

## **Análisis léxico y argumentativo del discurso de Santiago Abascal en Twitter: ¿populismo en 280 caracteres?**

**Carmen González Gómez**

Universidad de Salamanca. España

[carmen.gonzalez@usal.es](mailto:carmen.gonzalez@usal.es)

### **Lexical and argumentative analysis of Santiago Abascal's discourse on Twitter: populism in 280 characters?**

Fecha de recepción 9.12.2020: / Fecha de aceptación: 11.06.2021

*Tonos Digital*, 41, 2021 (II)

#### **RESUMEN:**

Este trabajo aborda el discurso político del líder de Vox, Santiago Abascal, en la red social Twitter, en los cinco meses previos a las elecciones generales de noviembre de 2019. El objetivo es analizar su selección léxica y sus estrategias argumentativas con el fin de determinar si, desde un punto de vista lingüístico, se dan en él los rasgos prototípicos del lenguaje populista. El estudio de Vox tiene interés no solo porque es un partido relativamente nuevo —entró en el parlamento nacional en el año 2019—, sino también porque ha sido considerado en ocasiones como una formación populista, radical o de extrema derecha. Su posición política ha sido cuestionada en relación con la violencia machista, la inmigración, los derechos LGTBI o el conflicto territorial español. Este análisis combina la perspectiva cualitativa y cuantitativa para determinar hasta qué punto están presentes en él los elementos característicos del discurso populista. Para ello, se describen las estrategias de encuadre argumentativo y más tarde se sistematiza el corpus en busca de patrones léxicos. Este acercamiento concluye que se dan en el discurso de Abascal en Twitter la mayoría de los rasgos prototípicos del lenguaje populista.

**Palabras clave:** populismo, Santiago Abascal, discurso político, Twitter, Vox

## **ABSTRACT:**

This work addresses the political discourse of the leader of the Spanish political party Vox, Santiago Abascal, on the social network Twitter, during the five months prior to the general elections of November 2019. The objective is to analyze both his lexical choices and his argumentative strategies in order to determine if, from a linguistic point of view, the prototypical features of populist language are found in it. The study of Vox is interesting not only because it is a relatively new party - it entered the national parliament in 2019 - but also because it has been considered at times as a populist, radical or far-right party. Vox political position has been questioned in relation to sexist violence, immigration, LGBTI rights or the Spanish territorial conflict. This analysis combines qualitative and quantitative perspectives to determine to what extent populist discourse characteristic elements are present in it. To do so, argumentative framing strategies are described, and lexical patterns are extracted from a systematized corpus. This approach concludes that most of the prototypical features of populist language are present in Abascal's speech on Twitter.

**Keywords:** populism, Santiago Abascal, political discourse, Twitter, Vox

## **1. INTRODUCCIÓN**

El fenómeno del populismo suscita hoy en día un gran interés. En 2016, la Fundéu concedió al término el galardón simbólico de "palabra del año", quedando entre las finalistas las también voces políticas *sorpasso*, *cuñadismo* y *posverdad*. Esta creciente atención guarda relación con el repunte que han tenido las formaciones populistas en la vida política de la Europa occidental y de Estados Unidos. De ser una tendencia política asociada tradicionalmente a Latinoamérica, el populismo se ha convertido en un fenómeno global, con presencia en muchos países del primer mundo.

Desde el punto de vista ideológico, también se han producido algunos cambios. Si en América Latina recibieron el calificativo de *populistas* las experiencias políticas derivadas de la revolución castrista de 1959, hoy en día, en el mundo occidental, el fenómeno se vincula fundamentalmente a formaciones de derecha radical. Uno de los ejemplos prototípicos lo constituye el anterior presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, un *outsider* de la política que en el año 2016 ganó las elecciones presidenciales con un discurso sexista, xenófobo y anti-élite.

En el caso de Europa, las principales formaciones consideradas populistas son las siguientes: la Liga Norte (LN), en Italia; el Frente Nacional (FN), en Francia; Interés Flamenco (VB), en Bélgica; Alternativa por Alemania (AfD), en Alemania; el Partido por la Libertad (PVV), en Países Bajos; el Partido de la Independencia (UKIP), en Reino Unido; la formación L´SNS, en Eslovaquia; el Partido de la Libertad (FPO), en Austria; Jobbik, en Hungría; el Partido Popular (DF), en Dinamarca; los Demócratas de Suecia (SD), en Suecia; el Partido de los Finlandeses (Perus), en Finlandia; Ataque, en Bulgaria; o Amanecer Dorado, en Grecia.

Todas ellas han tenido o tienen representación en sus sedes nacionales o en el europarlamento, y algunas han llegado a formar parte del gobierno de sus países, como en el caso de Perus, del Partido Popular o de Ataque. Desde el punto de vista ideológico, existen diferencias. Algunas son más extremistas, como Amanecer Dorado, que tiene un sesgo paramilitar o cercano al nazismo; y otras, en cambio, se sitúan más cerca de la derecha tradicional. Pero todas comparten ciertos rasgos que las asemejan, como el nacionalismo, la estigmatización de la inmigración, y un discurso crítico —o abiertamente contrario— a la Unión Europea.

En España, el análisis de Casals (2013), que comprende el período 1989-2013, propone la existencia de tres olas populistas. La primera de ellas (1989-2000) se caracteriza por una "berlusconización" de la política; está protagonizada por personajes como Jesús Gil o José María Ruíz Mateos, vinculados a la especulación inmobiliaria y a la corrupción urbanística. La segunda ola (2003-2011) se sitúa en Cataluña, con la irrupción en la actividad política de dos formaciones populistas: una de derechas, la Plataforma per Catalunya (PxC), de corte nacionalista e islamófobo; y otra

de izquierdas, la Candidatura d'Unitat Popular (CUP), de origen asambleario e ideología anticapitalista.

La tercera ola se extiende a partir del año 2011. Nace en torno al 15-M, un movimiento pacífico de acampadas en las principales plazas del país, en señal de protesta por el desempleo, la corrupción y los recortes en los servicios públicos. Tres años más tarde, en 2014, se funda Podemos, formación que recoge muchas de las demandas del 15-M. En sus orígenes se presentan como un partido transversal, contrario a la OTAN, crítico con la Unión Europea y con un fuerte rechazo hacia el *establishment* político. Este discurso anti-élites, dispuesto a sustituir la coordinada derecha-izquierda por el eje arriba-abajo, les llevó a ser considerados como una formación populista.

El análisis de Casals (2013) solo llega hasta el 2013. De extenderse unos años más, es probable que propusiese una cuarta ola populista, con Vox como protagonista. Dicha formación se registró como partido político el 17 de diciembre de 2013, aunque no se presentó a los medios de comunicación hasta el 16 de enero de 2014. Nació en parte como una escisión del sector crítico del Partido Popular (PP), en un intento de recoger el voto de los electores desencantados con las políticas de Mariano Rajoy. El 20 de septiembre de 2014 los militantes eligieron presidente del partido a Santiago Abascal, quien desempeña en la actualidad el cargo.

La formación concurre por primera vez a las elecciones en los comicios autonómicos de 2015. Se presentó en 13 comunidades, sin lograr entrar en ningún parlamento. Sí obtuvo representación en las elecciones municipales celebradas el mismo año, donde logró veintidós concejales y dos alcaldías, con las que se estrenó en las instituciones.

