

EL MIEDO COMO RECURSO PERSUASIVO EN EL DISCURSO POLÍTICO

DRA. M^a LUISA CÁRDENAS RICA
Centro Universitario San Isidoro
(Adscrito a la Universidad Pablo de Olavide)

DRA. ANA A. LOZANO GONZÁLEZ
Centro Universitario San Isidoro
(Adscrito a la Universidad Pablo de Olavide)

RESUMEN

Las emociones están presentes en la edificación del discurso político, los partidos tienen como objetivo prioritario ganar adeptos. Este artículo gira en torno al uso que se hace de la comunicación emocional, concretamente en la difusión del miedo en los discursos políticos y el efecto que este provoca en el electorado. Los políticos analizan a sus votantes y los acontecimientos que les preocupan, además determinan el contenido y la carga emotiva de los mensajes difundidos. Haciendo uso del análisis del contenido, centrándonos en el análisis crítico del discurso, se estudiarán los mensajes emitidos por Vox en diferentes intervenciones públicas, se han seleccionado diez discursos de su presidente, Santiago Abascal, celebrados desde finales de 2018 hasta finales del 2019. En ellos se han observado los intereses que subyacen, con el fin de demostrar que en la comunicación política se emplean las emociones con el propósito de persuadir. Parte de la hipótesis que los partidos políticos, en concreto Vox, emplean el miedo para movilizar a las masas. Entre los temas protagonistas de los discursos emitidos por el máximo representante de Vox, en los que sostiene su política, se localizan elementos islamófobos, nacionalismo centralista, antifeministas, anti-movimiento LGTBI y reivindicadores de los valores tradicionales.

PALABRAS CLAVE

Comunicación Emocional, Miedo, Discurso Político, Persuasión, ciudadanos.

1. INTRODUCCIÓN

Delimitar y concretar el significado de las emociones es complejo, en el campo de la neurociencia se define como un conjunto de cambios fisiológicos, cognitivos, subjetivos y motores que nacen de la valoración (consciente o inconsciente) de un estímulo, en un contexto determinado y relacionados con los objetivos de un individuo en un momento concreto de su vida. Según Cotrufo y Ureña (2018), si se atiende a los conceptos expresados, se observa como primer elemento destacable que la presencia de una emoción está vinculada a una modificación que puede ser fisiológica, cognitiva, subjetiva, etc., y que se manifiesta de manera objetiva. Es decir, si no cambia nada no se puede hablar de emoción. Otro ingrediente esencial es la presencia de una valoración (positiva o negativa) que sigue al estímulo y a la modificación que este provoca en nosotros; se experimenta una vivencia con un valor personal. Esta vivencia no es un proceso que se produzca de manera autónoma, sino que depende de la situación personal del sujeto y del contexto en el que se dé (2018, p.17-38).

Atendiendo a Cotrufo y Ureña, el psicólogo Paul Ekman, junto a su equipo, en sus estudios pioneros (1960-1970) observa que las emociones básicas son independientes de la edad, el género y la cultura; estas son la ira, miedo, asco, sorpresa, alegría y tristeza. También Antonio Damasio distingue entre emociones primarias y secundarias. Las primeras se definen como programas de acción complejos y en buena medida automáticos, establecidos por la evolución, se tratan de un universo de acciones que se ejecutan en el cuerpo y que van desde las expresiones faciales y las diferentes posturas y las modificaciones que afectan al medio interno. Mientras que las emociones secundarias son comportamentales o sociales, que surgen de la combinación de las emociones primarias y que se desarrollan con el crecimiento del individuo con la interacción social. Entre ellas se encuentran la envidia, la vergüenza, el ansia, la resignación, los celos, la esperanza, la nostalgia, el remordimiento y la decepción (Cotrufo y Ureña, 2018, p. 17-38).

1.1. EL MIEDO COMO EMOCIÓN

Dentro de las emociones básicas de los seres humanos se encuentra el miedo, con él tratamos de asegurar la supervivencia, huyendo de las amenazas que nos ponen en riesgo. Es una emoción puramente instrumental “propia de aquellas situaciones en las que el agente se enfrenta a un poder superior y anticipa potenciales consecuencias negativas para él” (Bericat, 2005, p. 53-90).

El miedo es un mecanismo adaptativo, que se ha ido desarrollando en el curso de la evolución de nuestra especie, teniendo como objetivo favorecer la supervivencia. De ahí que lo llevemos integrado hasta el punto de que no es un factor regulable a voluntad, sino que es un automatismo del cerebro inconsciente. Por ello, no está en nuestra mano sentir o dejar de sentirlo. Lo que sí depende de nuestra voluntad, del denominado cerebro consciente, es la determinación con que nos enfrentamos a él. Se experimenta a raíz de una percepción de peligro, tal observación activará mecanismos de defensa. (Cotrufo y Ureña, 2018, p. 72-75).

En los últimos años, el estudio de las bases neurobiológicas del miedo se ha centrado en una región cerebral concreta: la amígdala, una pequeña estructura alojada en el seno del sistema límbico. Esta área desempeña un papel clave en la búsqueda y detección de señales de peligro (Ávila Parcet y Fullana Rivas, 2016, p. 50-51).

La reacción al miedo se basa en el establecimiento de circuitos complejos relacionados con esta amígdala. Una vez establecidos, la reacción frente a situaciones que nos producen miedo tiende a establecerse de manera automática. De este modo, el resorte del miedo se almacena en nuestro cerebro. El miedo se padece intensamente en el fuero interno, pero también se manifiesta en reacciones físicas como la frecuencia cardíaca y en la expresión facial, entre otros. El miedo es una emoción desagradable, que provoca malestar, preocupación y sensación de pérdida de control. Cuando sobreviene elimina cualquier otra emoción (Cotrufo y Ureña, 2018, p. 76-77).

1.2. EL MIEDO COMO TÁCTICA PERSUASIVA

El miedo puede ser medio y fin, condición o resultado. El miedo generado por el poder puede dejar de ser una reacción a algo para convertirse en el nexo de las relaciones entre las personas, y puede lograr “cambios de reglas”. Cuando el miedo domina las mentes de las personas, nos deja “a merced de la incertidumbre”, y nos vuelve “seres pasivos”, no libres para tomar decisiones o acciones (Vásconez, 2005 p.35). Leone también dirá que “desde los orígenes de la teoría política Hobbes nos enseñó que el Leviatán y el orden social se fundan en el temor” (2015).

Y es evidente que hay quienes usan el miedo como táctica de persuasión, con él intentan inculcar desasosiegos, entre ellos los políticos. Luis Muiño los denomina “traficantes de miedos”. Y es que el miedo puede ser muy persuasivo y se utiliza como arma para controlar a las masas. Ayuda a crear un espíritu colectivo de guerra, muy conveniente para cualquiera que desee tener un poder absoluto. Añade, este divulgador y psicólogo, que al vendedor de miedos esto le viene muy bien. Su objetivo es crear en la sociedad lo que en psicología se conoce como “síndrome de indefensión”, el estado en el que caen las personas cuando llegan a la conclusión de que lo que ellos hagan o digan no cambiará los acontecimientos, de ello se aprovechan determinados políticos, erigiéndose en sus salvadores. Añade también que las personas que quieren infundir desconfianza utilizan ciertas tácticas: “Afirmaciones no falsificables, insinuaciones que no se concretan o generalizaciones a partir de hechos aislados”. Además, a los que expresan que sus temores no tienen una base real, los atacan, afirmando que “aquellos que dudan del peligro forman parte de él” (Muiño, 2012).

