalidades de partidos afines a esta ideología (*Clave*, 2023), tuvieron un papel muy importante en la congregación y movilización de la ciudadanía. El jueves 9 de noviembre, Santiago Abascal se acercó hasta la calle Ferraz para animar a los protestantes a la “resistencia permanente” (*OKDIARIO*, 2023) y a mantener dicha movilización todo el tiempo que hiciera falta (*Servimedia*, 2023), haciendo hincapié en la resistencia cívica y pacífica (lo que aleja a este líder del americano). Esa noche la Delegación del Gobierno registró el mayor número de asistentes que se congregaron frente a la sede del PSOE durante aquel mes de noviembre (8.000 asistentes), y se saldó con el mayor número de detenciones, que ascendieron a 24 (*Montoto*, 2023). Durante la sesión en el Congreso de los Diputados celebrada el miércoles 6 de diciembre, la propia portavoz de VOX en este espacio instó a la manifestación de Ferraz a través de estas palabras: “Vamos a estar en Ferraz al lado de los españoles que llevan meses defendiendo de verdad el orden constitucional y la igualdad ante la ley” (*elDiario.es*, 2023).

3. METODOLOGÍA

Para poder llevar a cabo el análisis e investigación que se plantea en el presente trabajo, se ha recurrido a una metodología de análisis tanto cuantitativa como cualitativa de las publicaciones de Instagram difundidas por la cuenta oficial de VOX (@vox_es) desde el 28 de octubre de 2023 hasta el 1 de diciembre de ese mismo año. Las manifestaciones de Ferraz comenzaron el 3 de noviembre de 2023 y se alargaron hasta finales de ese mismo mes. Sin embargo, es importante tener en cuenta los días previos y posteriores, para poder demostrar el cambio de frecuencia y cantidad de contenido publicado durante las fechas escogidas de muestra. La investigación, debido a la limitación de espacio y de tiempo, se centra en las publicaciones en Instagram, dejando para futuros trabajos las de X (Twitter). No obstante, gran parte de ellas son similares, por lo que los resultados podrían ser muy parecidos.

En primer lugar, para poder “conocer los contenidos que mayor impacto han tenido en las redes sociales durante el período analizado”, se ha elaborado una tabla cuyas variables se basan principalmente en el *feedback* que obtiene el partido durante el período seleccionado: los comentarios y los *likes* de las publicaciones de Instagram, así como la cantidad de contenido compartido en función del día de análisis. Además, se tiene en cuenta como variables la URL de la publicación y el cuerpo del mensaje de la misma.

Tabla 1: Impacto de las publicaciones de VOX en el período de estudio

Unidad de análisis	Instagram				
	Fecha	URL	Cuerpo del mensaje	Likes	Comentarios
1					
2					
3					

Fuente: Elaboración propia

Para analizar el segundo objetivo: “Estudiar si el discurso de VOX durante el mes de noviembre llamó a la movilización social, a través del análisis de su comportamiento en redes sociales (en este caso, Instagram)”, se ha elaborado una tabla, cuyas variables son, en este caso, la interacción de la cuenta con otros usuarios, así como los elementos audiovisuales de las publicaciones: menciones, imagen o vídeo, objeto protagonista de la imagen o del vídeo, es decir, quién o qué elemento aparece en la imagen o vídeo (en caso de que hubiera) y llamamiento a la movilización de la ciudadanía (sí/no), entendiendo esto último como el lanzamiento de mensajes, de forma directa, para que el electorado y la sociedad civil se manifiesten o concentren a favor de una idea o mensaje concretos.

Tabla 2: Elementos movilizados en el discurso en redes sociales de VOX

Unidad de análisis	Instagram			
	Menciones	Imagen/Vídeo	Objeto de la imagen/vídeo (quién o qué aparece)	Llamamiento a la movilización de la ciudadanía
1				
2				
3				

Fuente: Elaboración propia

Para el tercer objetivo: “Examinar el uso de simbología nacionalista en sus mensajes en redes sociales”, se ha elaborado una tabla, esta vez basada en el análisis cualitativo, con las siguientes variables, entendiendo las mismas como simbología nacionalista: mensajes xenófobos, patriotismo o enaltecimiento de la nación.

Tabla 3: Simbología nacionalista en el discurso en redes sociales de VOX

Unidad de análisis	Instagram	
	Contenido xenófobo	Patriotismo/ Enaltecimiento nacionalista
1		
2		
3		

Fuente: Elaboración propia

Referido al último de los objetivos: “Analizar si VOX atacó a otros partidos políticos en los discursos concedidos y divulgados durante el período seleccionado de estudio”, se ha elaborado una tabla cuyas variables son si se han llevado a cabo ataques a otros partidos (entendiendo estos como los generalistas mayoritarios: PP, PSOE y Sumar), así como si se han llevado a cabo ataques

a otros partidos políticos de corte nacionalista (en este caso los partidos nacionalistas catalanes o vascos).

Tabla 4: Ataques a otras fuerzas políticas en el discurso en redes sociales de VOX

Fecha		
Unidad de análisis	Instagram	
	Ataques a otros partidos (sí/no y a qué partido)	Ataques a otros nacionalismos (sí/no y catalán/vasco)
1		
2		
3		

Fuente: Elaboración propia

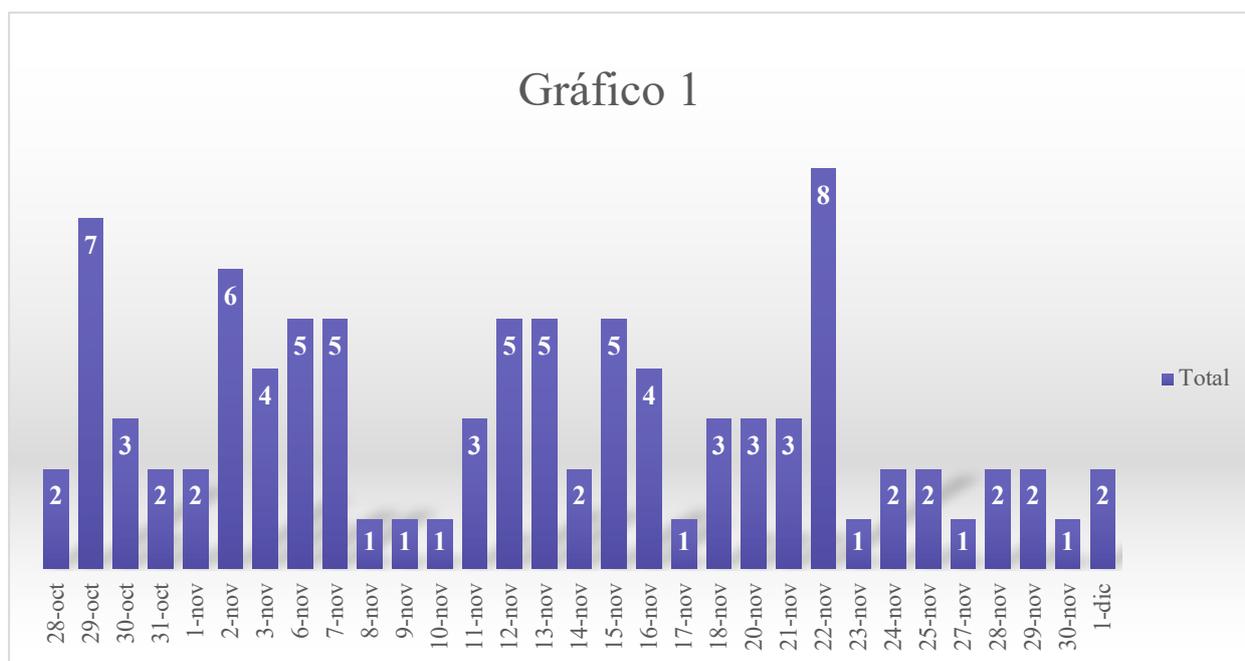
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados obtenidos están agrupados según las variables estudiadas, respondiendo cada uno de ellos a los objetivos desarrollados anteriormente. Para poder justificar los mismos, se han elaborado un total de 11 gráficos y se han extraído e incluido un total de 17 imágenes.

En primer lugar, se tienen en cuenta para su posterior análisis los 94 *posts* publicados por la cuenta @vox_es en la plataforma social Instagram entre el 28 de octubre de 2023 y el 1 de diciembre del mismo año. Este período comprende el momento de mayor actividad política y civil en torno a la posible aprobación de la Ley de Amnistía.