No obstante, no fue hasta el año 2019 cuando el partido de Abascal empezó a desempeñar un papel relevante en la política nacional. De ser una formación con escasa representación nacional, se convirtió en la quinta fuerza más votada en las elecciones generales de abril de 2019, con 2,6 millones de votos y 24 escaños. En la repetición electoral del 10 de noviembre de 2019, el partido mejoró sus resultados y se situó como tercera fuerza nacional, con 3,6 millones de votos y 52 diputados.

Aunque muchas de sus ideas sean similares a las de otras formaciones de extrema derecha europeas, el auge de este partido está

vinculado a la crisis política en Cataluña. El proceso independentista catalán —que tuvo uno de sus episodios más graves en octubre de 2017, cuando el gobierno catalán proclamó la independencia de Cataluña— avivó el movimiento nacionalista español. A partir de 2017, tuvieron lugar numerosas manifestaciones en apoyo de la unidad nacional, convocadas generalmente por partidos o asociaciones conservadoras. Hubo quien señaló por aquel entonces que el bloque de derechas había tenido su “particular 15-M”, dado el éxito de las movilizaciones (López Menacho, 2017).

En este contexto, el discurso de Vox, crítico con la “falta de dureza” del gobierno central ante el “golpe de estado catalán”, caló en una parte del electorado. No cabe duda de que su ascenso responde a muchas otras causas, que no siempre son fáciles de desentrañar, pero el conflicto catalán fue uno de los detonantes de su crecimiento.

## **2. LA MEDIATIZACIÓN DE LA POLÍTICA: EL CASO DE TWITTER**

“Without the tweets, I wouldn’t be here... I have over 100m followers between Facebook, Twitter [and] Instagram... Over 100m. I don’t have to go to the fake media.”

Donald Trump, abril de 2017

Las redes sociales han cambiado para siempre el modo de hacer política. Plataformas como Facebook, YouTube, Instagram o Twitter se han convertido en herramientas de comunicación indispensables. Actualmente, ningún partido político puede renunciar a estos cauces, especialmente cuando no tiene representación institucional. Esta injerencia de las nuevas tecnologías y de la televisión en la esfera política ha propiciado una *mediatización de la política* (Mazzoleni y Schulz, 1999).

En 1960, el primer debate televisado de relevancia, entre los candidatos estadounidenses Nixon y Kennedy, cambió de manera sustancial la comunicación política occidental. Tres décadas después, la aparición de internet y de las primeras redes sociales, volvió a reformular las reglas del debate público (Blumler y Kavanagh, 1999). La incorporación de las nuevas tecnologías a la vida política permitió instaurar una *campaña permanente* (Nimmo, 1999; Larsson, 2016), en la que el mensaje no se limitaba al tiempo acotado de la televisión o el mitin, sino que podía ser continuo y constante.

Las principales redes utilizadas hoy en día en política (Facebook, Twitter o Instagram) nacieron en la primera década del siglo XXI. Twitter fue creado en el año 2006 por Evan William y Biz Stone, con la colaboración de Dorsey, Hensshaw-Plath y Glass. Triunfó rápidamente, entre otros motivos, porque el expresidente de Estados Unidos, Barack Obama, comenzó a utilizarla en el año 2008 para la campaña electoral que lo llevó hasta la Casa Blanca. La *marca* Obama se construyó, en parte, a través de las redes sociales (Harfoush, 2010).

En España, la política se encuentra igualmente mediatizada. Así lo revela el creciente número de trabajos que analizan el discurso de los partidos políticos en las redes sociales, especialmente en Twitter (Arroyas y Pérez Díaz, 2015; Gallardo, 2016; López-García, 2016; García Herrer y Pallarés, 2018; Suau-Gomila y Pont-Sorribes, 2018; o Pallarés y Monge, 2018). Este nuevo canal de comunicación es empleado por todos los políticos, pero especialmente por aquellas formaciones que critican el *establishment*, los *fake media* y la manipulación mediática.

Las plataformas digitales permiten a los políticos, como apuntaba Trump, obviar los medios de comunicación tradicionales (Schulz, 2014). Desde un perfil de Twitter o Facebook, el candidato puede manifestarse libremente, sin ser interpelado por periodistas u otros adversarios políticos. En este sentido, las redes sociales *han democratizado* la política en dos direcciones: por un lado, permitiendo que los electores interactúen con sus líderes; por otro, otorgando a los políticos un altavoz poderoso desde el que pueden lanzar mensajes siempre que lo deseen. Como ha advertido Naím (2013), el poder de la comunicación se encuentra cada vez más disperso y deslocalizado.

El discurso de Vox sobre los medios de comunicación ha sido similar al de Trump en Estados Unidos o al de Bolsonaro en Brasil. En 2019, la dirección del partido envió una carta a sus cargos recordando cuáles eran los medios de comunicación con los que no se debía hablar. La lista incluía a las principales plataformas de información españolas: *El País*, *El Mundo*, *El Español*, *eldiario.es*, *InfoLibre*, *El Plural*, *La Marea*, *Público*, *Contexto*, *El*

*Intermedio* o *Todo es mentira*<sup>1</sup>. Asimismo, el grupo *Prisa* y *eldiario.es* tienen vetado el acceso a su sede.

La estrategia electoral del partido durante el 2019 se centró fundamentalmente en las redes sociales. Un estudio realizado por Hadoq — una agencia especializada en análisis de tendencias digitales— concluyó que era el partido con más impacto en las plataformas virtuales. En 2018, su perfil de Instagram era el que más seguidores tenía, con 120.000, y la página web del partido fue la más visitada (Viejo, 2018). En cuanto a Twitter, el partido contaba en diciembre de 2019 con 368.000 seguidores, una cifra similar a la de su líder, Santiago Abascal (334.000) que superaba entonces a la de su oponente del Partido Popular, Pablo Casado (302.000) [datos del 11/12/2019].

### **3. EL POPULISMO: UN TÉRMINO CAMALEÓNICO**

Definir el populismo no es tarea fácil. Aunque la voz ha estado tradicionalmente vinculada a los regímenes latinoamericanos de izquierda (el chavismo, el peronismo, el gobierno de Evo Morales, el de Rafael Correa o el de Lula da Silva), hoy en día es una etiqueta polivalente, que se aplica a personalidades tan diferentes como Donal Trump, Jair Bolsonaro, Marine Le Pen, Santiago Abascal o Pablo Iglesias.

No existe tampoco un acuerdo unánime en el significado del concepto. Aunque, en general, tiene connotaciones negativas, algunos autores han visto en él la esencia de la democracia (Laclau, 2005). El objetivo de este trabajo no es elaborar una teoría política sobre el populismo, sino más bien caracterizar el fenómeno desde un punto de vista lingüístico. Uno de los pioneros en este sentido ha sido Charaudeau (2009: 264), que estableció los cuatro rasgos prototípicos del lenguaje populista. En primer lugar, la descripción de una situación catastrófica de la que es víctima el pueblo; en segundo lugar, el señalamiento de los culpables, generalmente, las élites o el *establishment*; tercero, la exaltación de unos determinados valores; y, por último, la aparición de un líder carismático decidido a salvar a la sociedad.

