

# TRABAJO FIN DE MÁSTER



## **Estrategia política antifeminista del partido Vox en *Twitter* desde el año 2016 hasta el 2021**

**Realizado por: Nieves Estévez Delgado**

**Tutora: Hada M. Sánchez Gonzales**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nieves Estévez Delgado', is located in the bottom left corner of the page.

**Curso 2020/2021**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Hada M. Sánchez Gonzales', is located in the bottom right corner of the page.  
*Hada Sánchez Gonzales*

## **RESUMEN:**

El presente estudio académico se centra en la estrategia política que el partido Vox ha llevado a cabo en su cuenta de *Twitter* desde el año 2016 hasta el 2021 en relación a los movimientos feministas del 8M en España. Ubicamos ideológicamente a Vox en la derecha radical, profundamente conservadora y reacia al movimiento feminista actual, que ha adquirido una enorme importancia social en los últimos años. Esta oposición a las manifestaciones del 8M y su relación de ideas de progreso con la izquierda española supone para Vox la adquisición de un lenguaje descortés y bronco con todo lo relacionado con la emancipación de la mujer en la sociedad actual.

*Palabras clave: movimiento feminista, estrategia política, Vox, Twitter, tweet, discurso, derecha radical.*

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	4
1.1 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.2 OBJETIVOS E HIPÓTESIS .....	7
1.3 METODOLOGÍA .....	8
2. MARCO TEÓRICO .....	11
2.1 Estrategia política.....	11
2.2 ¿Extrema derecha o derecha radical? .....	12
2.3 Ascenso del partido Vox en España.....	15
2.4 Vox en Twitter. ....	18
2.5 Breve repaso del feminismo en España.....	20
3. ANÁLISIS DEL CASO VOX EN TWITTER.....	23
3.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO.....	23
3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO.....	25
3.2.1 AÑO 2016 .....	25
3.2.2 AÑO 2017 .....	27
3.2.3 AÑO 2018 .....	30
3.2.4 AÑO 2019 .....	33
3.2.5 AÑO 2021 .....	36
3.2.6 Estrategias más utilizadas durante los cinco años analizados .....	39
3.2.7 Análisis comparativo entre los años analizados.....	40
4. DISCUSIÓN.....	42
5. CONCLUSIONES .....	45
6. BIBLIOGRAFÍA.....	48
7. ANEXO .....	51

## 1. INTRODUCCIÓN

En Europa, partidos denominados de ultraderecha o nueva extrema derecha como Amanecer Dorado en Grecia o el Frente Nacional en Francia ya preconizaban lo que, tarde o temprano, pasaría en España en esta última década. En el año 2018, alcanza repercusión política un partido situado más a la derecha del Partido Popular. Nos referimos a la formación política Vox.<sup>1</sup>

La voz principal de este partido, Santiago Abascal, es un claro protagonista en la actual política española y en medios de comunicación desde que en 2018 su partido consiguiera doce escaños en el Parlamento andaluz. En las elecciones generales del 10N en 2019, la formación alcanzó 52 escaños, cifra que lo convirtió en la tercera fuerza política del Congreso de los Diputados, adelantando a Ciudadanos y Podemos.<sup>2</sup>

Los ejes de su discurso se centran en la defensa férrea de la ley y el orden, la patria española como ente superior y el rechazo hacia la inmigración, el socialismo y todo lo que consideran como “progre”.

Este ascenso de una derecha conservadora y reaccionaria choca frontalmente con los cambios que se producen en la sociedad española actual. Una sociedad mucho más reivindicativa en cuanto a los derechos de la mujer y mucho menos tolerante hacia posturas machistas y dominantes. Esta nueva conciencia de la mujer como grupo social propugna el abandono de los roles históricos de género que superponen al hombre frente a la mujer y que han relegado a ésta última a una posición de desventaja. El reconocimiento de la mujer en la historia, el intento de acabar con la violencia de género mediante leyes y conciencia social, y las desigualdades en el salario son algunas de las reivindicaciones del feminismo en la actualidad.

Nos encontramos en estos últimos años con un mayor protagonismo del movimiento feminista mediante huelgas, manifestaciones y numerosa información que circula en Twitter, convertida en una red social masiva para la difusión de contenidos. El feminismo y los movimientos sociales de estos últimos años no son los únicos que se difunden masivamente por esta plataforma, pues los partidos políticos utilizan estas redes sociales como altavoz para sus discursos partidistas. Las campañas electorales en

---

<sup>1</sup> La extrema derecha emerge en Andalucía: Vox obtiene 12 diputados. (El País, 2018)

<sup>2</sup> Vox duplica escaños hasta los 52 y se alza como tercera fuerza. (EuropaPress, 2019)

Twitter, por tanto, se vuelven imprescindibles para el éxito de cualquier formación política.

Vox ha sabido plasmar en su cuenta de Twitter un discurso reaccionario contra estos movimientos feministas, tildándolos de ‘hembristas’ o ‘supremacistas’ y de querer instaurar una ‘dictadura de género’ que enfrentaría a hombres y mujeres.

En este trabajo de investigación comprobaremos cuáles son las estrategias usadas por Vox para instaurar este discurso partidista en una sociedad digitalizada y cada vez más formada en feminismo, tanto en el ámbito público como en el privado.

## **1.1 JUSTIFICACIÓN**

Este trabajo de investigación nace de la necesidad y el interés de estudiar y entrelazar tres elementos claves e importantes para la sociedad y la política actual como son los movimientos feministas, el auge de la extrema derecha y la importancia cada vez mayor de las redes sociales para la comunicación política. Para abordar estos temas nos hemos servido del ejemplo del partido político VOX en España y los mensajes que esta formación publica en *Twitter* sobre el movimiento feminista.

En primer lugar, nuestro estudio es el resultado de nuestro interés hacia las manifestaciones y luchas feministas actuales. Las revoluciones feministas de estos últimos años de las que hemos sido testigos han tenido una gran presencia en la agenda mediática de estos países que, según María Luisa Balaguer (2019), se explica por el cambio que experimenta el movimiento feminista desde el famoso #METOO en América y Europa, cuya conmemoración anual del 8 de marzo se traduce en manifestaciones multitudinarias convocadas por organizaciones feministas.

En España, un hito importante el auge de estos movimientos de reivindicación feminista es la sentencia en 2017 del juicio de ‘La Manada’ por un delito de abuso sexual que

“conmovió a la opinión pública y puso en tela de juicio el derecho penal en relación con los derechos de la mujer a su propio cuerpo” (Balaguer, 2019, pp. 19-42).

Frente a estos movimientos en pos de la igualdad formal y real de las mujeres, encontramos la irrupción e importancia en la política actual de ciertos partidos conservadores y de ideología derechista como la formación política Vox, que en España tiene representación política en las Instituciones desde las elecciones autonómicas de Andalucía en 2018, año en el que obtuvo 12 diputados y el 10,96% de votos en el Parlamento andaluz.<sup>3</sup>

Una de las grandes feministas del siglo XX, Simone de Beauvoir (1949), defendía una frase que explicaría el por qué de este trabajo de investigación y que llama la atención por la tremenda actualidad de la misma: *“No olvidéis jamás que bastará una crisis política, económica o religiosa para que los derechos de las mujeres vuelvan a ser cuestionados. Estos derechos nunca se dan por adquiridos, debéis permanecer vigilantes toda vuestra vida”*.

Atendiendo a las dificultades principales de la sociedad occidental actual, “la irrupción de una sociedad más competitiva y el mantenimiento de altas tasas de desempleo hacen que muchos individuos se sientan aislados y que afloren orientaciones autoritarias al sentirse atraídos por la promesa de la extrema derecha y los ultranacionalistas de proporcionar una nueva identidad colectiva, seguridad y soluciones sencillas a los grandes problemas” (Rodríguez Jiménez, 2006, pp. 87-99).

Estos nuevos partidos se encuadran en una extrema derecha que no se vincula, o que no pretende vincularse, con el fascismo del siglo XX, sino que se sitúa más bien en lo que se ha dado en llamar la ‘Nouvelle droite’ o ‘nueva extrema derecha’:

*Si un partido desarrolla una actitud antisistema y se relaciona en términos ideológicos con el pensamiento clásico de la extrema derecha (ultranacionalismo, antipluralismo, concepción autoritaria del orden social), pero sin establecer vínculos directos con el fascismo y sin realizar una crítica directa a la democracia como sistema político, quedaría adscrito a la tipología de nuevos partidos de extrema derecha. (Rodríguez Jiménez, 2006, pp. 87-99).*

---

<sup>3</sup> Resultados de las elecciones andaluzas: PSOE-A, 33 escaños; PP, 26; Cs, 21; Adelante Andalucía, 17, y Vox, 12 (Junta de Andalucía, 2018).