De las 94 publicaciones analizadas, hay tres fechas que destacan entre las demás. El 22 de noviembre encabeza esta lista, con 8 publicaciones a lo largo de ese día. De cerca le siguen el 29 de octubre, que recoge 7 publicaciones, y el 2 de noviembre con 6 publicaciones.

Gráfico 1: Cantidad de posts publicados por día



Fuente: Elaboración propia

El 29 de octubre se produjo la primera movilización en Madrid convocada por VOX, como se puede ver en la siguiente imagen extraída de su cuenta de Instagram.

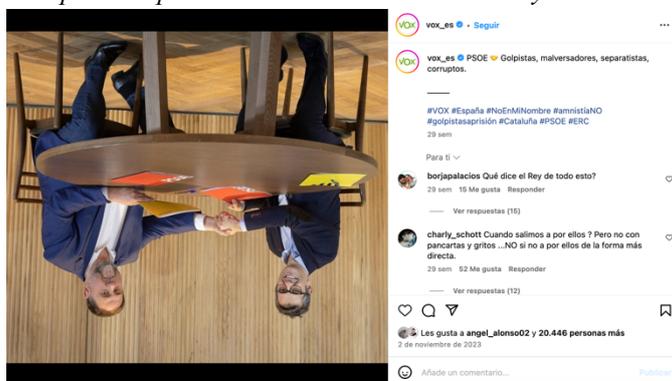
Imagen 1: Captura de pantalla de uno de los días con mayor número de publicaciones



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

El 2 de noviembre lo que se convierte en noticia en todo el país fue la divulgación de la fotografía de Félix Bolaños y Oriol Junqueras durante una de sus reuniones, algo que comentó el partido VOX en su cuenta de Instagram.

Imagen 2: Captura de pantalla de uno de los días con mayor número de publicaciones



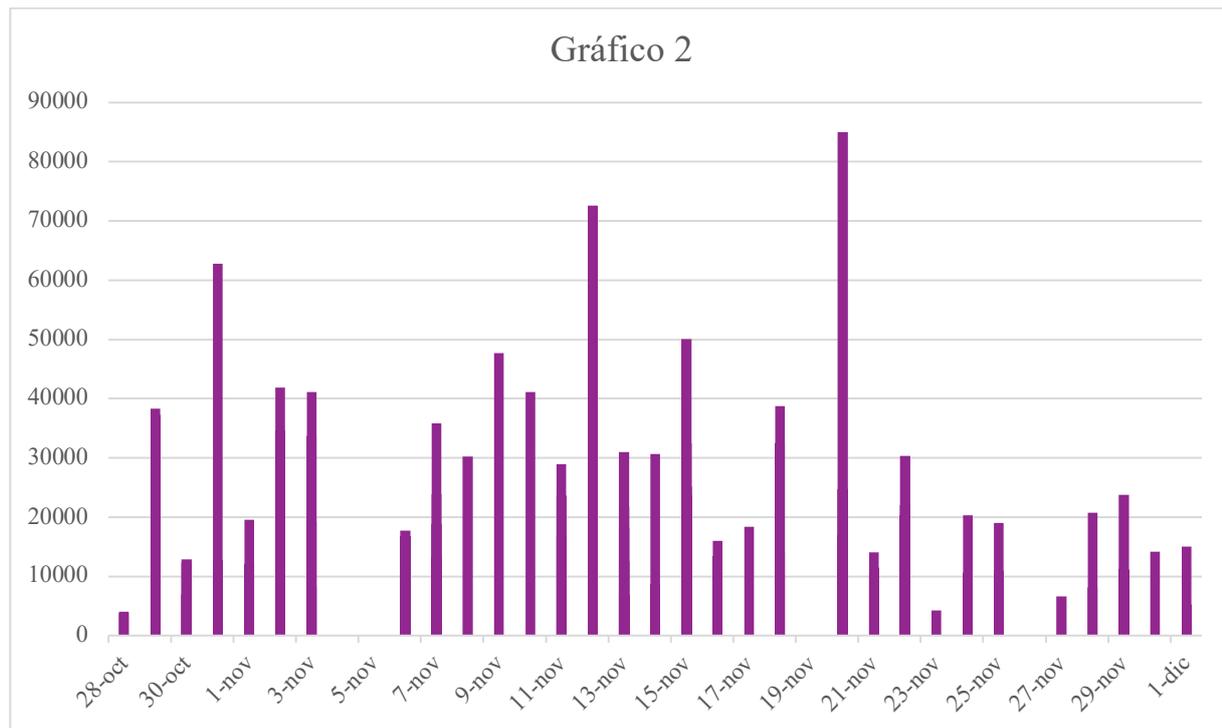
Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

Por último, el 22 de noviembre de 2023, fecha en la que VOX compartió 8 publicaciones, no se celebró ni se convocó ninguna manifestación o concentración contra la amnistía. A lo largo de este día se publicaron tres vídeos de Santiago Abascal en una rueda de prensa en el Parlamento Europeo, la intervención de Jorge Buxadé en el mismo escenario, un tweet de Pepa Millán, un carrusel de imágenes de una serie de pancartas colgadas en Cataluña, la intervención de Ignacio Garriga en las cortes catalanas, y un vídeo del sindicato Solidaridad promoviendo y promocionando la huelga convocada para el 24 de noviembre.

En cuanto a los likes obtenidos, en función de la fecha en la que fueron publicados los posts, los

picos más altos del gráfico corresponden, de menor a mayor valor, al 31 de octubre, al 12 de noviembre (dos vídeos recogen prácticamente la misma cantidad de *likes*) y al 20 de noviembre. En este caso, es esencial precisar la fecha de consulta de estos datos (2 de mayo de 2024), puesto que los datos pueden sufrir modificaciones a lo largo del tiempo, por razones diversas como el bloqueo de usuarios.

Gráfico 2: Likes de las publicaciones según la fecha de las mismas



Fuente: Elaboración propia

El 12 de noviembre se publicaron una serie de imágenes y vídeos promocionando e informando sobre la movilización convocada para aquel día. Dos de las publicaciones con mayor número de *likes* muestran una vista panorámica de la movilización en la Puerta del Sol, así como al líder de VOX en la misma. Estos vídeos (Imágenes 3 y 4) obtuvieron 72.476 y 72.637 *likes* respectivamente.

Imágenes 3 y 4: Capturas de pantalla de dos de las publicaciones con mayor número de likes



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

El 20 de noviembre VOX recordaba la participación y el apoyo a esta formación de Javier Milei en la convención celebrada en octubre de 2022, así como celebraba la victoria de Milei, que se convertía así en el presidente de Argentina. Sus palabras recibieron una gran acogida por parte de los seguidores de VOX, alcanzando este *post* los 84.977 likes.

Imagen 5: Captura de pantalla de una de las publicaciones con mayor número de likes



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

El *post* con menor cantidad de *likes* recibidos se compartió el 28 de octubre. En este caso, la publicación consiste en una imagen informativa en la que se convocaba la primera movilización prevista para aquellas fechas. En el momento de estudio, la publicación había recibido 3.861 *likes* y 64 comentarios, posicionándose con estos datos como la publicación con menos *likes* y comentarios comprendida entre las fechas de análisis seleccionadas.