Otra de las cuestiones centrales es la del *pueblo*. Naturalmente, sin apelación al *pueblo* no hay populismo. El pueblo, concebido como realidad

---

<sup>1</sup> Disponible en: [https://www.eldiario.es/politica/vox-medios-de-comunicacion\\_1\\_1302626.html](https://www.eldiario.es/politica/vox-medios-de-comunicacion_1_1302626.html)

homogénea y pura, es uno de los elementos centrales en este tipo de discursos. En la mayoría de los casos, el pueblo es entendido como el conjunto de hombres y mujeres buenos que luchan contra el sistema opresor. Este *establishment* o élite pueden identificarse con el modelo capitalista y los ricos, pero también con las minorías étnicas y religiosas. De hecho, en la narrativa de la crisis que alimenta el lenguaje populista no solo se alude a las dificultades económicas, sino también a problemas sociales como la inmigración (Moffit y Tormey, 2014).

El creciente interés del fenómeno populista se pone de manifiesto en el número de trabajos publicados en los últimos tiempos (Segatti y Capuzzi, 2016; Sanders, Berganza y De Miguel, 2017; Kioupkiolis y Katsambekis, 2018). Muchos de ellos se centran de manera exclusiva en las redes sociales, como el de Gerbaudo (2014), sobre el papel que desempeñan hoy los *media* en los movimientos populistas y en las protestas sociales; o como el de Alonso Muñoz (2018), que aborda el discurso en Twitter de las principales fuerzas populistas de la Europa occidental.

El objetivo de este estudio es analizar el discurso del líder de Vox, Santiago Abascal, en Twitter, a fin de determinar si, efectivamente, se dan de modo evidente en él (y hasta qué punto) los rasgos característicos del lenguaje populista antes mencionados. Aunque Abascal no es un *outsider* de la política, en la línea de Trump y de otros líderes populistas, comparte con ellos algunos elementos, como el nacionalismo, la islamofobia o la estigmatización de los movimientos feminista y LGTBI. Este estudio revisa cómo se han reflejado estos posicionamientos en el terreno lingüístico.

#### **4. METODOLOGÍA**

El corpus empleado para el análisis del lenguaje populista procede únicamente de la red social Twitter, concretamente del perfil de Santiago Abascal. Las fechas demarcadoras son el 1 de junio de 2019 y el 31 de octubre de 2019, abarcando así los cinco meses anteriores a las elecciones generales del 10 de noviembre de 2019, donde Vox obtuvo 3,6 millones de votos y se convirtió en la tercera fuerza del país. Se ha elegido este período temporal para revisar cuál ha sido la selección léxica empleada por el líder de Vox antes de los comicios y para analizar si el discurso elaborado en precampaña y campaña electoral fue populista.



Este estudio considera prácticamente la totalidad de tuits escritos por Abascal durante este período. Únicamente se descartan aquellos que no tienen un contenido político; por ejemplo, los mensajes de agradecimiento por la buena acogida de un mitin en una ciudad o los de condolencias por la muerte de un personaje público. Si se han eliminado, es porque podían distorsionar el análisis cuantitativo. Tras esta criba, el corpus ha quedado constituido por 102 tuits.

Desde el punto de vista metodológico, este trabajo combina dos perspectivas, la cualitativa y la cuantitativa: de un lado, analiza los tuits de Abascal y explica qué rasgos del lenguaje populista se dan en ellos; de otro, estudia la frecuencia del léxico más destacado (por ejemplo, *patria*, *España*, *inmigración*, *dictadura progre*, etc.) en busca de patrones léxicos. Para la aproximación cuantitativa se emplea el programa LYNEAL, un procesador de textos disponible en línea y gratuito, especializado en el análisis de datos lingüísticos.

## **5. EL LENGUAJE POPULISTA EN EL DISCURSO DE SANTIAGO ABASCAL**

El análisis del discurso de Abascal en Twitter pone de manifiesto algunos de los rasgos prototípicos del lenguaje populista, como son la exaltación de los valores tradicionales y de la patria; la crítica contundente al *establishment* político y a las oligarquías financieras; la incorrección política; o la defensa a ultranza de las fronteras nacionales como solución a la cuestión migratoria. En los siguientes subapartados, damos cuenta de cómo se articula este discurso y de cómo se conceptualiza la realidad política en cada caso.

### **5.1. *El establishment y las oligarquías: la dictadura progre***

La construcción de la dicotomía excluyente pueblo-élite es una de las constantes de los rasgos del lenguaje populista que contemplamos. Esta narrativa plantea la existencia de un poder omnímodo que dificulta la vida del pueblo y lo oprime, que representa una amenaza para sus intereses. En el populismo de izquierdas, este enemigo es la clase alta o, de modo más general, el sistema capitalista. En las formaciones conservadoras, la nómina de enemigos es más variada: los inmigrantes, el feminismo, los grupos de

izquierda o la dictadura de lo políticamente correcto. Los partidos de extrema derecha europeos señalan también como culpable a la Unión Europea.

Para Vox, la élite enemiga se identifica con la *dictadura progre*, esto es, con el conjunto de colectivos (feministas, LGTBI, pro inmigración) progresistas que atentan contra los valores tradicionales. Abascal plantea desde su perfil de Twitter que existe un *consenso progre* y una dictadura de lo políticamente correcto que amenaza las libertades individuales. Dentro de este imaginario, el *feminismo supremacista* es uno de los principales peligros a los que se enfrenta occidente<sup>2</sup>:

1. "El **establisment** [sic] político mundial que **impone** a todas las sociedades occidentales el **feminismo supremacista** y la **dictadura de las leyes de género**, nos ha regalado -en un descuido- esta imagen ridícula que desnuda su hipocresía" (30 de junio de 2019)<sup>3</sup>.
2. "Todos quieren pactar de una manera o de otra con el PSOE de Pedro Sánchez. Solo VOX garantiza a los españoles que no apoyará ni se abstendrá [sic] ante un gobierno con participación socialista. VOX es la única alternativa a la **dictadura progre**. [#EspañaSiempre](#) [#AhoraVOX](#)" (23 de octubre de 2019).

Otra de las potenciales amenazas la constituye el multiculturalismo. Tendremos ocasión más adelante de abordar esta cuestión, pero, en relación con el pueblo, la coexistencia de diferentes culturas dentro de una sociedad es entendida como un peligro para el país. El responsable de este fenómeno es el *establishment* político, que es connivente con las grandes multinacionales y con los bancos que financian la inmigración. A diferencia del populismo de izquierdas, que culpa a las oligarquías de la desigualdad económica, el de derechas suele señalar a la élite por contribuir a la llegada de inmigrantes.

3. "Hablaemos con todos los grupos y partidos que rechazan el **globalismo multicultural** y **defiendan las fronteras** y la **soberanía** -e **integridad**- de las naciones. No participaremos en ningún cordón sanitario construido desde **los oligarquías** [sic] contra la voluntad de los pueblos" (1 de junio de 2019).
4. "Open Arms no es una ONG, es una **base operativa de la extrema izquierda**, en connivencia con las **grandes multinacionales y bancos**. Cuando atacan a Italia atacan, en realidad, la soberanía, la identidad y la convivencia en Europa. Los inmigrantes son su **mercancía política**. Nada más" (19 de agosto de 2019).