Muiño aporta un decálogo generador de miedos, en el cual se pueden observar las técnicas que se utilizan para su producción en la sociedad. Todas ellas se observan en el discurso político, incluido el utilizado por Vox. Estas técnicas de construcción de miedo son: crear un clima de incertidumbre, tomar el control del lenguaje, usar datos etéreos, usar imágenes impactantes, involucrar a las personas en un grupo sectario, buscar anécdotas que corroboren el sentimiento de miedo, utilizar frases humo aterradoras, crear un sentimiento de guerra, controlar la

información y utilizar los medios de comunicación (como se cita en Morán, 2018, p.108-112).

A. CREAR UN CLIMA DE INCERTIDUMBRE

La incertidumbre provoca desconfianza en el futuro, de ahí que se recurra a ella para promover la desmovilización social ante los problemas que existen en la sociedad. El miedo y el no saber qué va a pasar nos paraliza, del mismo modo que el “uso de alarmas exageradas puede ayudar a conducir a los grupos humanos hacia aquellos puntos de atención que más interesan a los poderes que los instrumentalizan” (Tortosa, 2010, p.43). Vox emplea esta estrategia, está muy activo contra el nacionalismo catalán: “Están manejando explosivos”; “hoy millones de catalanes sienten miedo”.

B. TOMAR EL CONTROL DEL LENGUAJE

Según Luis Muiño, quien controla el lenguaje controla el mundo. Hay actos del habla susceptibles de provocar miedo, se trata de expresiones encaminadas a generar alarma, estas causan temor en la ciudadanía por el modo en que se expresan. Jiménez indica que para ello se hace uso de un léxico despectivo y se recurre a la repetición de términos. También se utiliza la expresión de un futuro adverso, “con el fin de argumentar de forma implícita que solo el candidato –y su partido- es el único capaz de solucionar la situación” (2017). También Muiño apoya esa teoría, expresa que el miedo “crea indefensión, la gente deja de pensar y te busca como salvador” (Muiño, 2018). Vox también se erige en salvador: “Si no fuera por nosotros, si no fuera por vosotros”; “nunca les vamos a abandonar”; “queremos libertad para defender el derecho a la vida y para defender la familia, para defender a los más débiles”.

C. USAR DATOS ETÉREOS

Para vencer el miedo la mejor arma es “el conocimiento experimental de la realidad tangible”, pero ¿se puede conocer la realidad? En muchos casos esto no resulta posible debido al encubrimiento, fraude, censura, falta de información o incertidumbre Gil (2003, p.95-96). De ahí que cuando se quiere difundir miedo se recurra a estas tácticas, se genera

temor sin utilizar los datos que expliquen con claridad lo acontecido. Vox también hace uso de este recurso: “Queremos libertad para los gays y las lesbianas que hoy se ven absolutamente oprimidos por un colectivo que les quiere obligar a tener una bandera arcoíris cuando la bandera de los gays y las lesbianas españoles es la bandera de España como la nuestra”.

D. USAR IMÁGENES IMPACTANTES

La imagen es uno de los lenguajes de la comunicación más apropiado para reflejar la expresividad del sufrimiento y del dolor (Linde-Navas, 2005). Es capaz de generar emociones, creencias e incluso una respuesta del que las recepciona. Permite al que la recibe “la posibilidad de construir de forma alternativa nuevas vías para comprender y dar sentido a los sucesos, reflexionar acerca de ellos y emprender rutas de afrontamiento a través de la construcción de nuevos significados y discursos” (Echeverry & Herrera, 2005, p. 141).

E. INVOLUCRAR A LAS PERSONAS EN UN GRUPO SECTARIO

Muiño (2018), aportando claves para definir 'el buen manipulador', presenta la idea de dividir entre 'los nuestros' y 'los demás'. Esto también se observa en Vox, cuando expresa “nadie va a entender nuestra denuncia”, “la España viva ha despertado gracias a Dios”, “nosotros mientras tanto nos comportamos como siempre lo han hecho los españoles a lo largo de su historia”.

Gil Calvo, emulando a Marshall McLuhan, propone la paráfrasis “el miedo es el mensaje”, en la que describe que la opinión pública construye por generación espontánea climas de opinión relativos al miedo colectivo. No es necesario que se den males o peligros reales para que aparezca. Para que surja un clima de alarmismo, no es preciso que suceda nada, puede producirse por puro espejismo virtual. Se pregunta: “¿La alarma social tiene causas reales o es un invento del alarmismo mediático?”, al que podríamos sumar también el alarmismo político, a lo que el autor responde que todo a la vez, ni es un mero espejismo fraudulento fabricado ni ha de estar causado por la realidad. Se trata de un resultado

emergente, fruto del incremento intensivo y extensivo de las interacciones sociales (2003, p. 41-42).

Martín-Barbero expresa que a las personas que han perdido los grandes ideales y el valor de los símbolos integradores de la sociedad, lo único que les queda es lo inmediato, lo cercano. Y al no saber qué hacer “se plantea como horizonte convivir lo mejor posible con los de al lado, con los que siente cercanos”. Buscan un mínimo de “calor” en unas ciudades cada día más frías, más abstractas, “para compartir gustos, gestos, miedos” (2012).

F. BUSCAR ANÉCDOTAS QUE CORROBOREN EL SENTIMIENTO DE MIEDO

Se trata de mantener miedos irracionales como el racismo y la homofobia. Como bien expresa Muiño, “el buen manipulador” hace “resaltar las palabras y esconder los hechos, intentar que la gente no piense y se emocione”, además, utiliza frases motivadoras abstractas (2018).

Anduiza (2018), en un estudio que realiza sobre Vox, indica que este partido criminaliza la inmigración, y defiende el cierre de fronteras. Se localizan expresiones como la siguiente, en los discursos analizados: “Que nuestras abuelas puedan caminar por la calle sin que un delincuente, sea español o extranjero, mayoritariamente extranjero, le tire del bolso”.

Charaudeau, cuando describe al líder populista en general, se ajusta a las actuaciones de Vox, indica que su lenguaje es particularmente sencillo y comprensible: “Expresan la evidencia, ya que se trata de conmover las conciencias mediante el empleo de fórmulas, a veces metafóricas, destinadas a esencializar el mal que padece el pueblo, la figura de los culpables o la esperanza de días mejores: el mal será designado por palabras que remiten al miedo, a la decadencia, a la desesperación, los culpables serán demonizados, la esperanza será como un camino de luz” (2009).

G. UTILIZAR FRASES-HUMO ATERRADORAS

Según Muiño, el lenguaje manipulador recurre frecuentemente a frases-humo, expresiones triviales, que parecen afirmar que algo puede amenazar a las personas que reciben la información, pero sin aclarar qué es

ese algo. Además, se da por hecho que el otro está de acuerdo y de este modo” se crea un sesgo de autoafirmación” (Muiño, 2018).

También se simplifica las relaciones de causa a efecto, así lo explica Charaudeau con las expresiones que profería Jean-Marie Le Pen en los años noventa: “Un millón de inmigrantes, un millón de desempleados”. Estas mismas conexiones se reciben de Vox: “No se podía cuestionar el estado de las autonomías, que destruye la prosperidad”; “muchos pensionistas tienen dependencia mientras se ayuda muchas veces a los extranjeros”.