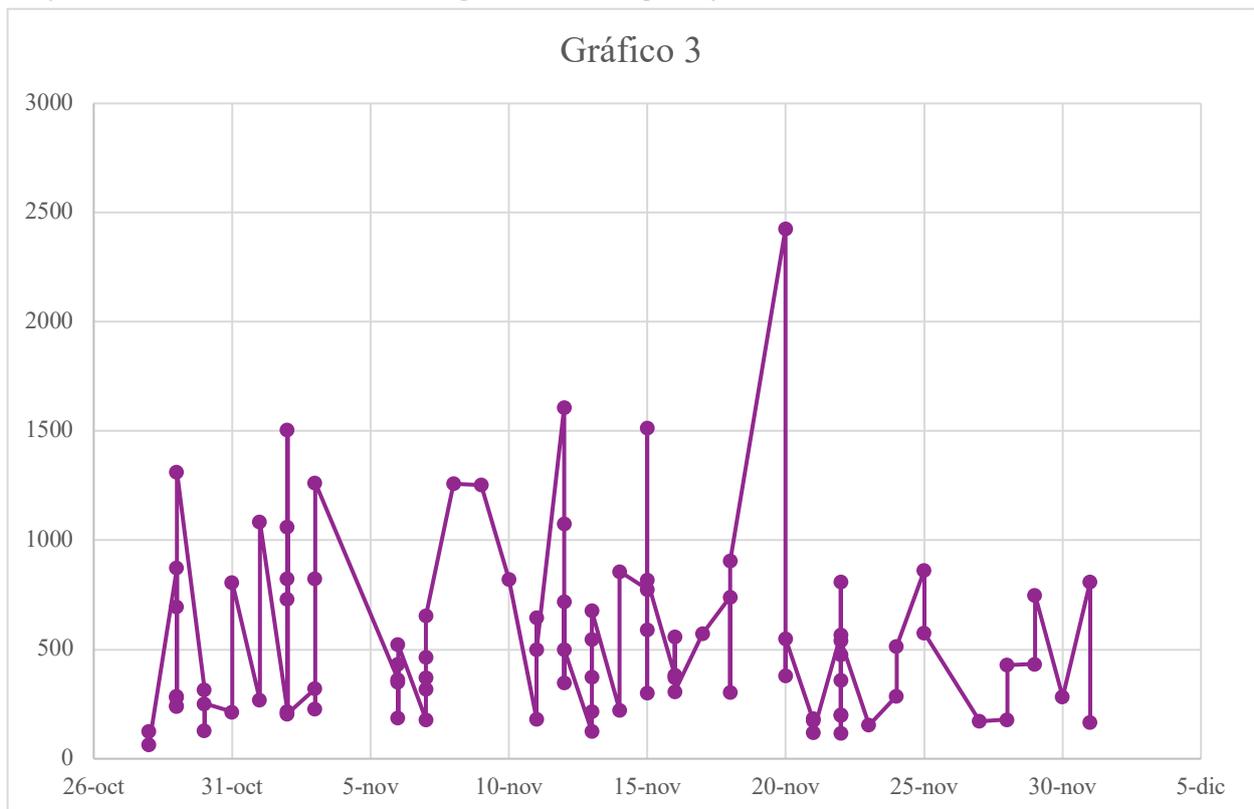
Imagen 6: Captura de pantalla de la publicación con menos likes y comentarios analizada



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

El análisis del impacto y evolución de la cantidad de comentarios recibidos en las publicaciones de Instagram de este perfil a lo largo del tiempo de estudio seleccionado refleja una actividad discontinua. Este tercer gráfico, junto a los Gráficos 1 y 2, comprenderían el objeto de estudio del primero de los objetivos.

Gráfico 3: Número de comentarios de las publicaciones según la fecha de las mismas



Fuente: Elaboración propia

Para analizar los resultados reflejados en este gráfico, se establece un ranking, similar al modelo de análisis llevado a cabo con los anteriores, entre las tres publicaciones con mayor número de comentarios.

La tercera publicación entre las tres primeras recibió 1.514 comentarios en el momento en el que se llevó a cabo este estudio. El *post* en cuestión consiste en un vídeo en formato *reels* de una serie de declaraciones emitidas por el líder de VOX, Santiago Abascal, en el Congreso de los Diputados. Este formato de vídeo mezcla imágenes y texto, y va acompañado de una sintonía musical de fondo.

Imagen 7: Captura de pantalla de una de las publicaciones con mayor número de comentarios



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

El 12 de noviembre una de las publicaciones analizadas alcanzó 1.609 comentarios. En este caso, coincide con una de las publicaciones con mayor número de *likes*: la publicación en formato *reels* de una movilización en la Puerta del Sol programada para ese día.

La publicación que recoge un mayor número de comentarios fue compartida el 20 noviembre. De nuevo, coincide con una de las publicaciones con mayor número de *likes*. En este caso, se trata del vídeo de las declaraciones de Javier Milei durante la convención celebrada por el partido en 2022; cuenta con 2.426 comentarios.

Para la justificación y la investigación del segundo de los objetivos, se han elaborado los siguientes cuatro gráficos. En primer lugar, en el Gráfico 4 se revela la cantidad de menciones en cada publicación analizada, así como los perfiles mencionados y quien compartía la publicación (en los casos en los que era una cuenta distinta a la principal del análisis, @vox_es).

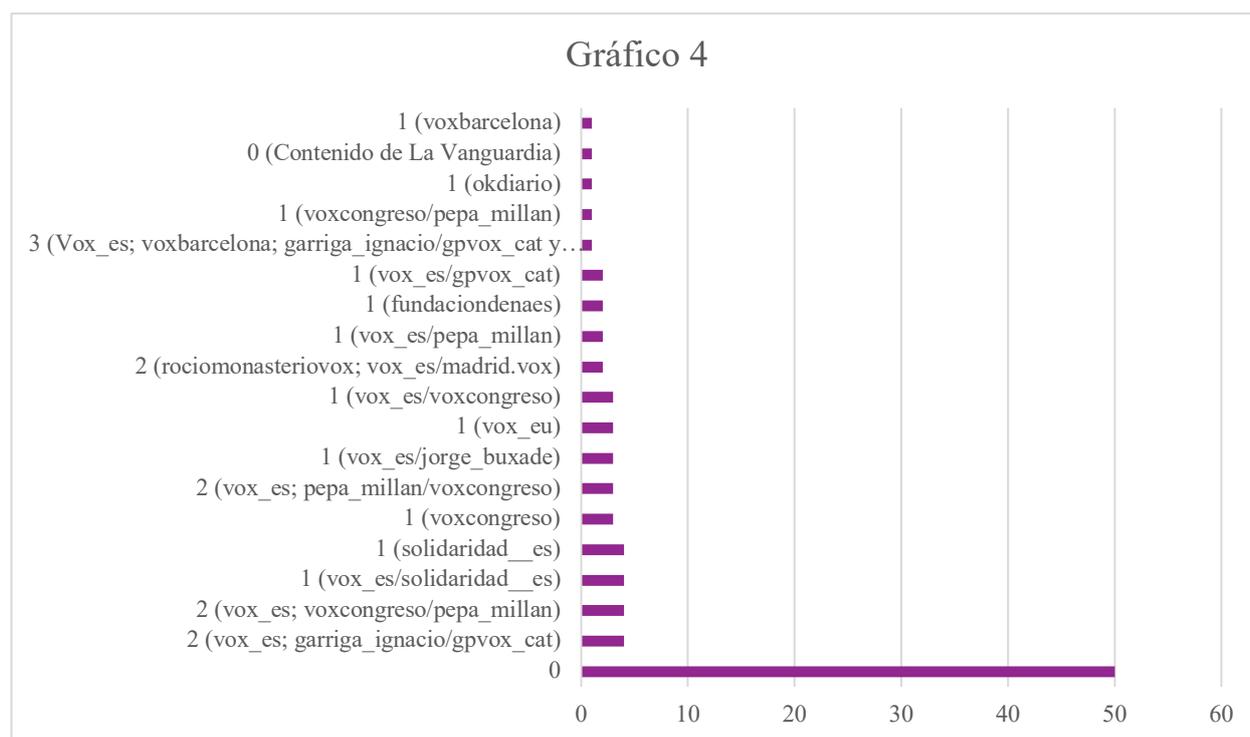
El 53% de las publicaciones no contaba con menciones en las mismas. Existe, además, un caso concreto en el que la publicación no contaba con una mención específica, aunque el perfil compartía una información en formato *reels* extraída de *La Vanguardia*, correcta y visiblemente señalado a través de la inclusión del logo de este medio, como podemos ver en la siguiente imagen:

Imagen 8: Captura de pantalla del post sin menciones que comparte un contenido extraído de 'La Vanguardia'