---

<sup>2</sup> Los ejemplos que incluimos de aquí en adelante en el análisis cualitativo son los tuits que consideramos más representativos para ilustrar las características del discurso de Abascal.

<sup>3</sup> La negrita que aparece en los ejemplos es nuestra.

5. "Esta es la Europa **multicultural** que quieren **imponer**. Debemos proteger nuestra identidad y **nuestras fronteras**. VOX es el único partido que pide hacerlo. Los demás siguen los **dogmas progres** que ya han fracasado" (27 de octubre de 2019)

Los partidos políticos también son considerados parte del problema, sobre todo los del bloque progresista. Este es uno de los rasgos frecuentes en el discurso populista, que generalmente responsabiliza a la clase política de las crisis económicas y sociales. Una de las expresiones habituales aquí es la de *chiringuito*, frecuente también en el argumentario de Ciudadanos (Wisniewska, 2018), con la que se denuncia la corrupción y el clientelismo.

6. "Esta señora dice que "VOX no cree en Andalucía". La cierto es que VOX no cree que Andalucía [sic] necesite más corrupción, ni más **chiringuitos ideológicos**, ni más continuidad del socialismo que la ha colocado a la cola de Europa. Por eso impulsamos cambios. ¡Disfruten de la oposición!" (7 de junio de 2019).

Además de la oposición pueblo-élite, otro rasgo común a los discursos populistas de la derecha radical es la estigmatización de los inmigrantes, especialmente de los de procedencia africana o religión musulmana.

## **5.2. La cuestión migratoria: avalanchas, terrorismo y violaciones**

La cuestión migratoria es uno de los temas más recurrentes en la retórica de los partidos populistas de derechas (Hatakka, 2016). Todos ellos exigen un control más estricto de las fronteras —o, incluso, la construcción de un muro infranqueable— y plantean que la inmigración amenaza el modo de vida occidental. La llegada de inmigrantes se conceptualiza con frecuencia como una *invasión* sufrida por los habitantes del país. Es habitual, como ha observado Charteris-Black (2006), el uso de metáforas espaciales que conciben el estado como un recipiente. Se habla de que los inmigrantes *desbordan* el país o de que no *hay espacio* para tantas personas.

En el discurso de Abascal en Twitter, se aprecia una voluntad de estigmatización de los inmigrantes procedentes de África, que sirve para generar una alarma social. La estrategia comunicativa consiste en vincular este tipo de inmigración con la inseguridad, las agresiones machistas (sobre todo la violencia sexual de las violaciones) y el terrorismo. En el período de tiempo estudiado, Abascal solo denuncia las violaciones sufridas por

mujeres cuando los agresores son inmigrantes, haciendo hincapié en que las *manadas* están integradas, en su mayoría, por magrebíes.

1. "Dos "**menas**" (menores extranjeros traídos por mafias y mantenidos con nuestros impuestos) **han violado** a una chica. En 3 meses estarán en la calle otra vez. El silencio de la **dictadura progre** es tan brutal como cuando conocimos que el 69% de las "**manadas**" lo eran de extranjeros" (1 de julio de 2019).
2. "Y otra noticia de ayer. Tres **argelinos abusan** de una chica en Lérida. Otro caso aislado para **los progres**. Hay **salvajes** que nunca aprenderán a **vivir entre nosotros**" (3 de septiembre de 2019).
3. "Otra vez una **manada magrebí**. Otra vez silenciada. Al chico que salió en defensa de su hermana casi lo matan. Y si llega a dar un mal golpe a algún **salvaje**, sería perseguido y encerrado. Qué asco el silencio y qué impotencia la indefensión a la que nos condena la **dictadura progre**" (31 de julio de 2019).

Otra de las conexiones que Abascal establece desde su perfil es la de la inmigración y el terrorismo, vinculando la llegada de musulmanes con los ataques yihadistas que sufre Europa. Ilustra así que suponen una amenaza para la seguridad ciudadana y los señala como causa del aumento de los atentados y la criminalidad:

4. "Una célula **yihadista** planeaba ataques con ollas explosivas contra nuestros guardias civiles en vallas de Ceuta y Melilla. Nuestras FSE están indefensas. La **inmigración masiva** es una amenaza. Sin unas **fronteras sólidas** será imposible frenar al **terrorismo**" (12 de septiembre de 2019).
5. "Un **nigeriano** de 28 años (aun [sic] no sabemos si ilegal o no) es detenido tras intentar **raptar** a una niña de 11 años en un parque en Getafe. Dicen en la prensa que se desconocen las intenciones del sujeto. Por cierto, ¡Qué montón de hechos aislados!" (9 de septiembre de 2019).

La inmigración se califica casi siempre de *masiva*, se habla de *avalanchas*, del carácter *salvaje* de las personas que llegan y del *efecto llamada*. Abascal también es crítico con las ONGs que rescatan a personas en el Mediterráneo, denominándolas, al igual que Salvini, *mafias*. Afirma desde su perfil que existe un plan oculto entre las instituciones europeas y las organizaciones para introducir terroristas haciéndolos pasar por refugiados<sup>4</sup>.

6. "Matteo Salvini tiene toda la razón. Las ONGs que colaboran con las **mafias** están **chantajeando** a Europa. Produce envidia la dignidad de Italia frente a todos los partidos españoles (menos VOX) que siguen perpetuando el insostenible, suicida e injusto **efecto llamada**" (17 de agosto de 2019).

---

<sup>4</sup> En el mes de agosto de 2019, Vox puso en marcha en Twitter una campaña de desprestigio contra la labor del Open Arms, difundiendo el hashtag "#OpenMafia".

7. "¿Os imagináis que usan un plan para **colar terroristas** como "**refugiados**" en Europa mediante la conexión **mafias-Ongs-gobiernos irresponsables**? Ya lo hicieron en 2015. Los **terroristas** de Bataclan entraron como **refugiados**, igual que otros muchos. Está demostradísimo. Y ocultadísimo" (25 de agosto de 2019).
8. "Ya en el [#Congreso](#) para defender la posición de millones de españoles hartos de la **inmigración ilegal** y de los **barcos esclavistas cómplices de las mafias** del tráfico de personas. [#OpenMafia](#)" (29 de agosto de 2019).

La solución que se propone para el problema migratorio consiste en la construcción de un muro infranqueable, que, al igual que en la propuesta de Trump, deberá pagar el país vecino, en este caso Marruecos:

9. "En vez de tirar el dinero regalándoselo a Marruecos, invirtámoslo en apoyar y dotar a nuestros guardias civiles y policías en la defensa de fronteras, y démosles apoyo legal. Y **el muro infranqueable, que lo pague Marruecos** con el dinero que le hemos regalado y han malversado ¡YA!" (30 de agosto de 2019).

La estigmatización en el discurso de Abascal no se limita a los inmigrantes, sino que se extiende también a formaciones políticas cuya participación en el debate se considera ilegítima. Veamos ahora en qué consiste esta estrategia.