Se hace igualmente interesante entrelazar y abordar este tema dentro de un contexto de revolución cibernética donde las redes sociales son un factor decisivo y crucial para trasladar la información política a los ciudadanos de un país. Así pues, el impacto de *Twitter* en la Comunicación política es uno de los elementos y ejes fundamentales en los que se basa este trabajo de investigación. Según López Abellán (2012) “el impulso de las redes sociales ha supuesto un cambio en el modelo de comunicación a todos los niveles por la capacidad de participación e interacción de los usuarios”. Más concretamente, “*Twitter* es de entre todas las redes la que actualmente más relevancia ha adquirido entre la clase política: se ha convertido en uno de los mecanismos de comunicación más poderosos de la historia” (Piscitelli, 2011, citado en López Abellán, (2012), pp.69-84).

## **1.2 OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

Este trabajo fin de máster tiene como objeto de estudio la estrategia política en Twitter de la formación Vox sobre los contenidos enmarcados dentro del feminismo durante el período 2016-2021.

Igualmente, citaremos varios objetivos secundarios del presente estudio académico:

- Observar y explicar de manera clara las ideas con las que se identifica el partido Vox desde sus inicios en 2013.
- Consultar y reflexionar sobre la postura que mantiene la formación Vox en cuanto a los movimientos feministas actuales.
- Estudiar y comparar los temas de debate empleados por la formación Vox dentro del feminismo.
- Comparar los mensajes de Vox durante los años analizados para ver si los temas tratados dentro del feminismo y las estrategias políticas utilizadas cambian desde 2016 hasta 2021.

En base a los objetivos marcados, proponemos una serie de hipótesis con las que partimos en este trabajo académico y a raíz de las cuales hemos comenzado a investigar.

- La influencia del partido Vox en Twitter ha aumentado significativamente desde que obtiene representación en el Parlamento andaluz.
- Vox aumenta, desde 2016 hasta 2021, el ataque político y la acusación hacia organizaciones feministas y adversarios políticos.
- Vox procura, mediante su influencia en Twitter y las estrategias políticas empleadas, la demonización del movimiento feminista actual.
- La formación política de derecha radical Vox no arroja datos estadísticos en sus tweets sobre feminismo, sino que se basa en opiniones para fundamentar su discurso.

### **1.3 METODOLOGÍA**

El presente estudio analiza, de forma cuantitativa y cualitativa, la estrategia política de la cuenta @Vox\_es en *Twitter*. Según Flick (2015), la investigación cualitativa es un proyecto de indagación que utiliza el texto en lugar de los números y se interesa en las perspectivas de los participantes y en el conocimiento cotidiano referente a la cuestión estudiada. Los investigadores cualitativos toman parte cuando observan, es decir, no permanecen neutrales ante temas referentes a minorías étnicas, no privilegiados o víctimas de la migración.

En la investigación cuantitativa, el investigador mantiene una postura neutral, o de distanciamiento con respecto al objeto estudiado. Los datos que se extraen de esta investigación se consideran “tangibles, rigurosos y fidedignos. Dichos adjetivos

sugieren que estos datos poseen una precisión considerable, han sido recogidos a través de procedimientos sistemáticos y pueden ser fácilmente contrastados por otro investigador” (Bryman, 1988; citado en Ugalde y Balbastre, 2013, pp. 180-181).

En el presente estudio se dividen los *tweets* en diferentes tablas para, finalmente, sacar conclusiones correspondientes y compararlas. Incluiremos, entonces, los *tweets* que @vox\_es ha publicado entre los días 4 y 10 de marzo del período 2016-2021. No ha sido posible analizar el año 2020 debido a la ausencia total de *tweets* por parte de la formación entre el 4 y el 10 de marzo de ese año. La elección de las fechas corresponde a los días anteriores y posteriores al 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer. Para cada año se han analizado los diez *tweets* con mayor repercusión, es decir, aquellos que cuentan con una mayor interacción en la red social.

La primera parte corresponde al análisis cuantitativo, en el que se añaden en una tabla el número de *retweets* totales, los *likes* y los comentarios de cada publicación. En total analizamos cuantitativamente cincuenta *tweets* que se corresponden con el período 2016-2021. Con esto comprobamos la repercusión que tienen las publicaciones de Vox y su evolución durante estos cinco años.

La segunda parte corresponde al análisis cualitativo, en el que se analizan las estrategias políticas que suelen usar las formaciones políticas para cumplir sus objetivos electorales. Este análisis se divide en dos partes. En la primera de ellas observamos los temas tratados en las publicaciones. En la segunda, se muestran las diferentes estrategias comunicativas para observar qué *tweets* las cumplen. Por tanto, en esta segunda parte hacemos un recuento por años, mediante tablas, sobre cuáles son las estrategias más utilizadas.

Las estrategias políticas que se añaden a las tablas para comprobar las hipótesis centrales de este trabajo de investigación son una recopilación formulada por Catalina Fuentes (2020), entre las que se encuentran:

- Opinión en detrimento de información; generalización de grupos sociales: diferencias entre ‘buenos’ y ‘malos’; victimización de un grupo social; repetición constante de la información o palabras clave; uso de metáforas, ironía; utilización de la voz de otros para legitimar el discurso propio; estadísticas,

datos numéricos; acusación y descalificación (insulto); autoalabanza de la imagen propia.

Para mostrar de una manera más clara y dinámica los datos obtenidos gracias a las tablas, realizamos una serie de gráficos que comparan los cinco años de estudio. La comparación nos permitiría conocer mejor el objeto de estudio (Yepes y Molina, 2015). La comparación, asegura Francesc Raventós (1983, pp. 63-64) “tiene por finalidad el descubrimiento de las semejanzas, las diferencias y las diversas relaciones que puedan establecerse”.

El método comparativo, según Graciela Tonon (2011, p.11) “describe similitudes y disimilitudes, trabaja con el presente siendo su despliegue horizontal, comprara objetos que pertenecen al mismo género, se basa en el criterio de homogeneidad y por ende se diferencia de la mera comparación”.

Con anterioridad al análisis de estas estrategias comunicativas y su comparación, se ha procedido a una revisión bibliográfica sobre el ascenso político del partido político Vox, en el que se muestran los ejes de su discurso y las intenciones políticas de este reciente partido nacional. En uno de los apartados se explica, mediante citas de autores expertos sobre auge de la ultraderecha en Europa, cuál es la ideología en la que se debería incluir al partido Vox. En otro de los apartados se explica, igualmente, a qué nos referimos cuando hablamos de estrategia política, pues es el tema central de nuestro estudio, sin el cual no podríamos realizar este análisis. A raíz del conocimiento en profundidad de este partido político y su relación con las redes sociales, pasamos a explicar algunos hitos en la historia reciente del feminismo en España y así poder contextualizar de una manera más precisa nuestro Trabajo Fin de Máster.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Estrategia política

La palabra estrategia tiene su origen en las palabras griegas “stratos” y “agein”. La primera se refiere a ejército y la segunda significa “guía”. “Estrategos” proviene del latín y del antiguo dialecto griego dórico y significa “estratega”. El estratega era aquella persona encargada de dirigir o conducir al ejército en una guerra para imponer su hegemonía. Su función, igualmente, podía ser la de evitar la guerra a través de la negociación (Contreras Sierra, 2013).

Una estrategia, según Contreras Sierra (2013), no perdura en el tiempo y, al final, la competencia puede lograr descifrar esa estrategia y copiar esas mismas ideas. Es por eso que este autor afirma la necesidad de estar en continuo movimiento en relación a las ideas o pensamientos que constituyen estas estrategias.

*Twitter* se plantea como una plataforma de comunicación pública en la que los candidatos políticos tienen la oportunidad de compartir sus opiniones con los votantes y escuchar los comentarios de sus seguidores. En esta red social surge una nueva manera de hacer campañas estratégicas que permiten una mayor personalización de la política. A través de este estilo personal, los candidatos pueden compartir estratégicamente cualquier comentario incluso los que no están relacionados con la política (Zamora y Zurutuza, 2013).

Esta utilización de *Twitter* por parte de la esfera política para lanzar una serie de mensajes hace que los partidos políticos y las Instituciones desarrollen estrategias comunicativas en estos medios digitales para “rentabilizar su potencialidad comunicativa de forma complementaria a su gestión de medios tradicionales (prensa, televisión, radio)” (Larsson y Moe, 2012; citado en López-Rabadán, et al...; Doménech-Fabregat, López-Meri, 2016, p. 168).

Estas estrategias comunicativas han variado a lo largo de los años. En las campañas posmodernas (*postmodern campaigns*) de los años noventa encontramos una significativa importancia de la comunicación estratégica, el marketing y el estudio y fragmentación de la opinión pública. Atendiendo al cada vez mayor número de

indecisos, las campañas se centran en la persuasión para la movilización del voto (Filzmaier y Moreno Cabanillas, 2013).