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

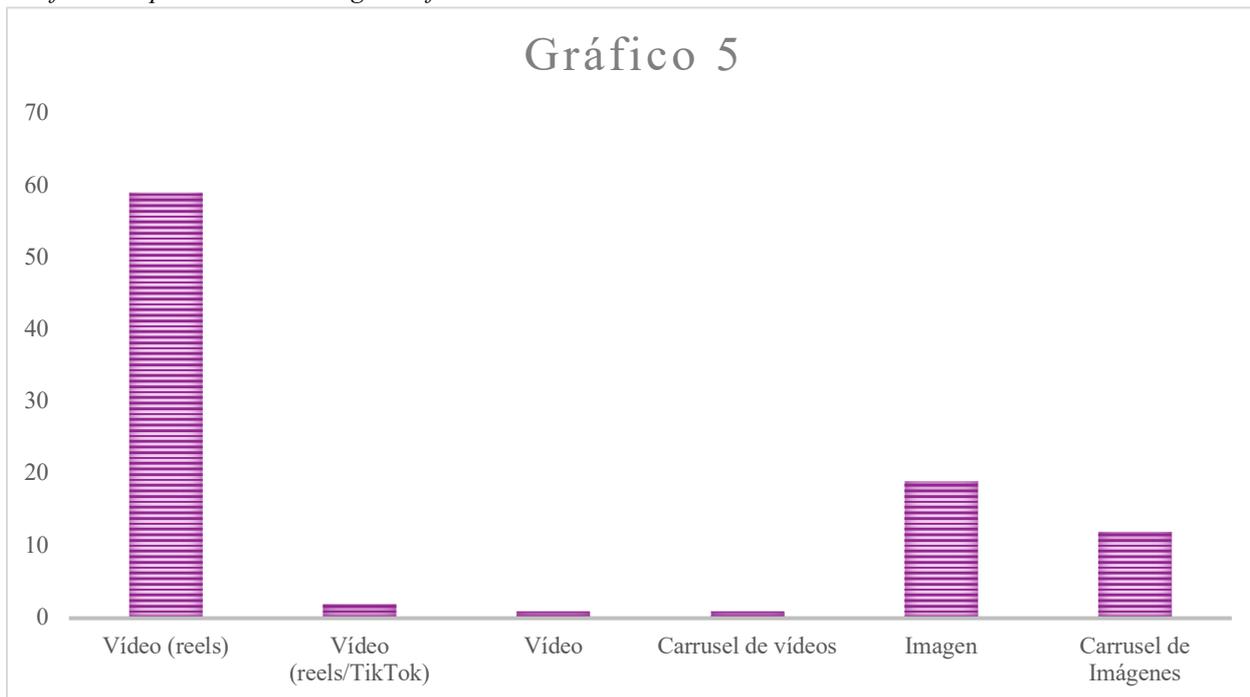
Gráfico 4: Menciones en las publicaciones



Fuente: Elaboración propia

En relación al tipo de contenido compartido durante el mes de estudio (Gráfico 5), el 62,7% se compartieron en un formato *reels*, mucho más accesible, generalmente de menor duración. A través de este formato, además, los partidos políticos pueden compartir declaraciones institucionales de una manera mucho más sencilla y práctica. Seguido de este, los siguientes tipos de contenido más repetido son las imágenes (20,2%) y los carruseles de imágenes (12,7%), es decir, una serie de imágenes compartidas en una misma publicación.

Gráfico 5: Tipo de contenido según su formato

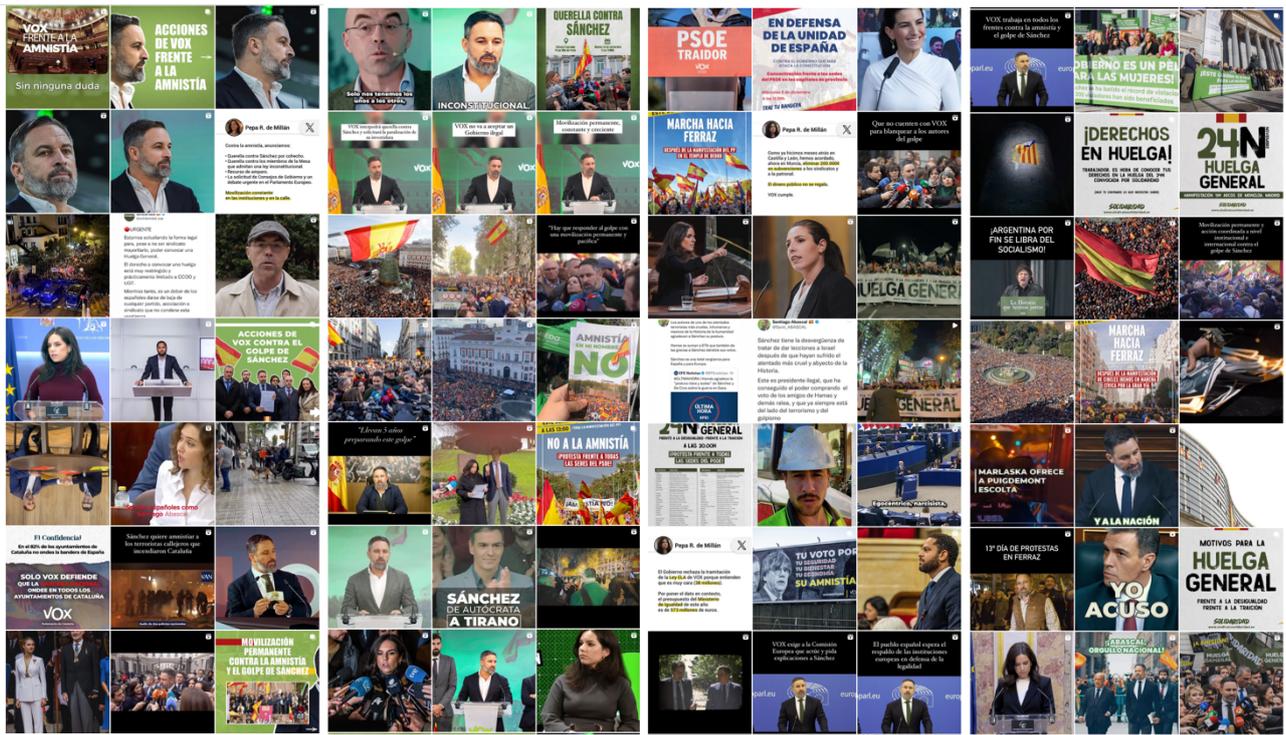


Fuente: Elaboración propia

En relación al objeto principal de la imagen o el vídeo analizado, los resultados expuestos en el Gráfico 6 revelan que ‘Santiago Abascal’ fue el elemento más predominante, alcanzando el 27,6% de publicaciones en la que era el objeto protagonista. El siguiente elemento u objeto protagonista más repetido fue la ‘Calle’, que comprende el 15,9% de las publicaciones en las que la calle en sí misma se convirtió en el objeto protagonista. Entre los elementos identificadores se encuentran: las movilizaciones o concentraciones, las banderas o pancartas ubicadas en exteriores, etc. De nuevo, el 15,9 % de las publicaciones llevaban, en este caso, como objeto principal la ‘Información’. Esta categoría comprende todas las publicaciones cuyo objetivo es meramente informativo.

Sin embargo, este gráfico también refleja la diversidad de elementos y personas protagonistas en sus publicaciones, como se puede ver de forma más clara en las siguientes imágenes:

Imágenes 9, 10, 11 y 12: Capturas de pantalla del “feed” de VOX en Instagram



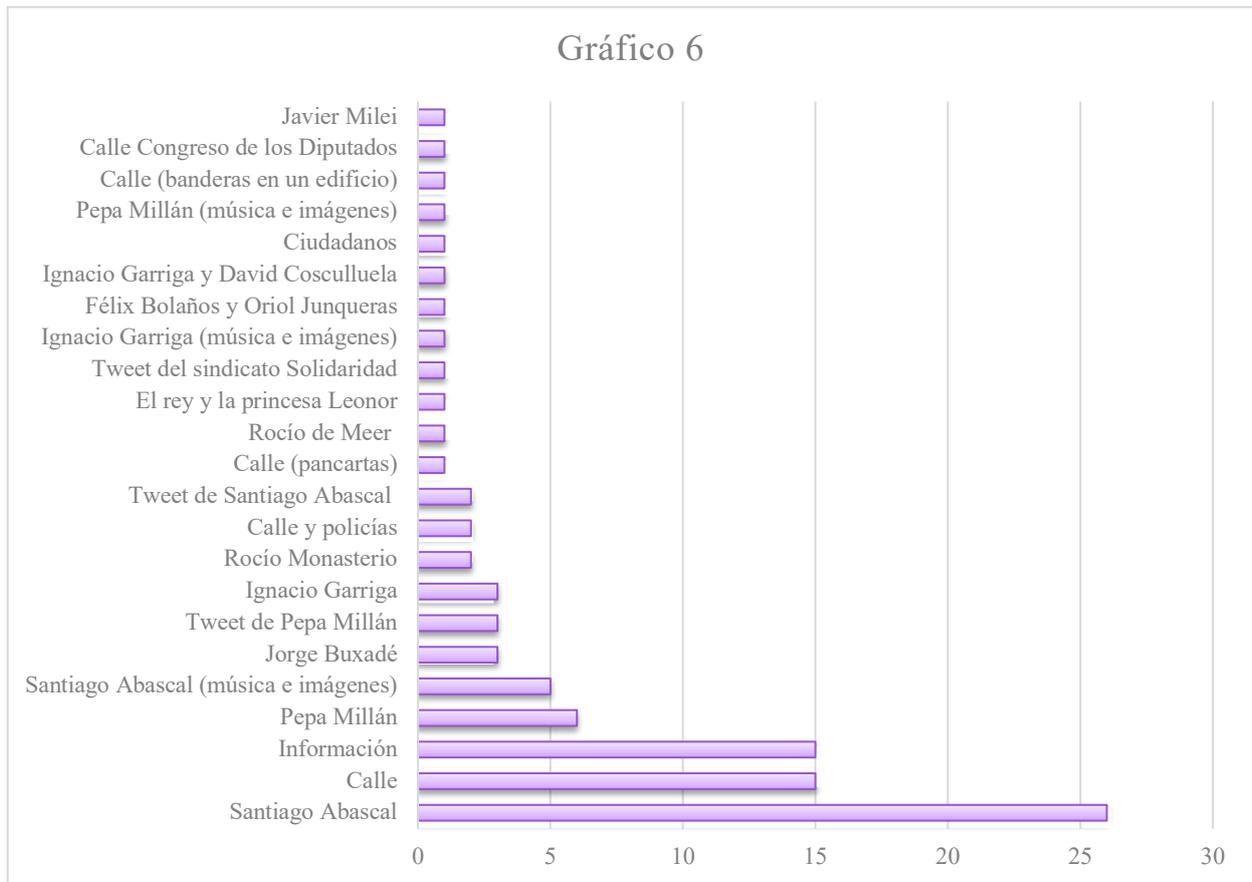
Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