### **5.3. Los enemigos de España: comunistas, separatistas y proetarras**

En la retórica populista de derechas es habitual la exaltación de la patria y de los valores tradicionales de la nación. En el caso de España, se defiende, por ejemplo, que la identidad del país se encuentra amenazada por los partidos de izquierda y por los nacionalismos periféricos. Los mensajes de Abascal en Twitter subrayan la existencia de una *alteridad* enemiga que atenta contra las libertades y los intereses de los españoles. Este *ellos* se identifica con un conjunto homogéneo que aglutina ideologías muy diversas: el comunismo, el socialismo, el *sanchismo* (en referencia al líder del PSOE, Pedro Sánchez), el independentismo catalán y el nacionalismo vasco. A la hora de plantear el enfrentamiento entre los dos bloques se emplea léxico relacionado con la Guerra Civil, como *Frente Popular* o *terror comunista*.

1. "El **Frente Popular** de **sanchistas, comunistas y separatistas** tardará más o menos en ponerse de acuerdo [sic] pero es ya un hecho político constatado y sabemos que busca tumbar la Corona y

- trocear la soberanía. VOX estará **combatiendo** sin titubeos **ese frente** y diciéndole NO a su valedor” (30 de junio de 2019).
2. “La **antiEspaña golpista** y **proetarra** sale en auxilio de Pedro Sánchez. La autodeterminación y el cambio de régimen están en la agenda de ese **Frente Popular** y **separatista** que venimos denunciando. VOX votará NO a la investidura y estará **enfrente del golpe**” (28 de junio de 2019).
  3. “VOX votará siempre en contra de un gobierno encamado con **separatistas, proetarras** y nostálgicos del **terror comunista** que buscan la autodeterminación y el derrocamiento de la monarquía parlamentaria” (25 de julio de 2019).

Al mismo tiempo que se alude a los años treinta, se acusa al gobierno del PSOE de desenterrar “viejos odios” de la Guerra Civil. Las críticas se dirigen contra la exhumación del dictador Franco. Abascal lo denomina *show necrófago* y califica al presidente del gobierno de *carroñero*. Estas metáforas relacionadas con la muerte, la putrefacción y con los animales que se alimentan de ella se emplean para animalizar y denostar a los adversarios.

4. “MURCIA. Espectacular movilización de los murcianos para apoyar a VOX. Todos juntos le hemos dicho al “**carroñero de La Moncloa**” que no vamos a permitirle que destruya la concordia entre los españoles **atizando los odios viejos**. [#EspañaSiempre](#) [#Murcia](#)” (27 de octubre de 2019).
5. “Sánchez va más allá de la telebasura con este *show* electoral y **necrófago**. El **carroñero de la Moncloa** ha iniciado una **campaña de odio**. El gobierno debería hacerse la misma foto que se hicieron sus **admiradas milicias**. A los muertos se les respeta, se llamen Franco o Pasionaria” (24 de octubre de 2019).

En el imaginario de Abascal, el oponente progresista es un enemigo que pretende destruir la nación. La amenaza más grave está representada por los independentistas catalanes, *los separatistas*; y por la izquierda nacionalista vasca, calificada sistemáticamente de *proetarra* y *terrorista*. Estas opciones políticas se consideran antidemocráticas e ilegítimas; cualquiera que entable diálogo con ellas se convierte en un “enemigo de la nación”. Esta polarización discursiva da lugar a metáforas bélicas y hace aflorar términos como *hordas* o *huestes*:

6. “BILDU es un grupúsculo **totalitario** y **heredero del terrorismo**, que habría de ser inmediatamente ilegalizado. Sus propuestas lo demuestran. A mí ni me impidieron ni me impedirán estar en mi patria chica ni a tiros ni a bombas. ¡Gentuza!” (20 de septiembre de 2019).

7. "Efectivamente, así se trata a quienes nos protegen, y hacen respetar la ley y la Constitución mientras son abandonados por el gobierno y **hostigados por hordas separatistas**" (26 de octubre de 2019).
8. "Y añadido, estoy seguro de que tanta visita de **Otegi y sus huestes** a Cataluña tenía que ser por algo. Aquí no hay casualidades. Pronto comprobaremos quien les ha enseñado a **preparar explosivos**" (23 de septiembre de 2019).
9. "...hemos sufrido agresiones de todo tipo por parte de la izquierda. Y es triste [sic] constatar que los "cordones sanitarios" y el silencio han animado esas agresiones y alimentado un **monstruo totalitario**. Ahora, donde podamos, fuera toda subvención **a los violentos y a los amparadores**" (7 de julio de 2019).

De todos los enemigos, el que más críticas recibe es el sector independentista catalán. Es conceptualizado como un movimiento sectario y totalitario, que se difunde a través de la propaganda y que cercena las libertades de los españoles. Al igual que en la cuestión migratoria, la estrategia para estigmatizarlo consiste en decir de él que tiene vínculos con el terrorismo.

10. "ÁLÁVA [sic] 1999- GERONA 2019. Veinte años de diferencia entre ambas pintadas. El odio es el mismo. Solo ha cambiado una cosa. El **separatismo** vuelve a utilizar otra vez las **prácticas terroristas** en Cataluña [adjunta una fotografía de una pintada donde se lee "E.T.A. Amonal para Abascal"]" (27 de julio de 2019).
11. "Preparaban bombas. Puigdemont sigue liderando un **golpe de Estado**, y utiliza a **terroristas** para dar indicaciones a su lacayo en la Generaliad. Insisto: **preparaban bombas**. Insisto: el **golpe** se sigue dirigiendo desde Bélgica. Hay que detener a Torra. Y hay que actuar en Bruselas" (30 de septiembre de 2019).
12. "Otro razón [sic] más para la montaña de razones para suspender la autonomía catalana, con sus cabecillas en plena y evidente rebeldía **separatista y proterrorista**" (26 de septiembre de 2019).

#### ***5.4. La exaltación nacional: el amor y las humillaciones a la patria***

Otro rasgo frecuente en el discurso de Vox es la exaltación de la patria y de los símbolos nacionales, especialmente de la bandera, de la monarquía y de las tradiciones. La reivindicación de la identidad nacional española ha sido históricamente patrimonio de las fuerzas conservadoras. Aunque ha habido intentos por parte de la izquierda de resignificar términos como *patria*, de manera general, la bandera y la alusión a España se han entendido como manifestaciones asociadas a la derecha.

Abascal ha ensalzado desde su cuenta de Twitter la figura del rey y de las fuerzas y cuerpos de seguridad del estado, presentándolas como bastiones de resistencia frente a los ataques de los *separatistas* y *proetarras*, y frente a la *avalancha* migratoria. Ha abundado, en este sentido, el estilo grandilocuente, con expresiones como “amar a la Patria”, “marea patriótica” o “grandes gestas del genio militar español”. Asimismo, se ha hecho hincapié en la “dignidad” del país, y se ha acusado a distintas personas de “humillar” o “traicionar” a la patria. Algunos de los hashtags que se han difundido en estos meses van en esta línea: #EspañaSiempre, #VistalegrePlusUltra o #EspañaViva.