En este mismo estudio sobre las ‘Campañas con estrategia’, Peter Filzmaier y Guadalupe Moreno (2013, pp. 42) hablan de un triángulo de la comunicación en términos de estrategia política:

- Identificación de los votantes a través de los medios de masas: “soy uno de vosotros”.
- Idealización del líder del partido, convirtiéndolo en el salvador de la nación.
- La proyección de cualidades negativas sobre los enemigos “ellos son los malos”.

## **2.2 ¿Extrema derecha o derecha radical?**

Actualmente, cuando pensamos en partidos ubicados en la derecha del centro político, a menudo se utilizan ciertas etiquetas que, en muchas ocasiones, pueden inducir a error. Hablamos de calificativos como “ultraderecha”, “extrema derecha”, “derecha populista” o “derecha radical”.

En este apartado intentaremos recopilar información suficiente para aclarar en qué lugar del espectro político situaremos al partido político Vox y, por tanto, cómo nos referiremos a la formación en este estudio.

Es a comienzos de la década de los ochenta cuando una nueva extrema derecha comienza a dar señales de vida. Después vendrá el crecimiento intermitente y la consolidación. “Detrás se encuentra un aparato ideológico inspirado en los planteamientos económicos de la derecha ultraliberal británica y norteamericana y en el modelo de sociedad diseñado por la nueva derecha francesa” (Rodríguez Jiménez, 2006, pp. 87-99).

Como sigue argumentando Rodríguez Jiménez (2006), esta nueva extrema derecha, representada por el Frente Nacional de Jean-Marie Le Pen, redirigió el ideario de la extrema derecha para hacer de la xenofobia el tema principal dentro de su programa electoral y, en segundo lugar, aceptó el sistema democrático para llegar al poder y consolidarse.

Autores como Carles Ferreira (2019, pp. 73-98), prefieren utilizar el término “derecha radical” para referirse a aquellos partidos que “no solo aceptan el juego democrático y electoral como medio de participación política, sino que la inmensa mayoría de ellos condenan explícitamente la violencia neofascista”.

Atendiendo a esto último, esta derecha radical se caracteriza por albergar una ideología nativista y autoritaria. Ambas condiciones son necesarias para que una organización política sea tildada de derecha radical (Ferreira, 2019).

El nativismo es una ideología que defiende a los miembros del grupo nativo “la nación” por encima de los elementos no-nativos que amenazan al Estado. Esta idea propugna una nación habitada únicamente por los miembros del grupo nativo. (Mudde, 2007); citado en (Ferreira, 2019).

El autoritarismo, por su parte, es la segunda característica imprescindible para definir a una formación política como derecha radical. Esta se puede definir como “la creencia en una sociedad estrictamente ordenada, donde las infracciones a la autoridad tienen que ser severamente castigadas” (Ibid:23, citado en Ferreira, 2019, pp.73-98).

Lenin Ibarra (2019), sostiene que estos partidos de derecha radical critican el estado decadente y corrupto en el que se encuentra la nación en el momento actual, provocada por la globalización, el multiculturalismo, los partidos tradicionales, el “establishment” y la “élite política”. Frente a ello, reivindican un pasado glorioso y mítico.

Con respecto a esta segregación o repulsa de ciertos grupos sociales, encontramos a partidos de derecha radical que, según Cas Mudde (2007), utilizan una política de identidad en la que distinguen entre “nosotros-ellos”. Es decir, para construir el ingruppo (“nosotros”) hay que construir el grupo externo (“ellos”).

“Aunque estos distintos enemigos puedan referirse a grupos reales existentes, las características de los grupos serán construcciones estereotipadas” (Mudde, 2007, p.65)

El principal enemigo interno compartido por todos los partidos populistas de derecha radical es “la élite”, una amalgama amplia e indeterminada de actores políticos, económicos y culturales. La élite nacional es criticada tanto en términos nativistas como populistas (Mudde, 2007).<sup>4</sup>

Con respecto a nuestro tema central, Cas Mudde (2007) afirma que, en los partidos de derecha populista radical, las mujeres no tienen por qué ser vistas exclusivamente como madres, sino que estos partidos incluyen una visión “tradicional moderna” en la que las mujeres trabajan o tienen carreras universitarias. No obstante, el objetivo principal de estas medidas de conciliación es proporcionar un clima favorable para que las mujeres sean madres y amas de casa.<sup>5</sup>

En cuanto a los movimientos feministas, las opiniones tampoco son siempre las mismas entre los partidos de derecha radical. Según explica Mudde (2007, p.94), algunos partidos rechazan todo lo relacionado con el feminismo y otros reconocen los logros de la primera ola del feminismo, como la igualdad en la educación o el voto, así como la mejora de condiciones de trabajo y derecho. A lo que se oponen estos partidos es a las feministas “extremistas” de la segunda ola, a las que considera marxistas y acusan de perseguir una “lucha de clases entre ambos sexos” basada en políticas anti-hombres.<sup>6</sup>

Atendiendo a lo expuesto con anterioridad, nos referiremos a la formación Vox como un partido político nacional de derecha radical debido a su aceptación del Estado democrático y a la presencia del nativismo y autoritarismo en su discurso.

---

<sup>4</sup> Traducido del inglés

<sup>5</sup> Traducido del inglés

<sup>6</sup> Traducido del inglés

## 2.3 Ascenso del partido Vox en España

Hablaremos del ascenso del partido Vox y sobre los ejes del discurso que lo han caracterizado hasta ahora. Tendremos en cuenta los hechos históricos que lo han llevado a tener tanto éxito como la exhumación de Franco, el independentismo catalán, la inmigración y, por supuesto, la oleada feminista de los últimos años.

Desde la Transición democrática la extrema derecha apenas tenía representatividad en la política española, sin duda una excepción con respecto a nuestros vecinos europeos. En los últimos años, y más concretamente desde 2018, una nueva derecha se abre camino en España representada por el partido político Vox (Álvarez-Benavides; Jiménez Aguilar, 2020, pp.55-78).

La entrada de Vox en el Parlamento andaluz la noche del 17 de noviembre de 2018 supuso un antes y un después para esta formación nacional. El incremento de su número de votantes en este momento con respecto a los anteriores comicios fue extraordinario, pues el partido pasó de no tener representación a obtener un total de doce diputados en el Gobierno de la Junta de Andalucía.<sup>7</sup>

En las anteriores elecciones al parlamento andaluz (2015), el partido obtuvo un 0,45% de los votos, mientras que, tan solo tres años más tarde en las Elecciones autonómicas en Andalucía de 2018, el porcentaje total fue del 10,97%<sup>8</sup>

Aunque su popularidad despegó desde 2018 con los citados resultados, tal y como anuncia Europa Press (2018), este partido de ideología derechista nació en diciembre de 2013. Su presidente actual, Santiago Abascal, nació en Bilbao y cursó estudios de Sociología en la Universidad de Deusto, aunque ha tenido una carrera profesional fundamentalmente centrada en la política. Abascal se afilió al Partido Popular (PP) con tan solo 18 años. No obstante “la continuación de la política de terrorismo” y “la actitud pasmada y pasmosa ante el desafío de los dirigentes separatistas” fueron dos de las razones por las que Abascal abandonaba el PP tras dos décadas de militancia

---

<sup>7</sup>Resultados de las elecciones andaluzas: PSOE-A, 33 escaños; PP, 26; Cs, 21; Adelante Andalucía, 17, y Vox, 12 (Parlamento de Andalucía, 2018).

<sup>8</sup> (Press, Vox: ¿Cuándo se fundó, cuáles han sido sus resultados en las elecciones, cuál es su programa?(Europa Press, 2018).

Vox ha sido la primera escisión derechista exitosa del PP (Casals, 2018). El partido de Abascal conoció entonces una radicalización que ha venido favorecida por varios factores. El primero ha sido el hecho de ejercer la acusación popular del proceso secesionista en el Tribunal supremo ante un PP que, según la formación de Vox, suponía una “derechita cobarde”, al no atreverse a enfrentar al independentismo catalán de una manera más “dura”. El segundo factor que favoreció al partido de Vox fue la propia exhumación de Franco, duramente criticada por este partido que se opone totalmente a la Ley de Memoria histórica (Casals, 2018).