Imagen 13: Captura de pantalla del “feed” de VOX en Instagram



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

Gráfico 6: Objeto o persona protagonista del post o publicación



Fuente: Elaboración propia

La última de las variables en este caso se refirió a si, a través de los contenidos compartidos, VOX llevó a cabo un llamamiento a la movilización de forma expresa (Gráfico 7). Uno de los elementos a tener en cuenta en este caso es que no solo se produjeron manifestaciones o concentraciones durante el mes de noviembre de 2023, sino que también tuvo lugar una recogida de firmas el 11 de noviembre cuyo objetivo era conseguir el apoyo ciudadano para frenar la aprobación de la Ley de Amnistía.

El 29 de octubre la cuenta de Instagram de VOX compartió 7 publicaciones que expresamente llamaban a la movilización de la ciudadanía. Este día se produjo la primera movilización contra la amnistía convocada por este partido político. Días más tarde, el 12 de noviembre, se puede observar un nuevo aumento de publicaciones que animaban expresamente a la ciudadanía a manifestarse contra la amnistía. El 12 de noviembre se convocó de nuevo una gran movilización en Madrid, y se registran entonces 5 publicaciones que animaban a los ciudadanos a unirse a dicha movilización.

Imagen 14: Captura de pantalla de una imagen informativa sobre la manifestación del 12N

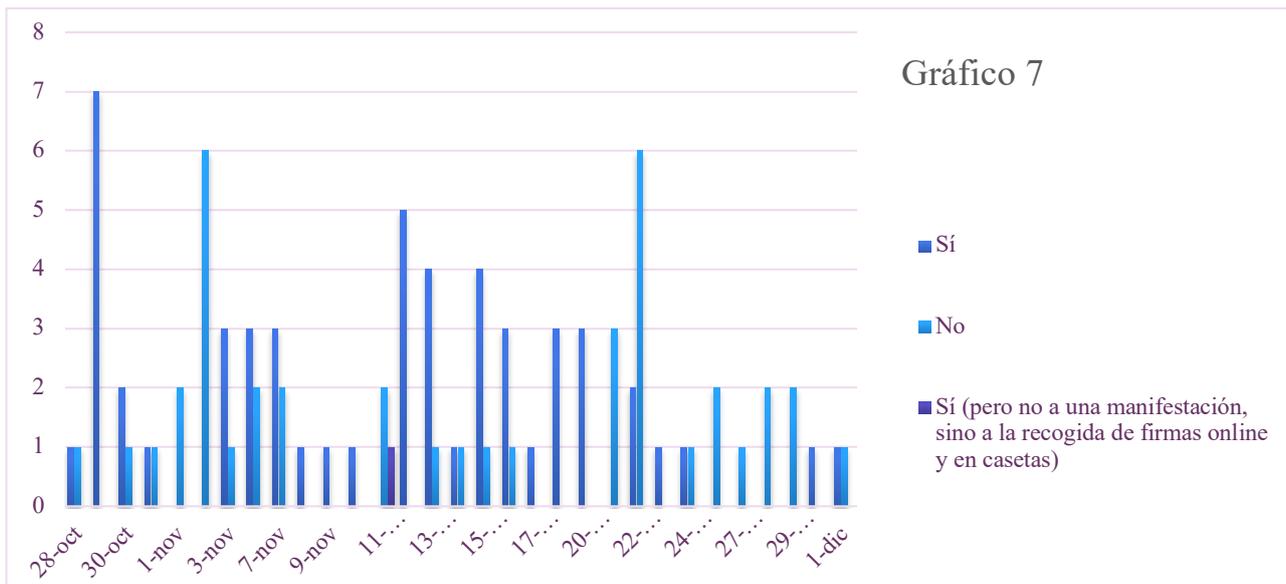


Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

Sin embargo, se reflejan también dos puntos en los que se publicaron una gran cantidad de publicaciones que, en este caso, no llamaban de forma directa a la movilización de la ciudadanía. El 2 de noviembre la cuenta de VOX compartió 6 publicaciones que, pese a estar íntimamente relacionadas con la cuestión de la amnistía en Cataluña, no invitaban a que la ciudadanía se manifestara. En este sentido, el 22 de noviembre de nuevo se publicaron 6 imágenes o vídeos que no invitaban a esta acción.

En total, y teniendo en cuenta la publicación que animó a la población a la participación en una recogida de firmas, el 58,5% de las publicaciones sí que tenían la intención de hacer un llamamiento a la movilización, mientras que el 41,5% no.

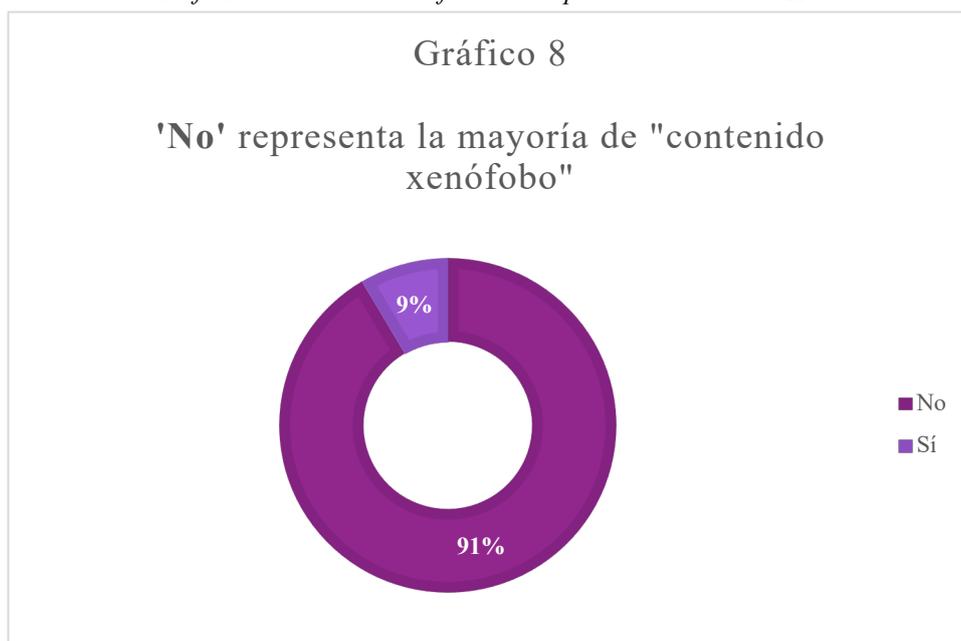
Gráfico 7: Llamamiento a la movilización o manifestación ciudadana



Fuente: Elaboración propia

Para analizar y comprobar el siguiente de los objetivos, se han elaborado dos gráficos referidos al análisis del posible uso de simbología nacionalista en estas publicaciones. En relación a si VOX compartió publicaciones con mensajes o contenidos xenófobos, se puede comprobar en el Gráfico 8 que el 91% de los *posts* analizados representan un contenido libre de este tipo de comentarios. El 9% restante que sí lo hicieron, engloba publicaciones que no tenían que ver con el principal tema a estudiar en este trabajo, la amnistía.

Gráfico 8: Contenido xenófobo en las publicaciones de VOX



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al análisis del uso de simbología o lenguaje patriota o de enaltecimiento de la misma,

entendiendo esto como el uso de la bandera como apropiación política, la mención a la patria y a la nación y/o a la diferenciación de españoles en función de ciertos aspectos o pensamientos y acciones políticas, el 81% de las publicaciones sí que contaban con estos elementos. Estas manifestaciones se pudieron observar no solo en la publicación en sí misma, sino en los propios textos que acompañaban a cada una de ellas.