1. “En España estaba proscrito **amar a la Patria** y eso ha comenzado a cambiar. La juventud ya no tiene miedo a expresar su amor a España” (14 de julio de 2019).
2. “El empeño de Macron en tratar a España como si fuera un provincia [sic] de Francia sólo es posible por la **sumisión** de algunos líderes españoles. Lamento que sólo VOX se empeñe en defender la **dignidad nacional** ante una intromisión que **humilla**, sobre todo, a los que callan” (14 de junio de 2019).
3. “La revolución de las sonrisas y la poesía... esta mañana en Gerona. Pero **nunca podrán contra España**, ni por las urnas ni por las armas [adjunta una fotografía de una pintada donde puede leerse: “Amonal per Abascal”]” (27 de julio de 2019).
4. “¡Qué asco! Todos contra la Guardia civil, solo porque protege nuestras fronteras, que es su deber y lo que quieren la inmensa mayoría de los españoles. **¡Viva la Guardia Civil!**” (26 de septiembre de 2019).

Este tono exaltado ha estado presente asimismo en otros mensajes en los que el líder de Vox ha increpado a algunos de sus oponentes. Concluimos esta aproximación cualitativa con un breve apartado sobre su estilo agresivo y su incorrección política en Twitter.

### **5.5. La incorrección política: la agresividad como estrategia**

La incorrección política es una de las características habituales en los discursos que pretenden ir en contra del *establishment*. Las redes sociales se prestan además a este tipo de mensajes exaltados, al descuido de las formas y a la increpación de los adversarios. Los insultos y descalificaciones son habituales, por ejemplo, en las redes sociales de figuras como Trump o Bolsonaro. En una línea similar, el líder de Vox se ha enfrentado, durante el período estudiado, al presidente francés Macron, acusándolo de “meter sus narices” en la política española; ha empleado términos como “chusma” para



referirse a sus oponentes del partido socialista; y ha calificado al presidente del gobierno de “talibán”, por “profanar” la tumba de Franco.

1. “Señor [@EmmanuelMacron](#); debe aprender a **no meter sus narices** en la política española. Debería preocuparse de que no se incendien más iglesias, de devolver la paz a los sábados en Francia, y de devolver a sus compatriotas su identidad nacional ahogada en una Francia islamizada...” (15 de junio de 2019).
2. “Pues la **chusma socialista** ha pactado con los **proetarras** en Navarra. Nosotros nunca pactaremos ni con los unos ni con los otros” (21 de junio de 2019).
3. “BURGOS. Esta mañana el auditorio de [#Burgos](#) se desbordaba para recibir a VOX. Cataluña ardiendo y **el talibán de la Moncloa profanando tumbas** para atizar otro fuego, el de los viejos odios, por míseros cálculos electorales. Ojalá se retrate cuanto antes [#EspañaSiempre](#)” (19 de octubre de 2019).

Una vez completado el análisis cualitativo, realizamos ahora una aproximación cuantitativa que pretende sistematizar el corpus y definir los patrones léxicos empleados por el líder de Vox en Twitter.

## 6. APROXIMACIÓN CUANTITATIVA A LOS DATOS ANALIZADOS

Para el análisis cualitativo, retomamos los bloques establecidos en el apartado anterior, sin tener en cuenta el de la incorrección política: a) las oligarquías y la dictadura progre; b) la cuestión migratoria; c) la antiEspaña; y d) la exaltación patriótica. De cada uno de ellos seleccionamos el léxico más empleado por Abascal en Twitter que, de algún modo, participa del encuadre populista, tal y como se muestra en la Tabla 1:

**TABLA 1. Léxico más habitual en el discurso de Abascal en Twitter**

| BLOQUES                            | LÉXICO   |
|------------------------------------|--|
| <b>a. Las oligarquías</b>          | “dictadura”, “progre”, “feminismo”, “supremacismo”, “oligarquía”, “multiculturalismo”, “establishment” |
| <b>b. La cuestión migratoria</b>   | “inmigrantes”, “ilegal”, “avalancha”, “manada”, “salvaje”, “mafia”, “muro”, “frontera”                 |
| <b>c. La antiEspaña</b>            | “comunismo”, “sanchismo”, “Frente Popular”, “golpismo”, “proetarra”, “supremacismo” “terrorismo”       |
| <b>d. La exaltación patriótica</b> | “unidad”, “patria”, “España”, “monarquía”, “bandera”, “fuerzas”, “Guardia Civil”                       |

Elaboración propia

Con ayuda del procesador de textos Lyneal obtenemos las frecuencias absolutas de los términos seleccionados<sup>5</sup>. A partir de estos datos calculamos el porcentaje de aparición de los términos respecto al número total de tuits, 102. Al ser prácticamente un centenar, estas dos cifras apenas difieren (el porcentaje es levemente mayor que la frecuencia absoluta).

El procesador Lyneal proporciona además los contextos de los términos buscados. Esta información es útil en dos sentidos: por un lado, permite determinar cuáles son las colocaciones preferidas; por otro, hace posible descartar las palabras que se utilizan con otros sentidos. De esta manera, si una palabra como *ilegal* se emplea en la expresión *propuesta ilegal* (en vez de en *inmigración ilegal*), no es tenida en consideración.

Hechas estas aclaraciones pasamos ahora a comentar los resultados de las calas cuantitativas. En el primer bloque, la palabra *dictadura* aparece en seis ocasiones; en cinco de ellas seguida del apellido *progre*; en la sexta, en la expresión "dictadura de las leyes de género". La voz *progre* (y *progres*) aparece acompañando a los términos *dictadura*, *consenso*, *políticas* o *dogmas*. Asimismo, se habla en una ocasión de *Progrelandia*. En las dos ocasiones en las que aparece la palabra *feminismo* va seguido del adjetivo *supremacista*. La otra ocasión en la que encontramos *supremacismo* es referido al conflicto catalán. Tanto la voz *oligarquías* como *establisment* [sic] aparecen una sola vez, como términos contrapuestos a *pueblo*. El adjetivo *multicultural* figura dos veces, en dos tuits en los que se habla de la inmigración y de la amenaza de los valores occidentales.

**TABLA 2. Léxico del Bloque 1**

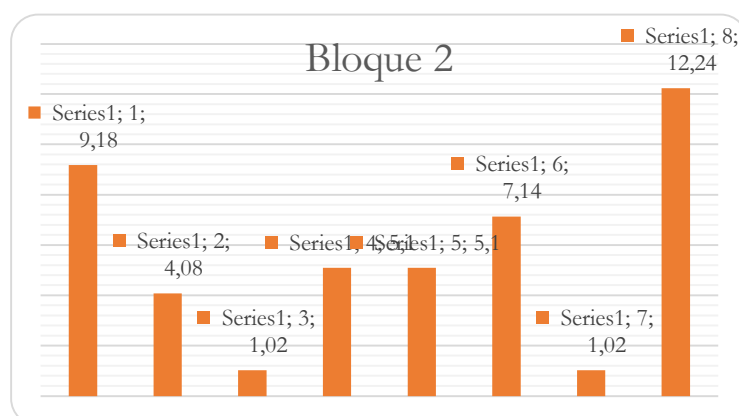


Elaboración propia

<sup>5</sup> Para garantizar que todas las voces aparezcan, en el patrón de búsqueda se codifican los términos de modo que se muestre tanto la palabra en cuestión como sus derivadas.