Charaudeau añade que se practica la amalgama en la descripción de las causas, “ponen en la misma bolsa de la inseguridad: el desempleo, el uso de droga, la ineficacia policial, el laxismo de la Justicia, la indiferencia de las élites políticas. Y para respaldar sus palabras, recurre a cifras y porcentajes proferidos a bocajarro sin posibilidad de verificación” (2009). Vox hace uso de los mismos recursos.

H. CREAR UN SENTIMIENTO DE GUERRA

Emplea el autoritarismo, que se ve reflejado en el uso de un lenguaje bélico. “Su discurso está plagado de expresiones como «hemos venido al ataque» y de términos con connotaciones militares como «caídos», «derrota», «victoria», «coraje», «traición», «invasión», «combate» y «honor». La épica está muy presente en las imágenes de sus videos, con actos heroicos de su líder (subiendo una montaña en solitario) y música de El Señor de los Anillos que cualquier joven puede reconocer” (Anduiza, 2018).

En los discursos analizados se encuentran expresiones como: “Compañeros catalanes atacan las libertades de los españoles”; “España viva quiere que se defienda la unidad nacional con toda la contundencia”; “emprendedores caminen y que incluso galopen sin arrodillarse ante las trabas burocráticas o ante los impuestos”.

Como expresa Muiño, el sentimiento de estar luchando contra el terror es parte de la táctica de todos aquellos que nos manipulan con el miedo (Muiño, 2018).

I. CONTROLAR LA INFORMACIÓN

Son varias las formas que existen para controlar la información. Según Muiño, los vendedores de miedo muchas veces conocen datos que sus víctimas (espectadores) no saben que ellos poseen. Así consiguen escenas de fuerte impacto que aseguran la sensación de indefensión de los adeptos (citado por Morán, 2018). El miedo puede ir cambiando de cara según le interese a los que controlan el miedo. Por ejemplo, en el ámbito de la política, los aliados en un determinado momento pueden convertirse posteriormente en el enemigo y viceversa, según interese.

J. UTILIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El fenómeno de la espectacularización mediática suele ser un elemento que provoca tanto la crítica (especialmente de la producción televisiva), como la garantía del éxito y su rentabilidad, de ahí que se ponga de manifiesto en los formatos, los contenidos, los programas y las programaciones (Pellisser y Pineda, 2014).

A los medios de comunicación le gusta el espectáculo, y el miedo lo ofrece. Las palabras de Vox se amplifican en los medios, lo expresado genera controversia y gana audiencia.

Hay voces discrepantes, de hecho, determinados sectores de periodistas de la televisión pública, como el sindicato CC.OO., denunciaron una entrevista que le realizó Carlos Franganillo, en la segunda edición del Telediario, a Santiago Abascal, presidente de Vox. Expusieron que la presencia de Vox “daña la democracia y la convivencia en España”, y pidieron que se aplicase una “censura preventiva” y se anulase la entrevista, según la organización de trabajadores Plataforma por una RTVE Libre. Argumentaban que el compromiso de la RTVE es “defender los derechos fundamentales de las mujeres, los inmigrantes y del colectivo LGTBI. Nada de ello es compatible con la presencia de Santiago Abascal” (Ríos, 2020).

1.3. COMUNICACIÓN POLÍTICA

La comunicación es esencial para que exista la política, ya que es el medio que hace posible alcanzar a los públicos, para lograr que estos se

muevan a la acción. “La comunicación y la política han sido elementos fundamentales para el desarrollo del hombre, ya que ambas han ayudado a la organización del Estado y al desarrollo de sus políticas, económicas y sociales” (Reyes Montes et al., 2011). Así, a través del tiempo, el hombre ha desarrollado la política valiéndose de la comunicación con la finalidad de convencer e influir en los ciudadanos para la aceptación de un modelo económico, político y social, en el cual se sigan ciertas normas, valores y principios del sistema político imperante.

Como indica Javier del Rey (2008), “en todos los regímenes políticos, en todas las culturas y épocas, la comunicación se ha orientado a fortalecer el mandato de un determinado tipo de dominación y, de esta forma, garantizar la obediencia de los ciudadanos” (p. 13).

La comunicación política tiene una función muy clara, la del convencimiento y el logro de apoyos entre sus espectadores, y una estructura marcada por dos direcciones. Por una parte, tiene un sentido “descendente” desde la política hasta los individuos pasando a través de la intermediación de los medios y, por la otra, tiene un sentido “ascendente” desde la opinión pública hasta los hombres políticos a través de la intermediación de los sondeos. Este hecho le imprime un carácter dialógico a la comunicación.

En este sentido, y partiendo de esta premisa, Wolton (2003) afirma que la comunicación política se basa en un intercambio de discursos entre tres actores (políticos, medios y opinión pública) sobre los asuntos políticos del momento. Al enfatizar el carácter dialógico de la comunicación política la vincula con el derecho a la información y a la libre expresión de opiniones y, por tanto, con la democracia liberal, lo cual le otorga legitimidad. Además, al destacar el carácter conflictivo de las lógicas que mueven a los tres actores, Wolton reconoce una lucha de intereses diversos entre ellos.

2. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

Las emociones están presentes en la construcción del discurso político. Los partidos orientan sus contenidos con objeto de estimular una reacción en los ciudadanos. Este estudio analiza la utilización de la

comunicación emocional, concretamente de la difusión del miedo, por el efecto que éste provoca en el electorado. Parte de la hipótesis que los partidos políticos, en concreto Vox, hacen uso del miedo como recurso persuasivo en sus discursos. En su aplicación, sus líderes tendrán en cuenta los acontecimientos que preocupan a sus votantes, hechos que van a influir en el contenido y en la carga emotiva del mensaje construido.

Para determinar el miedo, se ha recurrido como metodología el estudio de caso de los discursos del presidente de Vox, Santiago Abascal. Este partido se registró a finales de 2013. Surgió de los críticos social-conservadores del Partido Popular, cuando era liderado por Mariano Rajoy, y fue dirigido en sus comienzos por Alejo Vidal-Quadras, antiguo vicepresidente del Parlamento Europeo (2004-2014) y catedrático de Universidad.

Vox recoge en sus mensajes “elementos islamófobos (restricción a la llegada de inmigrantes musulmanes), nacionalismo centralista contrario al Estado de las Autonomías, rechazo al aborto y propuestas económicas de tipo liberal”, tales como la reducción de los impuestos y la disminución de la burocracia (González Enríquez, 2017). Además, incluye elementos identificados como antifeministas, anti-movimiento LGTBI, y reivindica valores tradicionales como la caza y la tauromaquia, a su vez niega el cambio climático, y reclama la intervención en la educación.

Lo expresado hace ver en Vox un partido controvertido y relevante para su estudio. Con su elección no se deja al margen a otras agrupaciones políticas, como se observa a lo largo de la investigación, esta agrupación no será la única que opta por esta y otras estrategias de persuasión. La investigación se aborda desde el análisis crítico del discurso y nunca desde un planteamiento político y de denuncia. Para el estudio se han seleccionado diez discursos de Santiago Abascal (Vox) celebrados de finales de 2018 hasta finales del 2019. Se han elegido distintos momentos, véase la selección.

Tabla 1. Discursos analizados y fechas en las que fueron realizados.