En la página web oficial del partido Vox se presentan a ellos mismos como:

*“La voz de la España Viva. Un movimiento de extrema necesidad que nace para poner a las instituciones al servicio de los españoles, en contraste con el actual modelo que pone a los españoles al servicio de los políticos. VOX es el partido del sentido común, el que pone voz a lo que piensan millones de españoles en sus casas; el único que lucha contra la corrección política asfixiante. En VOX no les decimos a los españoles cómo tienen que pensar, hablar o sentir, les decimos a los medios y a los partidos que dejen de imponer sus creencias a la sociedad”. “Nuestro proyecto se resume en la defensa de España, de la familia y de la vida; en reducir el tamaño del Estado, garantizar la igualdad entre los españoles y expulsar al Gobierno de tu vida privada. Somos la España que no necesita mirar encuestas ni leerse un periódico para saber cuál es el discurso de moda. Nuestro discurso nace de nuestras convicciones, al margen de si éstas son más o menos populares. En definitiva, VOX es el partido de la España viva, libre y valiente”<sup>9</sup>*

Esta manera de presentarse y definirse que tiene el partido vislumbra totalmente lo que va a ser su discurso político en general. Un discurso, como argumentan, “sin complejos y sin correcciones políticas” y completamente en contra del derecho al aborto, al que relaciona con la acepción de “España Viva”. Vox “asimila la patria a un ente vivo que renace y pone la natalidad de forma implícita en el corazón de su mensaje” (Casals, 2019).

Además, en este discurso de presentación se observa claramente el neoliberalismo que caracteriza a la formación, pues apoyan totalmente la iniciativa privada, idea que vemos reflejada en la frase: “Nuestro proyecto se resume en reducir el tamaño del Estado y expulsar al Gobierno de tu vida privada”.

---

<sup>9</sup> ¿Qué es España? (Voxespaña.es, 2021).

Sin embargo, Vox ha evitado desde sus inicios posicionarse ideológicamente en la derecha radical. El líder de Vox, Santiago Abascal, aseguraba en el programa matinal de Ana Rosa Quintana que no le preocupan las etiquetas con las que puedan referirse a su partido. Abascal, en cambio, afirma que su interés es el de defender la unidad del país, añadiendo que “Vox es un partido de extrema necesidad para España” (Vanguardia, 2018)

No obstante, Iván Espinosa de los Monteros, número dos de Vox, reveló en una entrevista al periódico francés *L’Opinion*, que Vox se define como un partido “liberal-conservador, tradicional, con un programa moderado”, una etiqueta con la que competiría, precisamente, con el PP (El confidencial, 19 marzo 2019).

En relación a las medidas que el partido Vox pretende instaurar en España, encontramos las “100 medidas para la España Viva”, donde la formación política explica, punto por punto, cuáles son sus pretensiones para España. Centrándonos en nuestro tema central, el feminismo, Vox relega este asunto al apartado: “Vida y familia”, en el que propone:

“70. Derogación ley de violencia de género y de toda norma que discrimine a un sexo de otro. En su lugar, promulgar una ley de violencia intrafamiliar que proteja por igual a ancianos, hombres, mujeres y niños. Supresión de organismos feministas radicales subvencionados, persecución efectiva de denuncias falsas. Protección del menor en los procesos de divorcio”

*“71. Creación de un Ministerio de Familia. Promulgación de una ley orgánica de protección de la familia natural que la reconozca como institución anterior al Estado. Buscaremos la todavía lejana convergencia con la media europea en cuanto a prestaciones familiares”.*

*“72. Apoyo decidido a las familias numerosas y a la natalidad en general. Creación de cheques servicio que subvencionen parte de las necesidades familiares como los libros escolares, transporte público, etc. Establecer bonificaciones proporcionales al número de miembros de las familias en todo tipo de suministros básicos como luz o gas o el acceso a bienes culturales”.*

*“74. Tratar las bajas por enfermedad relacionadas con el embarazo como baja por maternidad, cero coste para la empresa”.*

*“75. Defensa de la vida desde la concepción hasta la muerte natural. Es fundamental que las mujeres con embarazo inesperado tengan información veraz, asistencia y alternativas. Reforma de la ley de adopción nacional”.*

“78. Ampliar el vigente permiso por maternidad a 180 días que se prolongaría a un año en el caso de hijos con discapacidad”.

“80. Prohibición de los vientres de alquiler y toda actividad que cosifique y utilice como producto de compra venta de los seres humanos”.

“81. Defensa de la custodia compartida como regla general y proteger el derecho de los menores a relacionarse con ambos progenitores y con sus abuelos”.<sup>10</sup>

“En junio de 2019 y con motivo de la aprobación de los presupuestos autonómicos de Andalucía, Vox logró que los socios de gobierno, Ciudadanos y Partido Popular, aceptasen la inclusión de la llamada “violencia intrafamiliar” en las partidas presupuestarias para 2020. En caso contrario, las cuentas andaluzas no podrían haber sido aprobadas ante el bloqueo inicial de Vox” (Luque Ortiz y Cano Alarcón, 2021, pp. 116-133).

## **2.4 Vox en Twitter.**

La plataforma *Twitter* ha revolucionado nuestra manera de comunicarnos y, por supuesto, ha cambiado la elaboración de mensajes de los candidatos políticos. *Twitter* “favorece la comunicación, el contacto directo y el diálogo con los ciudadanos” (Rodríguez y Ureña, 2011, p. 93).

Para los políticos, *Twitter* se ha convertido en un canal directo con el que llegar a los ciudadanos. Antes, si los políticos querían lanzar un mensaje, debían hacerlo a través de los medios de comunicación y, por tanto, este mensaje “debía ser recibido, interpretado y filtrado por los periodistas que decidían si finalmente era difundido. Las nuevas herramientas de comunicación permiten romper esas barreras y llegar a los ciudadanos directamente sin ningún tipo de filtro” (Rodríguez y Ureña, 2011, p. 94).

---

<sup>10</sup> 100 medidas urgentes de VOX para España (Voxespaña.es, 2018)

El objetivo de estos partidos se centra en “utilizar estas herramientas digitales para su propia comunicación institucional con los potenciales votantes, ofreciendo al mismo tiempo una apariencia de frescura, cercanía y contundencia” (Oleaque-Moreno, 2020, p. 46).

Según Ana Mancera y Ana Pano (2013), la principal característica de un *tweet* es su brevedad debido al número limitado de caracteres. En esta plataforma existe la necesidad de conectarse con otros usuarios. Así pues, la conexión entre personas se puede ver favorecida por el retuiteo (RT), la mención (@) y el uso del *hashtag*. Este último mecanismo “favorece la polifonía, ya que la adopción de esa palabra o palabras clave por parte de una comunidad de personas interesadas en ese tema vehicula distintas voces en torno al mismo” (Mancera y Padano, 2013, p. 66).

El partido político Vox, al igual que los principales partidos en España, se mueve con total solvencia en las redes sociales. Podemos afirmar que esta formación ha encontrado en estos nuevos espacios comunicativos un arma capaz de llegar a todos los sectores de la sociedad, en especial hacia la población más joven, mucho más presente en redes sociales.

Vox cuenta con 442,9 mil seguidores en su cuenta de *Twitter* a fecha de junio de 2021, un número bastante elevado si tenemos en cuenta que este partido tiene representación en el Congreso de los Diputados desde hace tan solo dos años.

Tal y como apuntan Luque Ortiz y Cano Alarcón (2021, pp.116-133), hasta la irrupción de Vox, Podemos fue el partido que lideró una campaña política exitosa en *Twitter*. En la actualidad, aseguran que Vox ha igualado a Podemos en cuanto a su actividad en redes sociales, siendo el partido derechista el más buscado en Google. Sin ninguna duda, afirman, Vox ha sido “la formación que mejor ha sabido usar las redes para crecer y llegar a la ciudadanía”.

La razón de este hecho, y del éxito de Vox, está en asesores como Steve Bannon, exvicepresidente y fundador de Cambridge Analytica y jefe de campaña de Trump. Rafael Bardají, miembro del Comité Ejecutivo Nacional de Vox, se ha reunido varias veces con Bannon. Las estrategias empleadas consisten en utilizar el mismo lenguaje que los segmentos de la población a los que se dirige su discurso, además del uso de

*hashtags* o etiquetas que en ese momento son tendencia y despiertan interés (Cea, 2019; citado en Aladro Vico y Requeijo Rey, 2020).

Desde Jair Bolsonaro en Brasil a Matteo Salvini en Italia, Steve Bannon ha asesorado a todo partido de extrema derecha que se le ha acercado a pedir consejo. (El Independiente, 2019).

Una de las principales líneas discursivas de Steve Bannon que se plasmó en la campaña electoral de Donald Trump es el mensaje anti-establishment y el posicionamiento como outsider con un mensaje antiinmigración, patriótico, antifeminista e islamófobo (Pérez Curiel y Limón Naharro, 2019; Rachman y Yunianti, 2017; citado en Hernández Conde y Fernández García, 2019, pp. 33-53).

## **2.5 Breve repaso del feminismo en España**

El feminismo, como precisa Justa Montero (2006), es un movimiento plural y crítico; de ideas, denuncia y reivindicación. El feminismo no es un movimiento dogmático, ni un proceso acabado. Se trata de un movimiento social crítico en constante confrontación y diálogo con la realidad social y con su propia evolución interna.