En el segundo bloque, el término *inmigración* y sus derivados aparecen en nueve ocasiones; en cinco de ellas, seguidos del adjetivo *masiva*. La voz *ilegal* también se refiere a las personas en situación irregular que llegan a España. *Avalancha* aparece una vez en la expresión “en el otro lado se preparan para una nueva avalancha masiva y violenta”. El término *manada*, utilizado cinco veces, se vincula siempre a la inmigración; en dos ocasiones aparece seguido de *magrebí*, en las otras se aclara que estaban integradas por extranjeros. Lo mismo sucede con *salvaje*, empleado en referencia a la inmigración musulmana. La voz *mafia* se utiliza siempre para aludir a las ONGs que rescatan a personas en el Mediterráneo. *Muro* aparece únicamente en una ocasión, en el ejemplo comentado en el apartado § 5.2. Por último, encontramos la voz *frontera* en doce ocasiones, en la mayoría de ellas precedida de los verbos *proteger*, *defender* y *reforzar*.

**TABLA 3. Léxico del Bloque 2**

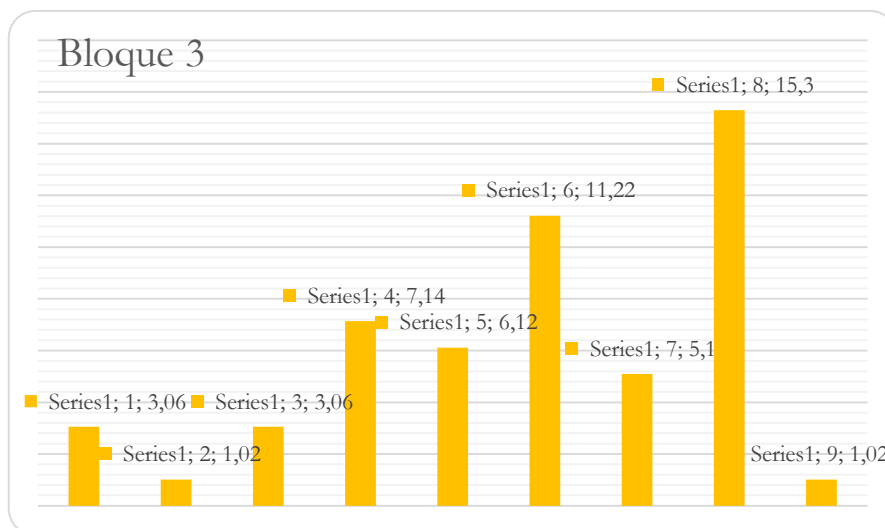


Elaboración propia

En el tercer bloque, la palabra *comunista* aparece en tres ocasiones; en una de ellas para aludir, como vimos, a la “etapa del terror comunista”. Las voces *sanchista* y *enemigos* se emplean una vez, para hablar de los detractores del “orden constitucional”. El término *Frente Popular* aparece en tres ocasiones; la voz *golpismo* y derivados, en siete, en la mayoría de los casos en referencia al conflicto territorial catalán. Las alusiones al terrorismo y a ETA también son recurrentes. En la mayor parte de los contextos aparecen vinculadas a los partidos nacionalistas catalán y vasco. En otras ocasiones, se emplea el *terrorismo* para ligarlo con la inmigración,

como vimos en el punto §5.2. Por último, *separatismo* y derivados aparece en quince ocasiones, siempre en referencia al movimiento independentista catalán.

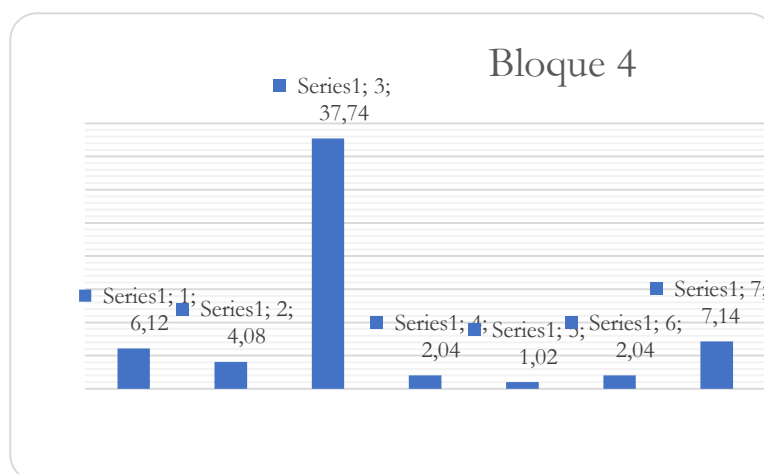
**TABLA 4. Léxico del Bloque 3**



Elaboración propia

En el cuarto bloque, la voz *unidad* aparece vinculada a la integridad territorial. Son frecuentes las alusiones a España, que aparece de media en casi cuatro de cada diez tuits; esto se explica por dos de los hashtags difundidos en este período: “#EspañaViva” y “#EspañaSiempre”. El término *patria* aparece cuatro veces, en dos de ellas precedido del verbo *amar*. Las referencias a la *monarquía*, a la *bandera*, y a las *fuerzas y cuerpos de seguridad* son esporádicas. La voz *Guardia Civil* aparece, sin embargo, en siete ocasiones como símbolo de la defensa de los valores patrióticos y en relación con la cuestión migratoria.

**TABLA 5. Léxico del Bloque 4**



Elaboración propia

De manera aislada, la frecuencia absoluta de los términos analizados puede parecer escasa, puesto que hay voces que solo aparecen en una o en dos ocasiones. Una mirada más global, sin embargo, nos hace ver que el número de términos ideológicamente marcados —como *proetarra*, *Frente Popular*, *separatista* o *golpista*— es elevado. La suma de las frecuencias absolutas de las voces *España*, *golpismo*, *proetarra*, *dictadura progre*, *inmigración*, *frontera*, *terrorismo* y *separatismo* es igual al número de tuits objeto de estudio, 102, luego uno de dichos términos aparece, de media, en todos los mensajes escritos por Abascal en el período junio-octubre de 2019.

Los marcos conceptuales señalados, así como las estrategias argumentativas y la selección léxica empleadas demuestran que en el discurso elaborado por el líder de Vox en Twitter en el período junio-octubre de 2019 están presentes algunos de los rasgos prototípicos del populismo descritos por Charadeau (2009). Corresponderá a futuras investigaciones determinar si este discurso se mantiene en el tiempo y si se traslada a otras esferas como el parlamento o la televisión.

## 7. CONCLUSIONES

Este trabajo ha analizado la selección léxica y las estrategias argumentativas de Santiago Abascal en Twitter, en el período comprendido entre junio y octubre de 2019, con el fin de determinar si se daban en su discurso los rasgos centrales del populismo. El análisis lingüístico de las estructuras ha concluido que están presentes en él algunas de las características prototípicas de este lenguaje, como la dicotomía pueblo-élite, la islamofobia, el discurso apocalíptico, la exaltación de los valores nacionalistas o la incorrección política. No aparece, sin embargo, ninguna crítica a la Unión Europea, a diferencia de lo que sucede en otras formaciones europeas de derecha radical.

La élite enemiga se identifica con la *dictadura progre*, con el conjunto de colectivos feministas y LGTBI que suponen una amenaza para los valores tradicionales. Para este imaginario, España atraviesa una situación catastrófica, como consecuencia de la llegada *masiva* de inmigrantes procedentes de África, conceptualizados a menudo como potenciales terroristas o violadores. Este encuadre hace aflorar términos como *enemigos*, *destruir España*, y alusiones a la Guerra Civil, sobre todo al Frente Popular.