DISCURSOS	FECHAS
Discurso en Teatro Barceló (Madrid)	Abril 2019
Discurso en Colón (Barcelona)	Noviembre 2019
Discurso día de la Constitución (Barcelona)	Diciembre 2019
Discurso en Fibes Sevilla (Sevilla)	Abril 2019
Discurso Las Rozas (Madrid)	Febrero 2019
Discurso (Valencia)	Noviembre 2019
Discurso en Hospitalet de Llobregat (Barcelona)	Julio 2019
Discurso Manifestación DENAES	Octubre 2018
Discurso en Leganés (Madrid)	Abril 2019
Discurso en Acto de Vistalegre Plus Ultra (Madrid)	Septiembre 2019

Fuente: elaboración propia.

El presente trabajo, siguiendo a Charaudeau (2009), propone como objetivos el análisis de los discursos de Vox, atendiendo a cuatro momentos discursivos, se observará en éstos el uso que se hace del miedo, bien infundiéndolo o dándole solución:

- Vox muestra que la sociedad vive una situación de crisis y el ciudadano es una víctima.
- A quién señala Vox como responsables de este mal.
- Los valores que resalta Vox.
- Vox como salvador de la sociedad.

3. RESULTADOS

Es necesario precisar que todos los partidos políticos trabajan para que el ciudadano se adhiera a su proyecto, para ello despliegan estrategias discursivas diversas, atendiendo a Charaudeau, las orientan a la construcción de imágenes haciéndolas creíble y a su vez atractivas a los ojos de la ciudadanía. También buscan conmover al ciudadano, recurren a la presentación de los valores para que se unan a ellos con entusiasmo. El discurso político es un lugar de verdad “capciosa”, de “simular”, lo que se expresa no es tanto “la verdad de esa palabra proferida públicamente, como su fuerza de verdad, su veracidad, por sus condiciones de dramatización que exigen que los valores sean presentados según un guion dramático, capaz de conmover al público de manera positiva o negativa, ya sea para hacerlo adherir al proyecto que se defiende, o para disuadirlo de seguir un proyecto adverso” (2009).

3.1. ANÁLISIS DEL MIEDO EN EL DISCURSO DE VOX

El catedrático de Ciencias del Lenguaje Charaudeau muestra un espacio en el cual la instancia política y sus adversarios compiten por la conquista de la aceptación ciudadana. Este escenario lo dispondremos en cuatro momentos discursivos, en el que se hace uso del miedo. En primer lugar, los políticos tratan de probar que la sociedad se encuentra en una situación social que señalan de desastrosa y en la que el ciudadano es la primera víctima. En segundo lugar, determinan la fuente del mal y su responsable. En tercer lugar, se anuncia qué solución se puede aportar, exaltando los valores y, en cuarto lugar, quién puede ser su portador (hombre/mujer providencial, carismático, visionario, capaz de romper con el pasado y que será el salvador de la sociedad) (2009).

El discurso político puede guardar una estrategia persuasiva, actúa sobre la emoción en detrimento de la razón política, capaz de engañar al pueblo sin que éste sospeche. Los políticos, en su manipulación discursiva, se ajustan al contexto cultural y a las circunstancias sociales en las que tiene lugar este discurso. Para el análisis de los discursos, se hará uso de los componentes descritos.

3.1.1. Sobre la situación de crisis y de victimización

El líder de Vox, en su discurso, presenta los problemas que detecta su partido en España y señala a los ciudadanos como víctimas. Los contenidos que abordan son diversos, gran parte están recogidos en los analizados. Abascal en sus discursos recurre al miedo, en el tratamiento que les da a las temáticas que alude, situaciones de crisis por las que atraviesa España, y coloca a la ciudadanía como víctima y conecta con ella atendiendo a su estado de insatisfacción.

Las temáticas son variadas, comprende la reivindicación territorial en relación a Gibraltar, la denuncia de los cambios culturales y de la inmigración, la derogación de la Ley de Memoria Histórica, la defensa de la centralización del Estado y la liquidación de la autonomía de las regiones, aunque la más recurrente es la vinculada con el rechazo al nacionalismo catalán, se ha de tener presente que el periodo temporal en que se dieron los discursos seleccionados, Cataluña estaba inmersa en pleno *Proces*.

En este primer paso se observará la apuesta de Vox por la unidad nacional (denuncia del estado de las autonomías, contra Europa, y la demanda de Gibraltar como territorio español); la reacción al cambio cultural (defensa de las tradiciones populares rurales y religiosas) y la necesidad del nativismo. De estos conceptos nos serviremos para analizar no sólo las temáticas sino también el uso del miedo para persuadir a los que reciben los contenidos difundidos en los mítines analizados. Las declaraciones que a continuación se citan han sido recogidas de las palabras vertidas por Abascal.

3.1.1.1. Unidad nacional

Uno de los elementos que está presente en todos los discursos es el de la unidad nacional contra lo que denomina el “golpe de estado” en Cataluña. Expresa Abascal que hay una “emergencia nacional” porque “los españoles lo están pasando mal”, “vivimos las horas más difíciles de la España contemporánea”, “es una larga historia de amedrentamiento”, “millones de catalanes sienten miedo”.

Así describe la terrible situación vivida en Cataluña: “El terrorismo en las calles”, “Barcelona en llamas”, “están manejando explosivos”, “incitan al odio”, “enfrentamiento civil”.

ESTADO DE LAS AUTONOMÍAS

Cuando Abascal se refiere al Estado de las Autonomías, como bien expresa Anduiza (2018) “aparece como el peor de todos los males”, propone su disolución, lo que permitirá, según su partido, un gran ahorro que dará solución a muchos de los problemas, desde las becas, las pensiones, la salida de los jóvenes al extranjero, etc. También comenta que el estado debe recuperar sus funciones esenciales y no delegarlas.

Se recogen las siguientes expresiones en los discursos analizados: “Continúa con el revanchismo histórico y por eso tenemos un gobierno que continúa con el lento suicidio del estado de las autonomías, porque no aman a España”; “libertades que nos hacen desiguales, que nos enfrenta, que nos divide, que nos arruina y que se aleja del proyecto común de España, un solo gobierno y un solo parlamento para todos los españoles, una España”; “O pensiones o autonomías o becas para los estudiantes o autonomías o impuestos bajos, o autonomías o ayuda a las personas dependientes, o autonomías, fuera autonomías”; “desunidos por el separatismo y por el sectarismo ideológico de los partidos, con un paro que va a crecer, con un paro juvenil brutal, por una incapacidad para muchos jóvenes de acceder a la vivienda o de pensar en tener hijos y formar una familia por los problemas que tienen”, “un estado que ha entregado a Cataluña y a las comunidades autónomas la educación y que nos ha traído hasta donde estamos”.

CONTRA EUROPA, GIBRALTAR ESPAÑOL

Vox reclama Gibraltar y se muestra contrario a Europa y sus imposiciones porque dañan a España y en consecuencia a los españoles. Recurre a la Reconquista y la imagen de sus líderes como un pasado glorioso al que retornar. “Lo proporcional ahora sería cerrar la verja de Gibraltar y lo proporcional sería decir que salimos de la euroorden, y que no entreguemos a un solo criminal al Reino Unido hasta que no se nos entregue a los que nosotros pedimos que vengan a España”. “No es eurofobia, eso

no es euroescepticismo, eso no es querer salir de Europa, eso es querer que España sea respetada”. “También queremos libertad para hablar en español en España, para vivir en español para estudiar en español”.