En el artículo “Feminismo: historia y corrientes”, Susana Gamba (2008:2) nos proporciona la siguiente definición:

*El feminismo es un sistema de ideas que, a partir del estudio y análisis de la condición de la mujer en todos los órdenes –familia, educación, política, trabajo- pretende transformar las relaciones basadas en la asimetría y opresión sexual, mediante una acción movilizadora. Este feminismo propugna un cambio en las relaciones sociales que conduzca a la liberación de la mujer –y también del varón- a través de eliminar las jerarquías y desigualdades entre los sexos.*

La reivindicación feminista no es algo actual, sino que lleva produciéndose a lo largo de la historia, debido a la posición vulnerable que han sufrido millones de mujeres en el mundo durante siglos. Siempre ha existido la lucha de mujeres que veían mermados sus derechos con respecto al hombre.

Sin embargo, tal y como explican Prudencia Gutiérrez y María Rosa Luengo (2011), los movimientos feministas organizados tienen lugar durante los siglos XIX y XX. El feminismo moderno tiene sus raíces en la Revolución Francesa (1789). Este feminismo moderno consigue la mejora de la legislación sobre el matrimonio, la educación y la participación en el gobierno.

Sin embargo, “a pesar de las sucesivas revoluciones liberales y democráticas del siglo XIX, los derechos de las mujeres siguieron sin verse reconocidos hasta bien entrado el siglo XX” (Bonilla Vélez, 2009, p. 203).

En España, nos tenemos que remontar a la Segunda República española (1931-1939), en la que el “feminismo en el país alcanzó una mayor visibilidad”. (Castillo Jara, Marchena Montalvo, Quiliche Arévalo, 2019, pp. 22-46). Fue durante ese período en el que “las mujeres obtuvieron escaños como diputadas en el Parlamento; conquistaron el derecho al voto; se legalizaron el matrimonio civil y el divorcio, y asumieron cargos de responsabilidad pública” (Álvarez-Uría, 2013, pp. 629-646).

La posterior Guerra Civil española (1936-1939) y la consolidación del régimen franquista en España significaron un retroceso para los derechos y aspiraciones que las mujeres habían comenzado en la Segunda República. Este idea de progreso, como afirman Castillo Jara, Marchena Montalvo y Quiliche Arévalo (2019, pp.22-46), chocaba fuertemente con el gobierno de Franco, influenciado por la Iglesia Católica y defensor del modelo tradicional de familia donde las mujeres eran exclusivamente madres y amas de casa. Este régimen dictatorial consideró estos grupos feministas como subversivos y como síntoma de la decadencia moral de la sociedad española.

Con la llegada de la democracia al país, en 1975, se abre las puertas a un cambio social en el que las mujeres volvieron a ver recuperados ciertos derechos a nivel jurídico y social perdidos durante los cuarenta años de dictadura, entre los que se encuentran “la derogación en 1978 y 1981 de los delitos de adulterio, métodos anticonceptivos, igualdad laboral y social de ambos sexos, igualdad en el matrimonio, matrimonio civil y divorcio. Ya solo quedaba el espinoso tema del aborto” (Fiscer Lamelas, 2013).

A partir de 1985, el aborto se despenalizó en tres supuestos: violación, riesgo para la salud física y psíquica de la madre y malformación del feto. No fue hasta 2010 con el gobierno del PSOE cuando se permitió el aborto libre las 14 primeras semanas de embarazo.

Con el cambio de gobierno en las elecciones de 2011, el Partido Popular informó en 2013 sobre una reforma de la ley del aborto mucho más restrictiva. Ante la gran controversia que causó el

anuncio de la nueva medida y la falta de consenso, Rajoy anunció la retirada del anteproyecto de ley (RTVE, febrero 2015).

En estos últimos años, que coinciden con los años analizados en este trabajo, comprobamos un aumento en las reivindicaciones de las mujeres para lograr una mayor protección jurídica y la igualdad real entre hombres y mujeres en términos laborales y sociales.

Antes del 8 de marzo de 2018, las manifestaciones, como sostiene Luisa Balaguer (2019, pp.19-42), “habían sido discretas”. Esta autora sostiene que el 8 de marzo de 2018 marca un antes y un después en las manifestaciones feministas, alimentadas por un clima que viene de Estados Unidos, donde estalla un escándalo de acoso sexual en el ámbito del cine. En *Twitter*, se adopta el *hashtag* #MeToo en claro apoyo a las mujeres, un intento de sororidad entre todas frente a actitudes machistas.

En España ocurre un episodio particular que va a condicionar tanto la huelga del 8 de marzo como las manifestaciones: el caso de La Manada. La resolución del juicio que se dio a conocer ese mismo año generó un clima de controversia y oposición en la opinión pública por, entre otras cuestiones, tildar como ‘abuso sexual’ un delito que consideraban ‘violación’, y cuya diferencia resulta significativa en relación a la pena de cárcel para los componentes de La Manada.

A partir de este año, tal y como señala Luisa Balaguer (2019), la idea de feminismo se generaliza en España y este movimiento comienza a universalizarse hasta conseguir unir a todos los feminismos para pedir reivindicaciones comunes.

La sociedad actual sigue presentando desigualdades entre mujeres y hombres, por lo que la lucha a lo largo de los siglos “no ha sido suficiente para cambiar estructuras sociales patriarcales y androcéntricas que determinan su funcionamiento” (Gutiérrez Esteban y Luengo González, 2011, pp. 335-351), “habrá que esperar todavía muchos años para legitimar el discurso feminista en términos de aceptación social” (Balaguer, 2019, pp. 19-42).

### 3. ANÁLISIS DEL CASO VOX EN TWITTER

#### 3.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO

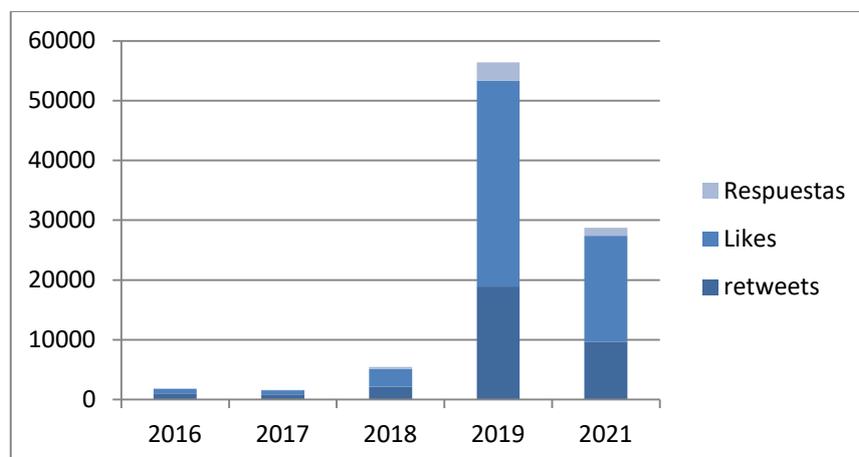
Hemos analizado un total de 50 *tweets* de la cuenta de @vox\_es durante el período 4-10 de marzo de 2016, 2017, 2018, 2019 y 2021. Para cada año hemos analizado los diez *tweets* con mayor interacción.

**Tabla 1:**

Fecha	Retweets	Likes	Comentarios	Total
2016	1.052	749	92	1.893
2017	862	725	30	1.617
2018	2.164	2.998	286	5.448
2019	18.900	34.449	3.024	56.373
2021	9.671	17.738	1.356	28.765

En este primer gráfico observamos la evolución que experimentan los *likes*, los *retweets* y las respuestas de los *tweets* de la cuenta @vox\_es en *Twitter*.

**Gráfico 1:**



*Fuente: elaboración propia*

Comprobamos que durante los años 2016 y 2017, Vox apenas obtenía repercusión significativa en la red social. En el primer año analizado la cuenta obtuvo un total de 1893 interacciones. En 2017, este número incluso disminuye, con 1617 interacciones totales de los *tweets* analizados ese año.

Este número se incrementa levemente en 2018, con un total de 5448 interacciones totales. Este aumento de la repercusión en *Twitter* coincide con la magnitud de la movilización feminista del año 2018 que avanzábamos en el marco teórico.

En el año 2019, la cuenta @vox\_es experimenta un cambio radical con respecto al impacto de sus *tweets*. Así, los diez *tweets* analizados de este año suman un total de 56.373 interacciones. Este aumento drástico coincide con la irrupción del partido Vox en el parlamento andaluz, su cada vez mayor presencia mediática en medios de comunicación y la importancia del feminismo en el debate político de ese año.