Gráfico 9: Patriotismo o enaltecimiento nacionalista representado en las publicaciones de VOX



Fuente: Elaboración propia

Tal y como se ha podido analizar, VOX hacía un elevado uso de elementos patrióticos, que basaban el contenido de sus mensajes en el “orgullo nacional”, la “defensa de la patria y de la Constitución” o se destacaba la importancia de la “unidad nacional”.

Imagen 15: Captura de pantalla de un post de VOX, entrando al Congreso de los Diputados



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

Además de los calificativos “positivos” relativos a la nación o a la patria, así como a los españoles y a la ciudadanía, otro de los elementos que se han tenido en cuenta como “patriotas” han sido aquellos comentarios, imágenes o símbolos que criminalizaran a los políticos o ciudadanos catalanes de tal manera que pudieran relacionarse con “enemigos del país”. En este sentido, lo más repetido fue recurrir a expresiones como “atentado”, “terrorismo”, la diferenciación entre “agresores y agredidos”, “acto de corrupción inigualable” y, el más repetido de todos ellos, hacer referencia a la Ley de Amnistía y a la situación catalana como un “golpe de Estado”.

Imagen 16: Captura de pantalla de un post de VOX, en el que Santiago Abascal está siendo entrevistado



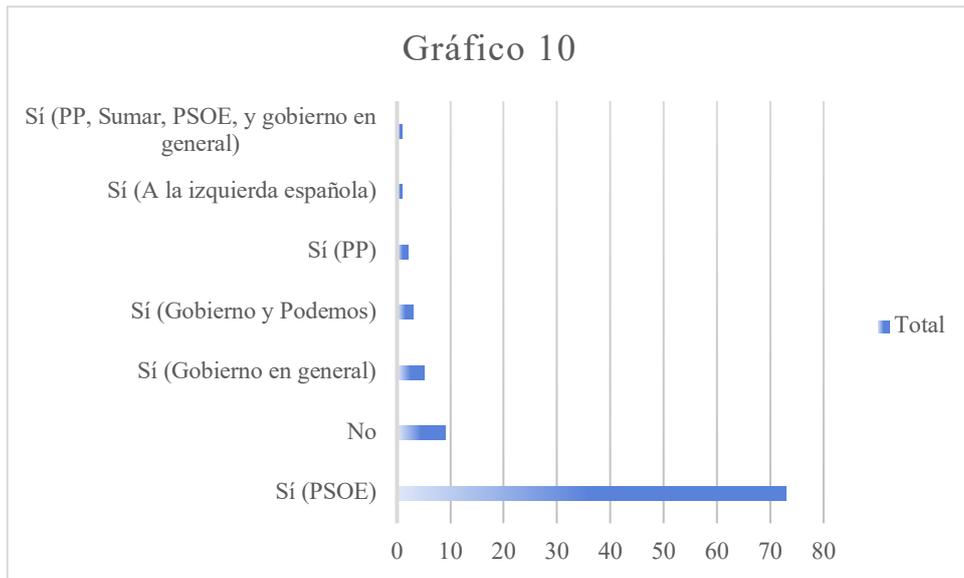
Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

Por último, para analizar la última variable, que pretendía comprobar si VOX atacó a otros partidos políticos, se han elaborado dos gráficos, entendiendo la importancia de diferenciar entre los posibles ataques a partidos generalistas y los ataques a partidos nacionalistas.

En relación al estudio de los ataques que hizo VOX a otros partidos durante el mes de noviembre (Gráfico 10), el valor más grande es el de los ataques contra el PSOE, alcanzando el 77,6% de las publicaciones. El siguiente valor más destacable es el del “No”, abarcando el 9,5% de las publicaciones, que se alejan de esta dinámica de críticas y ataques.

Si bien es cierto que la mayoría de las críticas que se profirieron durante el tiempo de estudio tuvieron, en este caso, como principal objetivo al PSOE y al gobierno en su conjunto, también hubieron espacios para otros partidos. El gráfico representa las dos veces (2,12%) que VOX compartió publicaciones en las que, de forma directa, se atacaba al PP.

Gráfico 10: Ataques a otros partidos generalistas



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al análisis de las críticas que VOX dirigió hacia partidos nacionalistas durante el período de tiempo de estudio (Gráfico 11), el nacionalismo catalán y los partidos que lo representan fueron los principales afectados en este sentido, alcanzando el 62,76% de las publicaciones. En el 13,82% de ellas, los de VOX criticaron a los nacionalismos vasco y catalán de forma conjunta e indistinta. Solo en una única publicación atacaron de forma directa y única al nacionalismo vasco y sus partidos representativos, como se puede observar en la siguiente imagen:

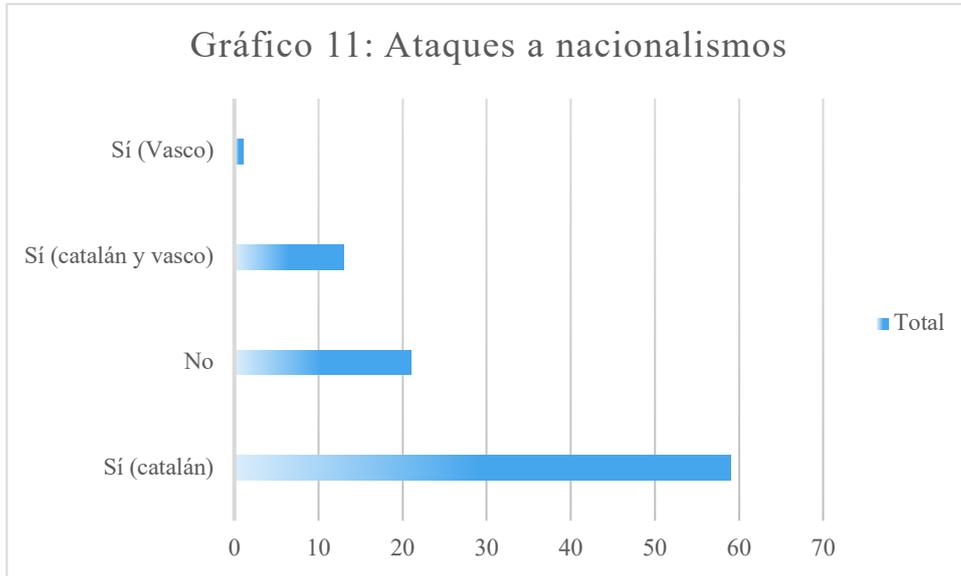
Imagen 17: Captura de pantalla de una publicación de VOX, que muestra un tweet de Santiago Abascal



Fuente: Cuenta de Instagram de @vox_es

Por último, cabe destacar que en 21 publicaciones no se registra ningún tipo de ataque hacia ningún nacionalismo, tal y como se puede observar representado en el gráfico.

Gráfico 11: Ataques a distintos nacionalismos con representación en España



Fuente: Elaboración propia

6. CONCLUSIONES

El presente trabajo nació del deseo de analizar uno de los grandes hitos de la comunicación política en los últimos tiempos. Tras haber estudiado los datos expuestos en el anterior punto mediante el análisis de 94 *posts* de Instagram y haber comprobado cómo se han desarrollado los distintos objetivos a través de la metodología utilizada, se han sacado las siguientes conclusiones.

En primer lugar, antes de llevar a cabo esta investigación se creía que VOX publicaría una mayor cantidad de publicaciones durante los días en los que se produjeron las movilizaciones. Sin embargo, y pese a que sí que se publicaron una gran cantidad de contenidos durante esos días, no guardaban una correlación directa, habiendo podido comprobar que los días de mayor actividad en redes sociales también estaban vinculados a otro tipo de publicaciones más aleatorias.

En ese sentido, y en relación a la confirmación o refutación de las hipótesis planteadas anteriormente en este trabajo, la primera hipótesis que planteaba si “VOX ha llamado a la movilización y a la acción social en sus mensajes publicados desde el anuncio de la Ley de Amnistía”, se ha verificado tras la investigación. Tal y como se ha planteado en el marco teórico, las redes sociales cobran en la actualidad una gran importancia como altavoces mediáticos, con una mención y lugar especiales en el terreno de la comunicación política (Limón et al., 2023). En el caso de VOX, esto queda ratificado con la demostración del llamamiento a la ciudadanía a una “movilización constante” en un 58,5% de las publicaciones. Sin embargo, se considera necesario destacar que, si bien es cierto que VOX animó de forma activa al electorado y a la sociedad española en su conjunto a movilizarse contra la amnistía, recalcó en sus intervenciones analizadas la importancia de que estas fueran “pacíficas”.