3.1.1.2. Rechazo al cambio cultural

Desde Vox también se rechaza los cambios culturales, se arremete contra feminismo, al matrimonio entre personas del mismo sexo, ley de memoria histórica y el aborto.

Arremete contra lo que define como leyes totalitarias y mezcla distintos conceptos, saltando de ideas, como si un tema llevase al otro: “Existen leyes totalitarias como la de género y la memoria histórica”; “que el estado devuelva a los padres la patria potestad que pretende arrebatar, adoctrinándolos en los colegios”. “Todas las políticas de la izquierda, las leyes de memoria histórica, las leyes de género. Sí son un seguro para haber continuado la hoja de negociación con la banda terrorista ETA, para haber hecho la misma política territorial en Cataluña”.

Vinculan la violencia contra las mujeres con la mala gestión de la justicia y los delincuentes extranjeros. “Ha dicho también que esa ultraderecha temible decía que la violencia contra la mujer era un cuento, es decir, la violencia contra nuestras mujeres, nuestras madres, nuestras hermanas, nuestras hijas, nuestras abuelas. Y nosotros lo que le decimos es que la izquierda y los progres son absolutamente responsables de cuando un violador de esos múltiples vuelve a salir de la cárcel y vuelve a violar, porque son ellos los que les meten por una puerta y le saca por la otra (...) y de que no se expulse a uno solo de los delincuentes extranjeros”.

Sin embargo, habla de la criminalización de los varones provocada por la ley de la violencia de género. “No admitir que se criminalice a la mitad de la población por su sexo con las leyes totalitarias de la ideología de género machistas”.

Hablan del respeto a la vida, y mencionan el aborto y la eutanasia: “Que se respete y proteja la vida, una especial protección a los más débiles, a los niños en el vientre materno y a nuestros ancianos”.

APUESTA POR LAS TRADICIONES POPULARES RURALES Y RELIGIOSAS

De forma irónica se dirige Abascal al público en uno de los discursos analizados: “Que os gustan las tradiciones, las fiestas populares y las procesiones de España, y de su mundo rural, retrógrados y fachas”. Por lo que reclama: “Libertad para opinar del pasado, lo que nos dé la gana, sin que venga ningún aprendiz de Stalin a decirnos lo que tenemos que opinar o a llevarnos de una comisión de la verdad”.

También defiende la religión: “Sociedad, el amor a la patria, a los sentimientos religiosos que tienen tantos españoles, y si nos miraba con una mueca de desprecio”.

Reclama el respeto a la labor del campo: “Los problemas de nuestros agricultores, de nuestros cazadores, de nuestros ganaderos, los problemas y el servicio que hacen a la conservación del medio ambiente y del medio rural sean comprendidos desde la lejana y a veces tan altiva y soberbia ciudad”.

NATIVISMO

Vox defiende que en “España deben vivir y ser ciudadanos de primera, los nativos, y que los que vienen de fuera son fundamentalmente una amenaza” (Anduiza, 2018).

Se denuncia el multiculturalismo y la imposición de sus costumbres, expresan miedo de que acaben con nuestra cultura: “El multiculturalismo ha fracasado, y que no es un modelo de convivencia adecuado, que hay ciudades enteras, barrios en Europa, donde no se puede vivir con nuestros valores, que la ensalada multicultural no funciona. Y que quien quiere vivir entre nosotros en Europa tiene que aceptar nuestras leyes nuestros valores y libertad”.

Insisten en que están creando un conflicto de civilizaciones, “ese islamismo que quiere imponer la sharía es el enemigo de nuestra democracia y de nuestra identidad”.

3.1.2. Sobre la fuente del mal y los culpables

La causa del mal viene expresada en el punto anterior. Como indica Charaudeau se designa de manera vaga y el culpable no siempre está perfectamente determinado, “de manera que planea la impresión de que está oculto en las sombras, manejando sus asuntos a escondidas, lo que permite sugerir que existen complots” (2009), lo que agudiza el miedo.

3.1.2.1. Adversario de la patria

En su discurso, Vox hace creer que todo funcionará mejor si se aplican sus propuestas. Denuncian acciones sin determinar a los causantes, aunque se intuye quién está detrás de todo. Recurre a la descalificación a través de la cual describen actos contra la patria, los españoles y el sistema democrático.

“Regiones y provincias gobernadas por traidores”; “en democracia no hay solo adversarios hay también enemigos”, “cuerpo armado de policía política”. Nos agreden: “Sistema que ataca el fruto del esfuerzo”, “se ataca a la herencia”, “se ataca a la propiedad privada”. Los que atentan contra la unidad nacional también ocupa un amplio lugar: “Golpistas que no defienden a los catalanes”, “seguimos viendo en libertad a los criminales separatistas”.

3.1.2.2. Partidos y representantes

Vox presenta a un Gobierno culpable: “ese partido de obrero, se han olvidado de los obreros y se han olvidado de los trabajadores españoles y los ven con desdén desde sus mansiones pijiprogres”, “el zapaterismo nos dejó en manos de un presidente traidor”, “un gobierno cómplice de la invasión migratoria”.

A la oposición se la describe sin autoridad, se les tacha de corruptos, cobardes y sin criterio: “Los insultos de Pablo Iglesias, de Pedro Sánchez y de Quim Torra nos los ponemos como medallas en el pecho”, “a la derechita cobarde y la veleta naranja seguirán actuando como conejos asustados”.

Recurre a la descalificación cuando se refiere tanto al partido (“la derechita cobarde”, “ningún aprendiz de Stalin”, “gimoteando en una

esquina está la veleta naranja, cambiando de opinión al menor viento de crítica”), como a su ideología (“dictadura de progres”, “los que defienden la hoz y el martillo”, “compañeros extremistas”, “traidores y separatistas”, “ese partido de obrero, sí se han olvidado de los obreros y se han olvidado de los trabajadores españoles, y los ven con desdén desde sus mansiones pijiprogres”).

También se les llama por su nombre a los adversarios políticos (“se reía Pablo Iglesias y sus socios”, “Jordi Pujol y Artur Mas de Puigdemont y Torra”, “traidores como Maragal, como Montilla o del bailarín”, “la capucha y la porra de Pedro Sánchez”) o por su cargo (“porque tenemos ahora alcaldesa en Madrid que se emociona cuando dice que les ve saltar la valla y dice que vengan porque son los más fuertes”).

Vox en su discurso hace alusión a socios (“la quinta columna del separatismo”; “los 4 jinetes del apocalipsis nacional”, “se llama PSOE, Partido Socialista Obrero Español, que tiene un pacto con los golpistas separatistas con los que han apoyado el terrorismo y con los comunistas que nos quieren llevar a Venezuela”), agrupaciones (“proetarras”) o colectivos (“privilegiados pijiprogres”).

3.1.2.3. Colectivos y profesionales

Atacan a agrupaciones sociales que atentan contra sus valores: mujeres y homosexuales (“feminazis” y “grupos LGTB”; “por los grupos LGTB, que no defienden a los gays, por las feminazis que no defienden a las mujeres”) y otros colectivos (“hay que bajar a los vagos y maleantes de las ONGS ideológicas, a los partidos políticos, a los sindicatos”; “por los animalistas que no defienden a los animales”).