Del 2019 saltamos directamente al año 2021, pues durante el período 4-10 de marzo de 2020, Vox no cuenta con *tweets* en su perfil, por lo que se hace imposible observar y obtener conclusiones respecto a ese año.

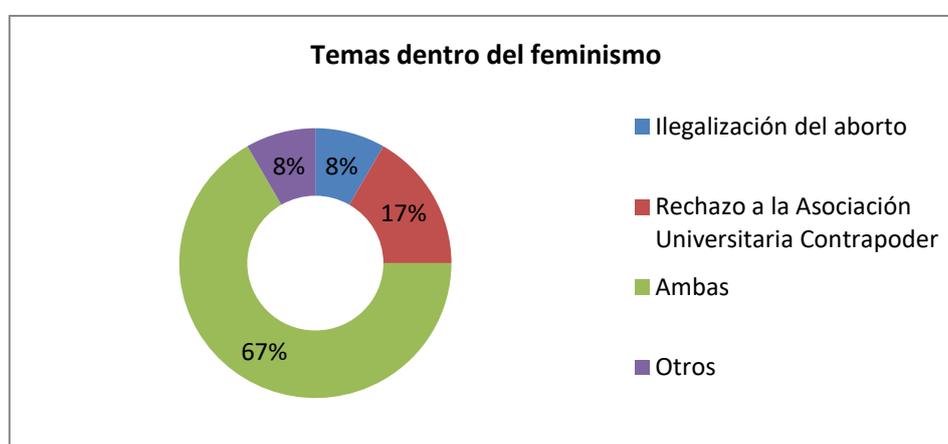
Por tanto, en 2021, el partido político Vox vuelve a descender su popularidad en *Twitter* en relación a los *tweets* observados sobre feminismo. Así, los mensajes analizados cuentan con 28765 interacciones totales, casi la mitad menos de repercusión que en el año 2019.

## 3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO

### 3.2.1 AÑO 2016

- En el presente gráfico presentamos los temas más recurrentes de la cuenta @vox\_es en Twitter durante el año 2016 en relación al feminismo.

Gráfico 2:



*Fuente: elaboración propia*

Como observamos en el gráfico, los temas imperantes durante esta semana se centran completamente en el rechazo a las manifestaciones de colectivos feministas y la ilegalización del aborto. Así, de entre los diez *tweets* analizados, ocho de ellos incluyen estos dos temas de los que hablamos. Uno de ellos solo informa sobre defensa de la vida del partido VOX y el último homenaja a ciertas mujeres ligadas a la religión.

- En esta segunda tabla comenzamos la recopilación de datos sobre los *tweets* de la cuenta @vox\_es. Con la frecuencia nos referimos a los *tweets*, incluidos en el anexo, que cumplen dichas estrategias políticas. En la columna de la derecha sumamos los *tweets* para ver con claridad qué estrategias políticas se repiten más.

Tabla 2:

<b>Estrategias políticas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>
<b>Generalización de colectivos</b>	4, 5, 6	3
<b>Opinión en detrimento de información</b>	1, 2, 4,6, 7,	5
<b>Diferencias entre ‘buenos’ y ‘malos’</b>	1, 3, 4, 6, 7,	5
<b>uso de la emoción</b>	10,	1
<b>Victimización de un grupo social</b>	1, 3, 6, 7, 8, 10,	6
<b>Uso de metáforas, ironía</b>		0
<b>Repetición constante</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7,8,9	9
<b>Utilización de la voz de otros para legitimar el discurso</b>		0
<b>Estadísticas, datos numéricos</b>		0
<b>Acusación, descalificación</b>	4, 6, 7,	3
<b>Autoalabanza de la imagen propia</b>	1,3, 4, 5, 7,	5
<b>Cercanía, empatía</b>	3, 5, 10, 7,	4

Entrando de lleno en la estrategia política, la más utilizada en el año 2016 es la ‘repetición constante’, debido a estructuras similares en los *tweets*, con ideas, palabras, fotografías o utilización de *hashtag* como #SíalaVida o #MásVida en cada uno de los *tweets*. A esta estrategia le sigue la ‘victimización de un grupo social’. En este caso, las víctimas serían los miembros de Vox que se trasladaron a la Universidad Complutense de Madrid para defender, según ellos “la vida y la libertad ideológica” y que se

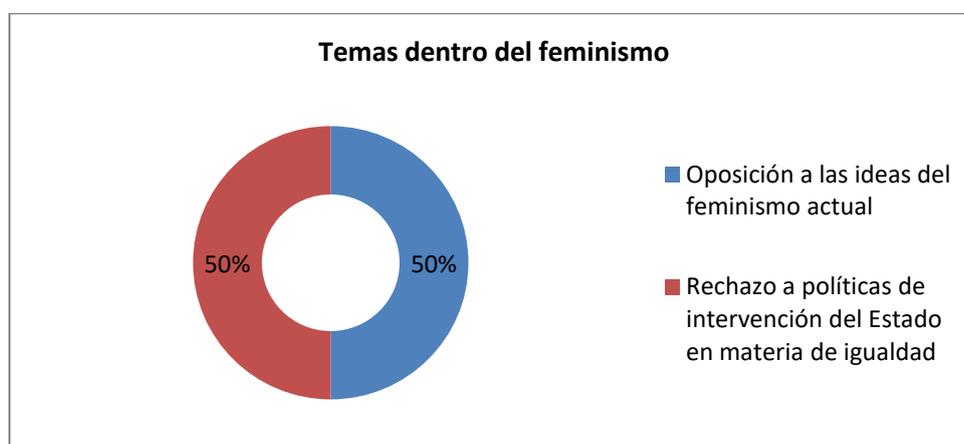
encontraron con la oposición de los miembros de la Asociación Universitaria Contrapoder. Esta última estrategia da paso a la siguiente más utilizada, la ‘diferencia entre buenos y malos’. Como hemos avanzado con la anterior estrategia, los buenos, por tanto, serían las personas que defienden la ilegalización del aborto y los malos serían los que se mostraron contrarios al aborto en la Universidad Complutense de Madrid. Esto último se percibe claramente en base a un lenguaje negativo para los miembros del ‘extragrupo’ y un lenguaje positivo para todo lo relacionado y afín al partido Vox. Así pues, encontramos palabras negativas como ‘intimidar’, ‘boicot’, ‘miedo’, ‘imposición’, ‘callar’, ‘ataque’, ‘gritos’. Por el contrario, para referirse a los miembros de Vox, se utilizan palabras como ‘defender’, ‘libertad’, ‘vida’, ‘apoyar’, ‘valientes’, ‘ideales’.

Por otro lado, las estrategias políticas que no observamos en ninguno de estos diez *tweets* son: el uso de ironía o metáforas, la utilización de la voz de otros para legitimar el discurso y datos estadísticos para dar credibilidad a la información.

### 3.2.2 AÑO 2017

El segundo año analizado es el 2017, período en el que detectamos dos temas repetidos con mayor frecuencia entre los diez *tweets* examinados.

Gráfico 3:



*Fuente: elaboración propia*

Uno de los dos temas recurrentes observados durante el año 2017 se basa en la oposición a la corriente feminista actual que, según Vox, “enfrenta a hombres y mujeres”. Por tanto, en cinco de los diez *tweets* encontramos un rechazo al movimiento feminista. En los otros cinco restantes encontramos el rechazo a las políticas feministas Institucionalizadas, es decir, Vox se opone en estos cinco *tweets* a toda intervención del Estado en materia de igualdad.

- En la tabla número 3 atendemos los diez *tweets* con más repercusión durante el 4 y el 10 de marzo de 2017.

Tabla 3:

<b>Estrategias políticas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total de tweets</b>
<b>Generalización de colectivos</b>	2	1
<b>Opinión en detrimento de información</b>	1, 2, 4, 5, 7, 8, 10	7
<b>Diferencias entre ‘buenos’ y ‘malos’</b>	1, 2,3, 4, 5, 6,	6
<b>Uso de la emoción</b>		0
<b>Victimización de un grupo social</b>	1, 2,	2
<b>Repetición constante</b>	1, 2, 3, 4,5,6, 7, 8, 9,10	10
<b>Uso de metáforas, ironía</b>		0
<b>Utilización de la voz de otros para legitimar el discurso</b>	2, 3, 4	3
<b>Estadísticas, datos numéricos</b>		0
<b>Acusación y descalificación</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8,	7
<b>Autoalabanza de la imagen propia</b>	1, 3,4, 5, 7, 8,	6
<b>Cercanía, empatía</b>		0

Durante el año 2017, la estrategia política más utilizada entre los *tweets* analizados fue la ‘repetición constante’. Se repiten estructuras similares, pues casi todas las publicaciones contienen vídeos en el que mujeres anónimas argumentan por qué no están de acuerdo con el feminismo. En todos los *tweets* se incluyen *hashtag* repetidos como #Womensday , #NosRebelamos y #ProgramaVox. Además, se utiliza un vocabulario muy parecido en cada una de las publicaciones que da paso a las siguientes estrategias más utilizadas: la ‘acusación y descalificación’ y la ‘opinión en detrimento de información’. Así, el partido Vox acusa a las feministas y las leyes jurídicas orientadas a la igualdad de género de ‘crear una guerra entre hombres y mujeres’, ‘crear una imposición ideológica de género’ y ‘crear una dictadura de género’.