La segunda hipótesis, referida a si “las publicaciones de VOX contenían numerosos símbolos nacionalistas” ha quedado verificada parcialmente. Para analizarla, se han tenido en cuenta tanto si las publicaciones examinadas tenían incorporado algún tipo de contenido xenófobo, como los elementos patriotas o de enaltecimiento nacionalista. Si bien es cierto que se confirma en un 81% que VOX usa una terminología y una simbología nacionalista en sus publicaciones en Instagram durante el periodo analizado, no se han encontrado evidencias de que haya un alto contenido xenófobo (sólo un 9% en este estudio). Esto, tal y como se ha especificado en el punto anterior, se debe a las numerosas referencias a la “patria”, a la “unidad nacional” y a una diferenciación entre españoles, entre aquellos que defienden esta “unidad nacional” y los que se ponen del lado de los que denominan “corruptos”, “traidores”, “terroristas”, “golpistas”, “separatistas” o “agresores”, entre otros términos. El mínimo porcentaje de contenido xenófobo encontrado a lo largo de la investigación reside principalmente en contenido relacionado con políticas exteriores,

de empleo o de ayudas o bonificaciones económicas, no teniendo nada que ver estos temas con el principal a tratar.

La tercera hipótesis planteaba que “los contenidos con mayor impacto en redes sociales son aquellos que, de alguna manera, apelan al miedo de forma directa”. Esta hipótesis, de nuevo, se verifica parcialmente. Pese a que las publicaciones con mayor *feedback* recibido (que se puede ver a través de los *likes* y comentarios) sí que giran en su gran mayoría a la amnistía y la cuestión catalana y, por ende, al mensaje que ellos querían transmitir de la “ruptura de la unidad nacional”, no todas apelan directamente al miedo. De hecho, en gran medida las publicaciones analizadas con mayor *feedback* son las que apelaban directamente a la movilización, con mensajes que sí que podían estar referidos a una “liberación” o a la “defensa” de un “golpe”, pero sin intencionalidad aparente de provocar una sensación expresa de miedo.

Por último, la cuarta hipótesis referida a si “VOX atacó a otros partidos políticos en sus discursos”, se ha verificado tras la investigación. En la gran mayoría de las publicaciones, VOX atacó a partidos generalistas, especialmente al PSOE, que actualmente ostenta la Presidencia, así como al nacionalismo catalán y a sus representantes. Sin embargo, sí se ha podido comprobar que en alguna ocasión, mucho más aislada, se ha atacado a otros partidos, como al Partido Popular (siendo sus socios en numerosos gobiernos autonómicos y municipales en España) o a Podemos (por la cuestión de la Ley de Violencia de Género), así como al nacionalismo vasco. Esto, por tanto, confirma que VOX basa gran parte de su contenido, al menos durante el mes de estudio, en un ataque directo a numerosos partidos, independientemente de la corriente ideológica de los mismos.

Esta investigación consta de una serie de limitaciones a tener en cuenta. En primer lugar, no se puede establecer un modelo o tipo de comunicación política concreta de este partido político, puesto que lo que se analiza es un momento único en la historia política contemporánea española, por lo que las distintas acciones y reacciones políticas pudieron ser atípicas. Además, los datos analizados de Instagram pueden variar en tanto y cuanto un usuario bloquea a @vox_es y todos sus *likes* o comentarios desaparecen, así como se puedan producir estas acciones de forma voluntaria de usuarios que continúen siguiendo a esta cuenta.

Durante la redacción y elaboración de este trabajo, se han producido una serie de cambios y avances en relación al tema expuesto en el mismo. Pese a que no lograran el mismo alcance y magnitud, se han seguido sucediendo manifestaciones y concentraciones contra la aprobación de la Ley de Amnistía. Además, se han llevado a cabo distintos trámites legales para poder frenar la aprobación de la misma. Finalmente, el 30 de enero de 2024 se produjo la primera sesión plenaria para la aprobación de esta ley en el Congreso de los Diputados. Sin embargo, Junts per Catalunya

votó en contra al presentar la misma en su redacción una serie de limitaciones. El 14 de marzo, se produjo la segunda sesión, donde se aprobó. Sin embargo, el 14 de mayo el Senado vetó esta ley, llevándola de nuevo al Congreso de los Diputados. Fue en esta Cámara, el 30 de mayo de 2024, donde finalmente se aprobó esta ley, en una sesión que demostró la inestabilidad y tensión del panorama político español actual.

El presente trabajo buscaba analizar, de esta manera, el comportamiento de uno de los partidos más activos y polémicos de los últimos años durante un momento que no había sido antes estudiado, teniendo en cuenta la excepcionalidad de la cuestión. Las redes sociales no solo son herramientas de infoentretenimiento para los más jóvenes, sino que se están convirtiendo en los grandes altavoces políticos, con un alcance jamás visto o analizado.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aladro Vico, E. y Requeijo Rey, P. (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), 203-229.

<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1455>

Alba Seoane Caeiro (junio de 2020). El miedo como herramienta política. Caso Vox. *Universitat Oberta de Catalunya*.

<https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/121946/6/aseoanecaTFM0620memoria.pdf>

Arzheimer, Kai y Carter, Elisabeth (2006). Political Opportunity Structures and Right-Wing Extremist Party Success. *European Journal of Political Research*, 45, pp. 419-443. doi: 10.1111/j.1475-6765.2006.00304.x

Betz, Hans-Georg (1994). *Radical Right-Wing Populism in Western Europe*. London: McMillan

Bocanegra, J., y Barragán, C. (20 de septiembre de 2020). ¿Por qué el votante de Vox es el más trumpista de la «derecha populista» europea? *El Confidencial*.

https://www.elconfidencial.com/espana/2020-09-20/votantes-vox-trump-favorable_2753819/

Bornschieer, S. (2010). Cleavage Politics and the Populist Right. The New Cultural Conflict in Western Europe. *Temple University Press*.

Cachón Rodríguez, Lorenzo (2021). Los contextos del linchamiento de George Floyd y los aceleradores de las protestas contra el racismo sistémico; *Inguruak*, 71, 7-36.

<http://dx.doi.org/10.18543/inguruak-71-2021-art02>

Camacho, J. (25 de noviembre de 2018). Catalunya se cuela en el debate andaluz.

www.elperiodico.com.

<https://www.elperiodico.com/es/politica/20181125/catalunya-irrumpe-elecciones-andaluzas-ciudadanos-pp-7166525>

Cañas, A. (5 de febrero de 2024). Encuesta 40db: la amnistía continúa golpeando al PSOE y Vox ‘sorpassa’ a Sumar. *Diario AS.*

<https://as.com/actualidad/politica/encuesta-40db-la-amnistia-sigue-golpeando-al-psoe-n/>

Castro Barcelona, C. (2 de diciembre de 2018). ¿Quién cosecha los réditos del conflicto catalán en Andalucía? *La Vanguardia.*

<https://www.lavanguardia.com/politica/20181202/453268445356/elecciones-andalucia-conflicto-catalan-estatut-impacto.html>

Castro Martínez, A. y Díaz Morilla, P. (2021). La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox. *Dígitos.*

Revista de Comunicación Digital, 7:67-89. DOI: 10.7203/rd.v1i7.210

<https://revistadigitos.com/index.php/digitos/article/view/210>

Castro Martínez, Paloma y Jaráiz Gulías, Erika (2022). *La construcción emocional de la extrema derecha en España.* Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas

Cero, R. O. (27 de noviembre de 2023). PP y Vox sumarían hoy mayoría absoluta si se celebrasen de nuevo elecciones generales, según una encuesta. *OndaCero.*

https://www.ondacero.es/noticias/espana/vox-sumarian-hoy-mayoria-absoluta-celebrasen-nuevo-elecciones-generales-segun-encuesta_202311276564574c1b48c300012ce647.html

Clave, L. (2023, 7 noviembre). Estas son las personas de la ultraderecha que participaron en la manifestación de Ferraz. *LaSexta.*

https://www.lasexta.com/programas/lasexta-clave/estas-son-personas-ultraderecha-que-participaron-manifestacion-ferraz_20231107654a9dbbb276150001a09b5b.html

Cole, A. (2005). Old right or new right? The ideological positioning of parties of the far right. *European Journal of Political Research*, 44(2), 203-230. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2005.00224.x>

Cope. (8 de noviembre de 2023). Sánchez compara las manifestaciones en Ferraz con el asalto al Capitolio de EEUU en una carta a la militancia. *COPE*.

https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/sanchez-compara-una-carta-las-manifestaciones-ferraz-con-asalto-capitolio-eeuu-20231108_2991419

elDiario.es. Vox irá este miércoles a Ferraz con quienes «llevan meses defendiendo de verdad» la Constitución. (6 de diciembre de 2023). *elDiario.es*.

https://www.eldiario.es/politica/actos-dia-constitucion-ultima-hora-actualidad-politica-directo_6_10746809_1105157.html

elDiario.es. El PP acusa al Gobierno de «arreglar con gas mostaza» la «polarización» de España. (7 de noviembre de 2023). *elDiario.es*.

https://www.eldiario.es/politica/ultima-hora-negociaciones-investidura-pedro-sanchez-directo_6_10662756_1104115.html

Elplural.com. (8 de noviembre de 2023). Revuelta en la manifestación del 8 de octubre en Barcelona. *El Plural*. https://www.elplural.com/politica/revuelta-organizacion-vox-organiza-protestas-ferraz_319640102

Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., y Büchel, F. (2017). Populism and social media: how politicians spread a fragmented ideology. *Information, Communication and Society*, 20(8), 1109-1126.