Vox denuncia a los periodistas que no se ajustan a su verdad: “Hay algún periodista haciendo ya el corte y queriendo dar lugar a otras interpretaciones”. “Periodistas que desinforman”. “Los periodistas preguntaban cómo es que Vox ha conseguido un evento de esta naturaleza (Vistalegre)”. “Hasta hace poco llamaban a los medios de comunicación para que no nos llevaran a los platós y no nos entrevistaban, ahora nos quieren llevar a todos lados”.

3.1.2.4. Los inmigrantes como peligro

Criminaliza la inmigración, muy especialmente la islámica, pero también la africana, mientras que reclaman la hispanoamericana, que habla nuestro idioma. No se consideran xenófobos (“los españoles que hemos sido un pueblo que ha emigrado y que somos un pueblo de acogida. Queremos tener el derecho a decir quién vive con nosotros”).

Se permiten elegir a los migrantes, los quieren hispanos (“nuestros hermanos hispanoamericanos que también se integran y pueden vivir con nosotros”) pero no “una inmigración masiva procedente de países africanos e islámicos que está dando lugar a gravísimos problemas de convivencia en toda Cataluña”. En ellos observan una amenaza: violaciones, no sabe adaptarse, y además “los inmigrantes están colapsando la sanidad andaluza”.

A los inmigrantes se les acusa de tener “problemas de convivencia” y de que “muchos hombres, mujeres, ancianos y chicas vivan en la inseguridad en el miedo y en la zozobra”. También lo sufren “nuestros agricultores, nuestros ganaderos y nuestros productores, a los que se les obliga a competir con productos hechos con mano de obra esclava o que no tienen que respetar las condiciones fitosanitarias, que nosotros sí tenemos”, “no habrá que comprar ni una sola naranja sudafricana”. “Se apuesta por la inmigración masiva que quieren mano de obra esclava para abaratar los salarios de los españoles”.

Defiende el cierre de fronteras: “Estábamos condenados a que las vallas de Ceuta y Melilla fueran traspasadas”.

3.1.3. Sobre la exaltación de valores

En el discurso de Vox se utilizan de forma reiterada expresiones que exaltan los valores que el partido defiende. Como indica Charadeau (2009), se propone un proyecto de “idealidad social” en el cual se muestran valores que se supone representan el fundamento del vínculo que une a los miembros de una comunidad social. En relación con este hecho, se observa cómo hacen alusión a aquellos valores de la historia y tradiciones de España para encontrar en ellas lo más auténtico, lo más puro, con el fin de reconstruir una identidad perdida por la crisis social

y la fuente del mal mencionada anteriormente. De esta forma, entra en el mundo de lo simbólico, es decir, se instauran como esa “idealidad social” que debe transformar el mal existente, partiendo de la idea general de su programa: “Vox. Transformar la política desde los valores”.

3.1.3.1. Identidad nacional comunitaria

Transmite su preocupación por la identidad nacional de España, una identidad comunitaria, compartida por aquellos españoles que forman parte de la “España viva”. Su principal preocupación es “España y su unidad nacional”, “la España viva que madruga, que abre los colegios, que atiende en los hospitales, que levanta la persiana al alba”. Otro símbolo que alude a la identidad comunitaria en su discurso es la defensa de la bandera nacional y los valores que ella transmite, insistiendo, especialmente, en la misma, ondeando los balcones catalanes.

La defensa de la identidad nacional comunitaria “no es el lema de un partido, es un lema vital, es un modo de vivir para todos”, se trata de “un sentimiento rojigualdo”, “se trata de España”, “que es nuestra patria” y “aquí así la llamamos”, se refiere a ella como “el himno nacional, las canciones legionarias” y la define como una “emoción patriótica”.

Con respecto a la identidad nacional comunitaria, en sus discursos se definen “no como un partido, sino como un movimiento patriótico”.

3.1.3.2. Herencia

En su discurso, se recurre de forma reiterada a valores de filiación y herencia, “las tradiciones”, “las fiestas populares”, “las procesiones de España” y “su mundo rural”. “La modesta herencia” de nuestro país es la que sienta las bases del comportamiento de este partido, al afirmar que “nos comportamos como siempre lo han hecho los españoles a lo largo de su historia, como nos enseñaron nuestros abuelos”, “con valor, con dignidad, con decoro y con honor”.

El líder del partido, Santiago Abascal, se refiere a España, “como la España de los abuelos”, que han cuidado de su país para “disfrutar en paz de las tradiciones, del campo, del mundo rural, de las fiestas populares, de la fiesta nacional, de las procesiones”, y hace un llamamiento: “al que

no le gusta, que no vaya”. “ Se trata del futuro de nuestros hijos y la herencia de nuestros padres y abuelos”.

SOBERANÍA POPULAR

El restablecimiento de la soberanía popular es otro de los puntos más repetidos en el discurso de Vox.

Promete el restablecimiento de la soberanía popular por una acción directa, inmediata, mediante un corto circuito en las instituciones, la ilusión de una promesa performativa en la que resuenan eslóganes de reivindicación. “Porque España permanece y prevalece callada y silente muchas veces, pero despierta y dispuesta a defenderse”. Abogan por el “protagonismo del pueblo”, por recuperar “el que han perdido durante 30 o 40 años”. El camino que marca su discurso es alcanzar “el protagonismo solo para España, para los españoles y para los intereses de nuestra nación”.

NEGACIÓN DE LA DIMENSIÓN TEMPORAL

Se niega la dimensión temporal se hace creer que “todo es posible enseñada”, que el milagro del cambio es realizable. Es una manera de movilizar la esperanza.

Charadeau (2009) indica que, generalmente, no se trata tanto de proponer una solución pragmática como de señalar acciones que a su vez obedecen a valores defendidos aparte. Es el caso de las medidas que proponen en relación con el caso de Cataluña, para el que afirman que “suspenderemos la autonomía” y conseguiremos alcanzar “cohesión territorial”, “disolución de los Mossos d'Esquadra y la integración de los leales en el Cuerpo Nacional de Policía”, “vamos a cerrar TV3”, “vamos a intervenir la Generalitat de Catalunya”.

En relación con los inmigrantes también se proponen medidas, al afirmar que “se expulsará inmediatamente a los que entren sin permiso en nuestra casa y se prohibirá cualquier tipo de ayuda social a la inmigración ilegal”, “y se terminará con ese efecto llamada de los que tiran de los impuestos de los españoles”.

Para resolver los problemas económicos suelen proponerse reducciones de impuestos para los particulares, “la mayor bajada de impuestos de la historia a todos, especialmente a las clases medias y a las clases más desfavorecidas”. Sin que estas medidas sean objeto de un cálculo presupuestario. Se trata de propuestas de difícil cumplimiento, ligadas a la ideología del partido y cuyo único objetivo es mantener vivo el interés de sus espectadores.

3.1.4. Sobre el hombre providencial

Abascal se presenta como un representante diferente de los demás o de sus predecesores. Muestra energía y fuerza de convicción. Pero también debe ser capaz de seducir a las multitudes, y esto sólo es posible, a pesar de todos los asesores de marketing político, dejando que se exprese lo profundo de su personalidad, ese algo irracional que se llama “carisma”.

3.1.4.1 Salvador

Vox se presenta como parte del pueblo y salvador de este. “Vox es solo un instrumento al servicio de España”, un país que tiene “a su Rey” y “tiene también a Vox”. Este partido se presenta como “la valentía y la claridad” que buscan los españoles.