Por otra parte, observamos que en seis de los diez *tweets* analizados se utilizan las estrategias políticas de ‘autoalabanza de la imagen propia’ y, una vez más, ‘diferencias entre buenos y malos’. Lo observamos mediante el lenguaje utilizado, pues alaba a las mujeres que tienen unas ideas próximas a las del partido Vox y critica todo lo que tiene relación con la corriente de feminismo actual. A los ‘buenos’ se les otorga palabras como: ‘madre’, ‘trabajo’, ‘estudios’, ‘familia’, ‘apoyo’, ‘educar’, ‘libertad’, ‘defender’, ‘derechos’, ‘conciliación’, ‘igualdad’. Por el contrario, utiliza palabras para referirse al feminismo actual como: ‘enfrentada’, ‘radicales’, ‘guerra’, ‘inquisición de género’, ‘cuotas’, ‘imposición’, ‘ideología’, ‘dictadura’, ‘débil’, ‘degradante’.

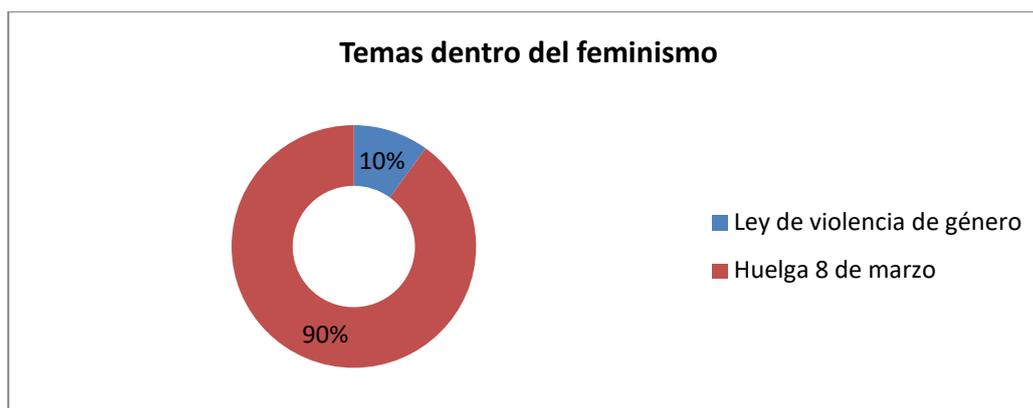
En estos *tweets* de 2017 hemos encontrado tres en los que se utiliza la voz de mujeres que, en principio, no tienen un cargo político en Vox, para legitimar el discurso propio. Estas mujeres defienden compaginar el ser madres con el ámbito laboral y todo ello gracias a la meritocracia, no al Estado ni a organizaciones feministas. Afirman, además, que el feminismo no las representa.

Observamos igualmente la generalización de colectivos en uno de los *tweets* analizados, pues se habla de ‘feministas radicales’ para señalar al movimiento feminista actual. Por último, afirmamos que se comienza a victimizar a hombres e hijos, ya que se habla de ‘enfrentamiento’ y ‘guerra’ contra ellos.

### 3.2.3 AÑO 2018

- Estudiamos los asuntos más reiterativos sobre feminismo entre los diez tweets de Vox examinados durante el año 2018.

Gráfico 4:



*Fuente: elaboración propia*

En 2018 encontramos casi un “monotema” dentro de los diez *tweets* analizados. En nueve de entre los diez *tweets* se habla sobre la huelga del 8 de marzo. El partido Vox se muestra en estos nueve *tweets* totalmente contrario a participar en la huelga. Este cambio en el tema central coincide con la magnitud que adquiere en 2018 la manifestación feminista del 8 de marzo en España que advertíamos en el marco teórico.

Con respecto al único *tweet* en el que no se habla explícitamente de la huelga feminista, se alude a la ley de violencia de género con el propósito de criticar dicha ley. No obstante, y aunque no se hable de la huelga feminista en este *tweet*, se incluye el *hashtag* #8MaLaHuelga.

- En la tabla número cuatro relacionamos la frecuencia con la que la formación política Vox utiliza las presentes estrategias políticas en Twitter durante el año 2018.

Tabla 4:

<b>Estrategias políticas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total de tweets</b>
<b>Generalización de colectivos</b>	2, 3, 4, 5, 7, 10	5
<b>Opinión en detrimento de información</b>	1, 2, 3, 4, 5,6, 7, 8, 9, 10	10
<b>Diferencias entre ‘buenos’ y ‘malos’</b>	3, 4, 5,6, 8, 10	6
<b>uso de la emoción</b>		0
<b>Victimización de un grupo social</b>	2, 4, 5, 7,	4
<b>Repetición constante</b>	3, 4, 5, 6, 8,10	6
<b>Uso de metáforas, ironía</b>		0
<b>Utilización de la voz de otros para legitimar el discurso</b>	4,	1
<b>Estadísticas, datos numéricos</b>		0
<b>Acusación y descalificación</b>	2,3, 4, 5, 7,10	6
<b>Autoalabanza de la imagen propia</b>	3, 4,6, 8, 10	6
<b>Cercanía, empatía</b>		0

Entre las estrategias políticas mayormente empleadas en 2018 por la formación Vox encontramos la ‘opinión en detrimento de la información’. Todos los *tweets* analizados se basan en opiniones de distintas personas afines al partido en las que se da una

información sesgada de la realidad. El mayor ejemplo de esta estrategia se halla en el *tweet* número 10, en el que, tras un 8 de marzo histórico en España, con millones de personas manifestándose a favor del feminismo, Vox publicó un *tweet* en el que se puede leer textualmente: “La huelga ha fracasado”.

En segundo lugar, seis de los diez *tweets* analizados cumplen las siguientes estrategias políticas: ‘diferencias entre buenos y malos’, ‘repetición constante’, ‘acusación y descalificación’ y ‘autoalabanza de la imagen propia’. Comprobamos que se repiten estas estrategias por el lenguaje utilizado en cada *tweet*, pues se atribuyen palabras peyorativas a la huelga y todo lo que tiene relación con el feminismo. En cambio, se alaba a las mujeres que se identifican con el partido Vox o, simplemente, que están en contra del feminismo. Así pues, se divide a las mujeres en ‘mujeres reales’ y ‘actuales feministas’. Además, encontramos todo un vocabulario peyorativo hacia las ‘actuales feministas’, identificándolas con palabras como ‘discriminación’, ‘denigrar’, ‘fracaso’, ‘enfrentar’, ‘destruccion’, ‘dictadura’, ‘ideología’, ‘imponer’, ‘muerte civil’, ‘doctrina’, ‘inferior’, ‘privilegios’, ‘subvencionadas’. Por el contrario, se dirigen a las ‘mujeres reales’ y a todo lo que tiene relación con el partido como: ‘libertad’, ‘calidad de vida’, ‘madrugar’, ‘estudiar’ y ‘trabajar’.

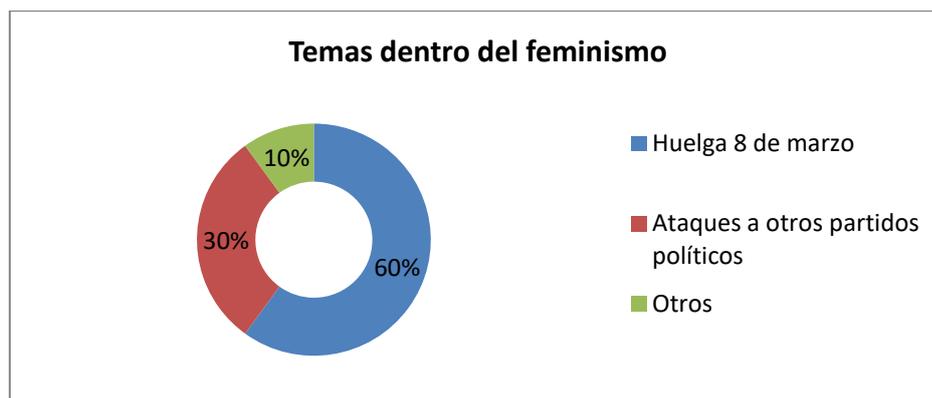
En relación con la estrategia de victimización de un grupo social, encontramos que en cuatro de los diez *tweets* analizamos se victimiza a todas las mujeres pues, según este partido, el feminismo las ‘denigra’ y ‘decreta la muerte civil’ a todo el que se desmarca de ese pensamiento.