Otro de los rasgos característicos es el discurso nacionalista, la exaltación de los símbolos nacionales, fundamentalmente de la bandera, de la monarquía y de las fuerzas y cuerpos de seguridad. Abundan en este sentido expresiones como “amar a la Patria”, o como “España Viva” y “España Siempre”, difundidas por medio de *hashtags*. Por último, se reconoce un estilo retórico tendente a la incorrección política, que sirve para insultar o increpar a los adversarios nacionales o a líderes de otros países.

El estudio cuantitativo pone de manifiesto que gran parte de los términos empleados por Abascal en Twitter están ideológicamente marcados y se pueden considerar como elementos de un imaginario populista. Así lo revela la recurrencia de voces como *terrorista*, *separatista*, *proetarra*, *dictadura progre* o *Frente Popular*. Estos términos han sido habituales en la red social del líder de Vox y muestran una tendencia a la polarización y a la crispación del debate político. Tanto la aproximación

cuantitativa como la cualitativa confirman, por tanto, que el discurso analizado presenta rasgos centrales del lenguaje populista. Futuras investigaciones permitirán conocer si estos elementos prevalecen y permean otros discursos o si, por el contrario, se limitan a las redes sociales y a los períodos de precampaña electoral.

## **8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Alonso Muñoz, L. (2018). *El discurso populista en Twitter. Un análisis comparado del estilo comunicativo de los actores políticos populistas de España, Italia, Francia y Reino Unido*. Tesis doctoral. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10803/663152> [Última consulta: 08/12/2020].

Arroyas, E. y Pérez Díaz, P. (2015). "La nueva narrativa identitaria del populismo: un análisis del discurso de Pablo Iglesias (Podemos) en Twitter", *Cultura, Lenguaje y Representación*, 15, 51-63.

Barber, L., Sevastopoulo, D. y Tett, G. (2017). "Donald Trump: Without Twitter, I would not be here — FT interview", *Financial Times*. Recuperado de: <https://www.ft.com/content/943e322a-178a-11e7-9c35-0dd2cb31823a> [Última consulta: 11/12/2019].

Blumler, J.G., y Kavanagh, D. (1999). "The Third Age of Political Communication: Influences and Features", *Political Communication*, 16 (3), 209-230.

Casals, X. (2013). *El pueblo contra el parlamento. El nuevo populismo en España, 1989-2013*. Barcelona: Pasado y Presente.

Charaudeau, P. (2009). "Reflexiones para el análisis del discurso populista", *Discurso y Sociedad*, 3 (2), 253-279.

Charteris-Black, J. (2006). "Britain as a container: Immigration metaphors in the 2005 elect campaign", *Discourse & Society*, 17 (5), 563-581.

- Gallardo, B. (2016). "Programas de tertulia política en Twitter: un modelo neurocomunicativo de análisis del discurso", *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 66, 86-147.
- García Herrer, I. y Pallarés Navarro, S. (2018). La imagen como herramienta de marketing político: comparación de los casos de Albert Rivera y Pablo Iglesias en twitter. En J. J. Verón y F. Sabés (eds.) *Libro de comunicaciones del XIX congreso de periodismo digital de Huesca* (pp. 78-91). Zaragoza: Asociación de Periodistas de Aragón.
- Hadoq. (2019). "Vox es, con diferencia, el partido con más impacto en redes sociales", *Europa Press*. Recuperado de: <https://cutt.ly/neZnH3A> [Última consulta: 22/11/2019].
- Harfoush, R. (2010). *Yes we did: cómo construimos la marca Obama a través de las redes sociales*. Barcelona (España): Paidós.
- Hatakka, N. (2016). "When logics of party politics and online activism collide: The populist Finns Party's identity under negotiation", *New Media & Society*, 19 (12), 2022-2038. doi:10.1177/1461444816660728.
- Kioupkiolis, A., y Katsambekis, G. (2018). Radical Left Populism from the Margins to the Mainstream: A Comparison of Syriza and Podemos. En Ó. García Agustín y M. Briziarelli (eds.). *Podemos and the New Political Cycle. Left-Wing Populism and Anti-Establishment Politics* (pp. 201-226). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Larsson, A. (2016). "Online, all the time? A quantitative assessment of the permanent campaign on Facebook", *New Media & Society*, 18 (2), 274-292. doi:10.1177/1461444814538798.
- López-García, G. (2016). "Nuevos' y 'viejos' liderazgos: la campaña de las elecciones generales españolas de 2015 en Twitter", *Communication & Society*, 29, 3, 149-167.



- López Menacho, A. (2017). "La derecha ya tiene su particular 15 M", *La Réplica*. Recuperado de: <https://lareplica.es/la-ultraderecha-ya-particular-15m/> [Última consulta: 11/12/2019].
- Mazzoleni, G., y Schulz, W. (1999). "Mediatization of politics. A challenge for democracy?", *Political Communication*, 16 (3), 247-261.
- Moffitt, B., y Tormey, S. (2014). "Rethinking populism: Politics, mediatisation and political style", *Political Studies*, 62 (2), 381-397.
- Naím, M. (2013). *El fin del poder*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Nimmo, D. (1999). The permanent campaign: marketing as a governing tool. En B.I. Newman (ed.) *Handbook of political marketing*, pp. 73-86. Thousand Oaks: Sage.
- Pallarés, S. y Monge, J. (2018). Twitter, Facebook e Instagram: diversos enfoques en la estrategia en redes sociales de Albert Rivera. En J. J. Verón y F. Sabés (eds.) *Libro de comunicaciones del XIX congreso de periodismo digital de Huesca*, pp. 65-77. Zaragoza: Asociación de Periodistas de Aragón.
- Sanders, K.B., Berganza, R., y de Miguel, R. (2017). Spain. Populism from the Far Right to the Emergence of Podemos. En T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck y C. de Vreese (eds.) *Populist Political Communication in Europe* (pp. 249-260). Nueva York: Routledge.
- Segatti, P., y Capuzzi, F. (2016). Five Stars Movement, Syriza and Podemos: A Mediterranean Model? En A. Martinelli (ed.). *Beyond Trump. Populism on the rise* (pp. 47-72). Milán: ISPI.
- Schulz, W. (2014). Mediatization and New Media. En F. Esser y J. Strömbäck (eds.). *Mediatization of Politics. Understanding the*

*Transformation of Western Democracies* (pp. 57-73).  
Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Suau-Gomila, G. y Pont-Sorribes, C. (2018). "Microblogging electoral: los usos de Twitter de Podemos y Ciudadanos y sus líderes Pablo Iglesias y Albert Rivera en las elecciones generales españolas de 2016", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25 (2), 1121-1139.

Viejo, M. (2018). "La estrategia de Vox en redes sociales: ya es el primer partido en Instagram, la plataforma con más jóvenes", *El País*. Recuperado de: <https://cutt.ly/3eZnB4A> [Última consulta: 20/11/2019].

Wisniewska, Natalia. (2018). "Espacios mentales en la creación de la autoimagen positiva de los partidos políticos: el caso de Ciudadanos", *Estudios Interlingüísticos*, 6, 183-202.