“Aquí hay un partido que está mirando por encima de izquierdas y derechas y que ha puesto los intereses de la nación y de los españoles por encima de cualquier otra cosa”, y por ello, afirman que “la única garantía de una alternativa patriótica, de una alternativa nacional al frente popular de socialistas, comunistas y separatistas, se llama Vox”. Porque “solo Vox es capaz de garantizar una alternativa nacional para todos los españoles, que garantice la unidad nacional, la soberanía, las libertades, la defensa de la vida y de la propiedad privada”.

Se observa cómo manejan la proximidad y representación del pueblo, a través del establecimiento de una relación de confianza entre el pueblo y el líder del partido: “Habéis visto en Vox mucho más que un partido”.

Como indica Charadeau (2009), el líder debe demostrar no solamente que tiene energía, sino que está dotado de una fuerza y de una potencia capaz de subvertir el mundo y arrastrar multitudes. Con este objetivo,

su oratoria se caracteriza por arrebatos de protesta, fórmulas de choque o manejo de la ironía. Santiago Abascal grita “estoy aquí para luchar”, mostrando energía y fuerza, “nosotros sí queremos responder a Sánchez”, a lo que acompañan frases como “no vamos a permitir que los españoles vuelvan a tener miedo”, mostrándose como los salvadores del pueblo, con el que se sienten identificados. En definitiva, su objetivo es fascinar a su auditorio.

3.1.4.2. Espectadores del discurso

En los discursos analizados vemos una clara dicotomía entre el “ellos y el “nosotros”, es decir, el partido marca aquellos grupos a los que considera enemigos (ellos) y a quienes forman parte del ideal de Vox (nosotros). Siendo, por tanto, calificados negativamente los primeros y de forma positiva los segundos. El nosotros está conformado por España, a quien se personifica y para la que se exige respeto. Es más, Vox, en este caso a través de su líder, destaca el hecho de que “Vox es solo un instrumento al servicio de España”. España es identificada con la gente que vota a Vox y que comparte los valores con el partido, por eso se les define como “la España Viva”, siendo a los que se dirige.

“A las personas que padecieron la persecución del terrorismo, como él, como mi abuelo, como mi padre, como tantos miles de españoles”, “a los que han estado abandonados a merced del separatismo durante décadas”, se dirigen a “millones de españoles que no se sienten representados”, “personas que han mantenido la antorcha levantada”, “jóvenes comprometidos que tienen esperanza”, “nuestros compatriotas”.

Su discurso se destina a aquellos que se han sentido ignorados por el resto de los partidos, la “España que madruga” que considera que no se hace nada por ellos mientras se les exigen esfuerzos fiscales que se usan en gastos superfluos.

4. CONCLUSIONES

A través del estudio de los mensajes emitidos por Vox en diferentes intervenciones públicas, se ha extraído información relevante para establecer una serie de premisas básicas sobre la construcción de sus discursos,

todas ellas relacionadas con el uso de las emociones, concretamente del miedo, para mover a las masas.

Es necesario precisar que todos los partidos políticos trabajan para que el ciudadano se adhiera a su proyecto, para ello despliegan estrategias discursivas diversas, las cuales, atendiendo a Charaudeau, las orientan a la construcción de imágenes haciéndolas creíbles y a su vez atractivas a los ojos de la ciudadanía. También buscan conmover al ciudadano, recurren a la presentación de los valores para que se unan a ellos con entusiasmo. En los discursos se observa cómo tratan de probar que la situación actual es “desastrosa”, y en ella, el ciudadano es la primera víctima. Además, señalan al responsable del mal, reconociéndolo como su adversario. También anuncian qué solución se puede aportar, exaltando los valores del partido y su representante, y quién puede ser el salvador de esta situación; Vox se presenta como el Salvador de la sociedad.

Atendiendo a cuatro momentos discursivos, se ha observado en el análisis el uso que se hace del miedo, bien infundiéndolo o dándole solución:

A) VOX MUESTRA QUE LA SOCIEDAD VIVE UNA SITUACIÓN DE CRISIS Y EL CIUDADANO ES UNA VÍCTIMA

El discurso político de Vox, a través de su mayor representante, Santiago Abascal, emplea el miedo para controlar a las masas. Lo hacen a través de una serie de técnicas que pueden observarse en sus discursos, con el objetivo de crear un espíritu colectivo de guerra, muy conveniente para cualquiera que quiera tener un poder absoluto.

El fin último es crear en la sociedad lo que en psicología se conoce como “síndrome de indefensión”. De esta forma, vemos cómo Vox se muestra como su salvador, cambiará la lamentable situación en la que viven.

En el discurso de Vox se observan las técnicas que utilizan para la producción de este sentimiento en la sociedad. Estas estrategias para la construcción de miedo son: crear un clima de incertidumbre, tomar el control del lenguaje, usar datos etéreos, usar imágenes impactantes, involucrar a las personas en un grupo sectario, buscar anécdotas que

corrobores el sentimiento de miedo, utilizar frases humo aterradoras, crear un sentimiento de guerra, controlar la información y utilizar los medios de comunicación (como se cita en Morán, 2018).

B) VOX SEÑALA A LOS RESPONSABLES DEL MAL COMO SUS ADVERSARIOS

En los discursos se observa cómo Vox plantea que todo iría mejor si se aplicaran sus propuestas, para ello, denuncian acciones sin determinar a los causantes de estas. A la oposición se la describe sin autoridad, se les tacha de corruptos, cobardes y sin criterios.

Junto a estos elementos ideológicos, hay una gran capacidad para pulsar agravios y convertirlos en resentimiento y odio.

C) EL DISCURSO DE VOX SE CARACTERIZA POR LA EXALTACIÓN DE LOS VALORES DEL PARTIDO QUE DEFIENDE

Se utilizan de forma reiterada expresiones que exaltan los valores que el partido defiende. Como indica Charadeau (2009), se propone un proyecto de “idealidad social” en el cual se muestran valores que se supone representan el fundamento del vínculo que une a los miembros de una comunidad social. En relación con este hecho, en los discursos analizados se observa cómo hacen alusión a aquellos valores de la historia y tradiciones de España para encontrar en ellas lo más auténtico, lo más verdadero, lo más puro, con el fin de reconstruir una identidad perdida por la crisis social y la fuente del mal mencionada anteriormente.

Por tanto, el discurso de Vox se caracteriza por abusar de los elementos históricos, identitarios y culturales de España, siendo la temática de la identidad nacional una de las más utilizadas en sus discursos.

D) VOX SE ERIGE COMO SALVADOR DE LA SOCIEDAD

Tras analizar los discursos se observa cómo el líder de Vox, Santiago Abascal, se presenta como parte del pueblo y salvador de este. Comprobamos cómo manejan la proximidad y representación de la sociedad, tratando de establecer una relación de confianza entre la misma y el líder del partido.

Se detecta una tendencia a desarrollar cada vez más la estrategia discursiva de proximidad, declaran que escuchan al pueblo, apelando a una mayor participación ciudadana sobre un fondo de descrédito de la clase política y de las élites, consideradas demasiado distantes, frías e indiferentes a los sufrimientos del ciudadano, imagen alimentada además por los medios.