<https://doi.org/10.1080/1369118x.2016.1207697>

Escartín, J. (6 de noviembre de 2023). Así es Revuelta, la asociación juvenil de Vox que agita las calles contra la amnistía. *ElHuffPost*.

<https://www.huffingtonpost.es/politica/asi-revuelta-asociacion-juvenil-vox-agita-calles-amnistia.html>

Europa Press. (2023). Abascal llama en Ferraz a mantener las movilizaciones «el tiempo que haga falta». *europapress.es*.

<https://www.europapress.es/nacional/noticia-abascal-llama-ferraz-mantener-movilizaciones-tiempo-haga-falta-20231109204626.html>

Evans, Jocelyn A. J. (2005). The Dynamics of Social Change in Radical Right-wing Populist Party Support». *Comparative European Politics*, 3, pp. 76-101, doi: 10.1057/palgrave.cep.6110050

Fernández-LLebrez, F. (2020). Qué hacer con la extrema derecha en Europa. El caso del Frente Nacional / Guillermo Fernández-Vázquez. Madrid, Lengua de Trapo, 2019, 188 pp. *Revista Española De Ciencia Política*, (53), 183–187. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/79784>

Ferreira, C. (2019). Vox como representante de la derecha radical en España: un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73-98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>

Forti, S. (2023). *Mitos y cuentos de la extrema derecha*. Catarata.

Forti, S. (2023) Desxifrant Vox. Els nusos de l'extrema dreita espanyola. *Dictatorships & Democracies (D&D)*, Núm. 11, p. 199-121 <https://doi.org/10.7238/dd.v0i11.419347>.

González Martín, A. (2021). EL POPULISMO POLÍTICO EN ESPAÑA: Determinantes económicos, sociales y territoriales. *Universitat de Barcelona*.

<https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/180277/1/TFG-ECO-Gonzalez-Alba-jun21.pdf>

Ian Kershaw (11 de junio de 2019). *ASCENSO y CRISIS EUROPA 1950-2017: UN CAMINO INCIERTO*. Editorial Crítica.

Iglesias, G. V., Martínez, G. R., y Gómez, Á. G. (2021). *Auge electoral de la extrema derecha española: análisis de la irrupción y evolución del voto de Vox (2018-2019)*. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8254318>

Ignazi, Piero (2006). *Extreme Right Parties in Western Europe*. Oxford: Oxford University Press.

INE - Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). *Productos y Servicios / Publicaciones / Publicaciones de descarga gratuita*.

https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

Infoelectoral (s.f.). *Resultados electorales*. Ministerio del Interior, Gobierno de España.

<https://infoelectoral.interior.gob.es/es/elecciones-celebradas/resultados-electorales/>

Junta Electoral Central. (2018). *Elecciones. elecciones autonómicas*.

<https://www.juntaelectoralcentral.es/cs/jec/elecciones/Andalucia-diciembre2018?p=1392648703126#resultados>

Limón, R., Limón, R., y Limón, R. (4 de julio de 2023). La campaña electoral muda y los bulos se trasladan a las redes. *El País*.

<https://elpais.com/espana/elecciones-generales/2023-07-04/la-campana-electoral-muta-y-se-traslada-a-las-redes.html>

López-Rabadán, P., y Doménech-Fabregat, H. (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 (Vol. 30, No. 2)*.

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.20>

Maldita.es. (13 de noviembre de 2023). Las noches de protestas frente a la sede del PSOE en Madrid: ocho de las diez manifestaciones hasta el 12 de noviembre no se comunicaron a la Delegación del Gobierno *. *Maldita.es — Periodismo Para Que No Te la Cuelen*.

<https://maldita.es/malditodato/20231108/noches-protestas-psoe-comunicacion-delegacion-gobierno/>

Mariscal-de-Gante, Á., y Rinken, S. (2022). “No es culpa de ellos”. Discursos sobre la inmigración tras la irrupción de la derecha radical en el sistema político español. *Migraciones. Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones*, (55), 1-23.

<https://revistas.comillas.edu/index.php/revistamigraciones/article/view/17066/16764>

Miguel Urbán (2019). Las nuevas derechas radicales. la emergencia de Vox. *Viento Sur*, 86.

https://cdn.vientosur.info/Vscompletos/vs_0166.pdf#page=86

Mudde, C. (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.

Ollero, D. J. (3 de noviembre de 2023). Manifestación en Ferraz contra los pactos de Pedro Sánchez con el independentismo y la ley de amnistía. *ELMUNDO*.

<https://www.elmundo.es/espana/2023/11/03/65453c7ffc6c83e5308b459a.html>

País, E. E. (2019). Resultados Electorales en Total España: Elecciones Generales 2019. *EL PAÍS*.

<https://resultados.elpais.com/elecciones/2019/generales/congreso/>

País, E. E. (22 de junio de 2023). Elecciones generales 2023. *EL PAÍS*.

<https://elpais.com/espana/elecciones/generales/>

Rebeca, O. B., y Yoannis, P. M. (2017). *La crisis migratoria en el Mediterráneo y la Unión Europea: principales políticas y medidas antinmigrantes*.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1817-40782017000200001&script=sci_arttext

Rivas-de-Roca, R., García-Gordillo, M., y Bezunartea-Valencia, O. (2020). The far-right's influence on Twitter during the 2018 Andalusian elections: an approach through political leaders. *Communication & Society (Vol. 33 No. 2, 227-242)*.

<https://doi.org/10.15581/003.33.2.227-242>

Sánchez-Cuenca, I. (2022). *El desorden político: Democracias sin intermediación*. Catarata.

Sant, X. R. (2023). *Vox, el retorno de los ultras que nunca se fueron*. Ediciones AKAL.

Santos, D. L. (2021). El discurso populista de VOX en las Elecciones Generales de 2019: análisis comparativo de las agendas temáticas en televisión y Twitter. *Dígitos, 1(7), 37*.

<https://doi.org/10.7203/rd.v1i7.200>

Suleiman, E. (1995). Is Democratic Supranationalism a Danger? En: Kupchan. En A. Charles (Ed.), *Nationalism and Nationalities in the New Europe* (pp. 66-84). *Cornell University Press*.

Suso, R. (15 de febrero de 2019). La ultraderechista Plataforma per-Catalunya cesa su actividad para adherirse a Vox. *Público*.

<https://www.publico.es/politica/ultraderechista-plataforma-per-catalunya-cesa-actividad-adherirse-vox.html>

Tardivo, G., Cano, E. D., y Suárez-Vergne, Á. (2021). El uso de símbolos patrios en la campaña electoral de VOX, España 2019. *Espacio abierto: cuaderno venezolano de sociología*, (Vol. 30, No. 3,, 33-55).

<https://www.redalyc.org/journal/122/12268654002/movil/>

Taggart, P. (1995). New populist parties in Western Europe. *West European Politics*, 18(1), 34–51.

<https://doi.org/10.1080/01402389508425056>

The social media family. (21 de junio de 2023). Informe de los perfiles en redes sociales de España. *The Social Media Family*.

<https://thesocialmediafamily.com/informe-redes-sociales/>

Von Beyme, K. (2013). Right-wing extremism in post-war Europe. In *Right-Wing Extremism in Western Europe* (pp. 1-18). Routledge.

VOX. (2019, 29 abril). *Qué es VOX - VOX*.

<https://www.voxespana.es/espana/que-es-vox>