No obstante, en su discurso, Abascal muestra que esta voluntad de potencia no está al servicio de una ambición personal sino del interés general, del bien del pueblo. En consecuencia, se postula como el responsable de la identidad recuperada: ya sea salvador de la identidad popular o defensor de la identidad de las clases populares. El líder de Vox se presenta como el portador de un mensaje, mostrándose como el mediador entre el pueblo y aquello que defienden. En los discursos analizados anuncia amenazas, catástrofes potenciales o anuncia el advenimiento de un bienestar futuro, con expresiones como “es la hora de Vox”.

En definitiva, y haciendo alusión a estos cuatro momentos discursivos, observamos cómo Vox hace uso de las emociones en el discurso político con el propósito de captar adeptos. El miedo puede ser muy persuasivo y se utiliza en el discurso político como arma para controlar a las masas. El miedo generado por el poder puede dejar de ser una reacción a algo para convertirse en el nexo de las relaciones entre las personas, y puede lograr “cambios de reglas”. Para ello, usan una serie de tácticas que complementan esas acciones, tales como afirmaciones no falsificables, insinuaciones que no se concretan o generalizaciones a partir de hechos aislados.

Frente a la angustia identitaria, aparece un discurso que predica disciplina y autoridad, comenzando por priorizar la inseguridad de los individuos y luego prometiendo, complementariamente, el fin del “laxismo” político y la implementación de una política de seguridad en todos los sectores de la sociedad.

De esta forma, se demuestra que las emociones están presentes en la edificación del discurso político, ya que ellos tienen como objetivo prioritario ganar adeptos. El máximo representante de Vox lo empleó en sus discursos a través del uso de expresiones encaminadas a generar alarma

y conmover conciencias, la utilización de un léxico despectivo y la expresión de un futuro adverso. No debemos olvidar que, ante todas estas alusiones al miedo, Vox se establece como el partido que ha llegado para solucionar esta situación. Vox se erige como salvador a través de su discurso. Y es que el uso del miedo provoca miedo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anduiza, E. (6 de diciembre de 2018). El discurso de Vox. *Agenda Pública*.
- ÁVILA PARCET, A. & FULLANA RIVAS, M. A. (2016). El miedo en el cerebro humano, *Investigación y ciencia*, 78, 50-51. Recuperado de <https://bit.ly/2YDJ1t1>
- BERICAT, EDUARDO (2005). La cultura del horror en las sociedades avanzadas: de la sociedad centrípeta a la sociedad centrífuga. *Reis: Revista española de investigaciones sociológicas*, 110, 53-90. <https://doi.org/10.2307/40184683>
- CANEL, M. J. (2016). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica*. Madrid: Tecnos.
- COTRUFO, T. y UREÑA J.M. (2018). *El cerebro y las emociones: Sentir, pensar, decidir*. Barcelona: EMSE EDAPP, S.L.
- DEL REY MORATÓ, J. (2008). *Comunicación política, Internet y campañas electorales: De la teledemocracia a la ciberdemocracia*. Madrid: Tecnos.
- DEL REY MORATÓ, J. (1989). *La comunicación política: (el mito de las Izquierdas y Derechas)*. Madrid: Eudema.
- ECHEVERRY, P.A., & HERRERA, Á. M. (2005). La fotografía social como herramienta terapéutica para trabajo social. *Trabajo Social*, 7, 141-160
- GONZÁLEZ ENRÍQUEZ, C. (2017). La excepción española: el fracaso de los grupos de derecha populista pese al paro, la desigualdad y la inmigración. Real Instituto Elcano. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11632.56327>
- BERROCAL GONZALO, S. (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- GIL CALVO, E. (2003). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- JIMÉNEZ RODRÍGUEZ, M. (2017). La emoción como estrategia argumentativa en el mitin español. Identificación de actos de habla y análisis cuantitativo. *Discurso & Sociedad*, 11(4), 621- 641. Recuperado de <https://bit.ly/2Zimpxn>

- LEONE, M. (2015). El sentido político de los miedos. Una cara difusa del orden social y su desorden. *Apuntes de Investigación del CECYP*, 26, 203-209.
- LINDE-NAVAS, A. (2005). Reflexiones sobre los efectos de las imágenes de dolor, muerte y sufrimiento en los espectadores. *Comunicar*. (25). <https://doi.org/10.3916/C25-2005-076>
- La Rioja (30 de mayo de 2018). Manual del 'buen manipulador', según Luis Muiño. *La Rioja*. Recuperado de <https://bit.ly/3870Und>
- MARTÍN-BARBERO, J., (2012). La ciudad: entre medios y miedos. *Revista Universitaria*, 9, 1-12. Recuperado de <https://bit.ly/3dK7eIO>
- MORÁN SAN JUAN, L. (2018). *El relato del miedo en las noticias de televisión. Análisis de los informativos de TVE 1 y Telecinco*. Tesis doctoral. Universidad Complutense, Madrid.
- MUIÑO, L. (26/10/2012) Miedo, manual de uso. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://bit.ly/2A92JDn>
- PELLISSER, NEL-LO y PINEDA, ANTONIO (2014). Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y entretenimiento. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 2, 821-839. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47036
- PÉREZ, L. M. (2020). Análisis del discurso emocional de Donald Trump en la campaña electoral de 2016. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (47), 267-287. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i47.13>
- REYES MONTES, M. C., O' QUINN PARRALES, J. A., MORALES y GÓMEZ, J. M., & RODRÍGUEZ MANZANARES, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85-101. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=676/67618934007>
- RÍOS, F. (13 de febrero de 2020). Sindicato pidió cancelar la entrevista de Abascal en RTVE. *Cambio 16*. Recuperado de <https://bit.ly/3dDTqcm>
- TORTOSA BLASCO, J. M^a (2010). La incertidumbre como herramienta, *Temas para el debate*, N^o. 184 (marzo), 43-46.

VÁSCONEZ, BELÉN (2005). *La construcción social del miedo. Caso: Sucumbíos*. Quito, Universidad Andina Simón Bolívar. Abya-Yala.

WOLTON, D. (1989). Les médias, maillon faible de la communication politique. *Hermès*, 4. <https://doi.org/10.4267/2042/15407>

DISCURSOS ANALIZADOS

Discurso de Vox en Teatro Barceló (Madrid). Recuperado de:
<https://bit.ly/3eEXQkC>

Discurso de Vox en Colón (Barcelona). Recuperado de:
<https://bit.ly/2B5MIUU>

Discurso de Vox el Día de la Constitución (Barcelona). Recuperado de:
<https://bit.ly/2BOtqov>

Discurso de Vox en Fibes (Sevilla). Recuperado de: <https://bit.ly/385ro8t>

Discurso de Vox en las Rozas (Madrid). Recuperado de:
<https://bit.ly/2BLro2G>

Discurso de Vox en Valencia (Valencia). Recuperado de:
<https://bit.ly/2Bf5CTJ>

Discurso de Vox en Hospitalet de Llobregat (Barcelona). Recuperado de:
<https://bit.ly/2Zfi8KT>

Discurso de Vox en la manifestación DENAES (Madrid). Recuperado de:
<https://bit.ly/3g4ybC5>

Discurso de Vox en la cubierta de Leganés (Madrid). Recuperado de:
<https://bit.ly/3dKQcnD>

Discurso de Vox en el Acto de Vistalegre Plus Ultra (Madrid). Recuperado de: <https://bit.ly/2BH9sow>