Por último, no encontramos en ninguno de los *tweets* analizados las estrategias de ‘uso de la emoción’, ‘uso de metáforas’, o ‘datos numéricos’.

### 3.2.4 AÑO 2019

- Distinguimos en este año 2019 las cuestiones más frecuentes con respecto al feminismo.

Gráfico 5:



Fuente: elaboración propia

En 2019 encontramos dos temas principales en cuanto a feminismo, la huelga del 8 de marzo y los ataques a otros partidos políticos. Encontramos seis *tweets* que se oponen a la huelga del 8 de marzo, con frases como “las mujeres de la #EspañaViva rompen con la huelga de las feministas supremacistas”, y tres en los que se ataca a los demás partidos políticos, con frases como “Carmen Calvo pretende que hombres y mujeres sean desiguales ante la ley”.

- En la quinta tabla realizada para este estudio, agrupamos la frecuencia y el total de *tweets* de 2019 que se corresponden con las siguientes estrategias políticas.

Tabla 5:

<b>Estrategias políticas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total de tweets</b>
<b>Generalización de colectivos</b>	1, 2, 4, 5, 8,	5
<b>Opinión en detrimento de información</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
<b>Diferencias entre ‘buenos’ y ‘malos’ uso de la emoción</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
<b>Victimización de un grupo social</b>	1, 3, 4, 5, 9,	5
<b>Repetición constante</b>	1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 10	8
<b>Uso de metáforas, ironía</b>	7, 10	2
<b>Utilización de la voz de otros para legitimar el discurso</b>	3,	1
<b>Estadísticas, datos numéricos</b>		0
<b>Acusación y descalificación</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
<b>Autoalabanza de la imagen propia</b>	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 10	8
<b>Cercanía, empatía</b>		0

Analizando los *tweets* del año 2019 nos percatamos de un aumento de las estrategias políticas más utilizadas en años anteriores. Encontramos hasta tres estrategias que se repiten en diez de los diez *tweets* analizados. Nos referimos a la ‘opinión en detrimento de información’, ‘diferencias entre buenos y malos’ y ‘acusación y descalificación’. Afirmamos que todos los *tweets* contienen estas tres estrategias atendiendo al lenguaje

que, en este año 2019, se vuelve aún más agresivo. En todos los *tweets* observamos rasgos de opinión con palabras como: ‘creemos’, ‘quiero’, ‘siento’.

En cuanto a la diferenciación de grupos sociales, nos percatamos aquí una clara división entre lo que llaman “la España Viva” y los partidos políticos y lobbies que, según Vos, estarían detrás del “feminismo supremacista”. Por tanto, aquí encontramos el eje fundamental de la estrategia en Vox para el año 2019.

Una división que vemos gracias al lenguaje utilizado para cada una de las partes que intentan diferenciar. Por tanto, a la “España Viva” se le atribuyen palabras como ‘actuar’, ‘ganar’, ‘trabajando’, ‘orgullosa’, ‘lucharon’, ‘plantar cara’, ‘defender’, ‘verdadera libertad’. En cambio, para el movimiento feminista y los partidos políticos que lo apoyan se refieren etiquetas negativas como: ‘escondidos’, ‘pantomima subvencionada’, ‘feminismo supremacista’, ‘minoría de aprovechados’, ‘lobbies’, ‘enfermizo’, ‘castigar’, ‘locura’, ‘utilizar’, ‘equivocados’, ‘enfrentar’, ‘loca’, ‘ridículo’, ‘insultar’, ‘desiguales’, ‘totalitarismo’ ‘ideología’, ‘derechita cobarde’, ‘incapaz’, ‘veleta naranja’.

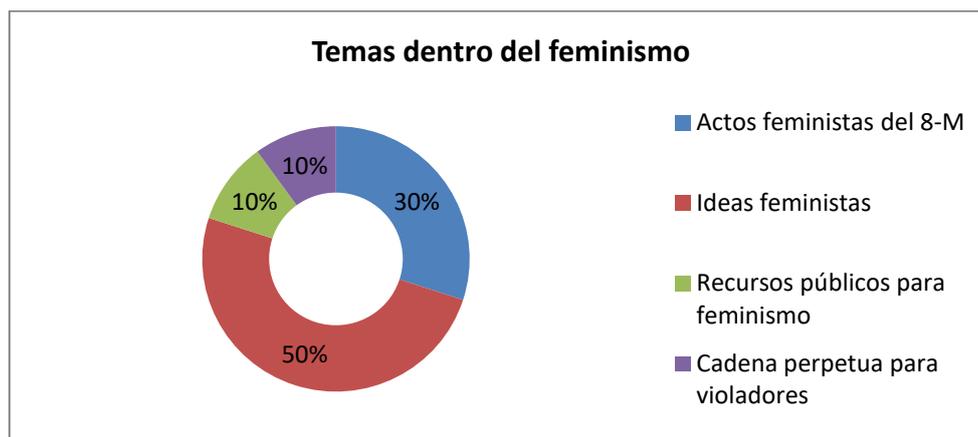
Por otro lado, observamos en ocho de entre los diez *tweets* dos estrategias políticas: ‘autoalabanza de la imagen propia’, que ya hemos visto con el uso de adjetivos positivos para todo lo relacionado con Vox y la repetición constante. En este año 2019 se vuelve a usar la misma estructura en la repetición de ideas con el fin de hacer llegar el mensaje a los usuarios de *Twitter* y que éste resulte fácil de retener mediante el uso de la repetición.

Por último, en ninguno de los diez *tweets* analizados encontramos el uso de ‘estadísticas o datos numéricos’ ni el uso de la ‘empatía o cercanía’.

### 3.2.5 AÑO 2021

- Mostramos en este sexto gráfico los temas más reiterativos de entre los diez tweets analizados durante el año 2021.

Gráfico 6



Fuente: elaboración propia

En 2021, que coincide con el año en el que realizamos el análisis, encontramos cuatro temas destacables de entre los diez *tweets* analizados. Cinco de ellos se centran en la crítica profunda hacia las ideas del feminismo actual. Tres de ellos se oponen a los actos feministas del 8.M celebrados en España. Por otra parte, uno de los tweets critica la financiación pública hacia políticas de ámbito feminista y otro de los tweets defiende la cadena perpetua o aumento de penas para delitos de violación.

- La presente tabla expone las estrategias políticas más utilizadas por la formación Vox en su cuenta de Twitter durante el año 2021.

Tabla 6:

<b>Estrategias políticas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Total de tweets</b>
<b>Generalización de colectivos</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
<b>Opinión en detrimento de información</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
<b>Diferencias entre ‘buenos’ y ‘malos’</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,	9
<b>Uso de la emoción</b>	5,	1
<b>Victimización de un grupo social</b>	1, 5, 6, 8, 9,	5
<b>Repetición constante</b>	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,	8
<b>Uso de metáforas, ironía</b>		0
<b>Utilización de la voz de otros para legitimar el discurso</b>		0
<b>Estadísticas, datos numéricos</b>		0
<b>Acusación y descalificación</b>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	10
<b>Autoalabanza</b>	1, 2, 6, 7, 8, 9, 10	7
<b>Cercanía, empatía</b>	1, 5, 10	3

Durante este último año observamos que las dos estrategias utilizadas en todos los tweets analizados coinciden con la ‘acusación y descalificación’, la ‘opinión en detrimento de información’ y la ‘generalización de colectivos’.

En prácticamente todos estos *tweets* se da una visión personal de lo que es el feminismo para el partido político Vox, además de acompañar esta opinión con diferentes tipos de acusaciones y descalificaciones. La acusación que se repite en todos los *tweets* se encuentra en el *hashtag* ‘#EsteFeminismoEsViolencia’. Esto último nos da paso a la

siguiente estrategia más común entre los diez tweets, la ‘diferencia entre buenos y malos’. En nueve de los diez *tweets* analizados observamos descalificaciones hacia todo lo que tiene relación con el exogrupo, en este caso representado por las ideas feministas actuales.

Así pues, para el feminismo se utilizan etiquetas como: ‘denigrante’, ‘vulgar’, ‘odio’, ‘violento’, ‘negar’, ‘chiringuitos feministas’, ‘enfrentamiento’, ‘guerra’, ‘enloquecido’, ‘atacar’, ‘nocturnidad’, ‘cobardes’, ‘miedo’, ‘propaganda’. Por el contrario, se alaba la imagen del endogrupo, representado por ‘las mujeres de la España real’ o la formación política Vox, a la que se le adjudican palabras como: ‘fuertes’, ‘trabajadoras’, ‘independientes’, ‘mayoría’, ‘combatir’, ‘reales’, ‘identidad’, ‘defender’.

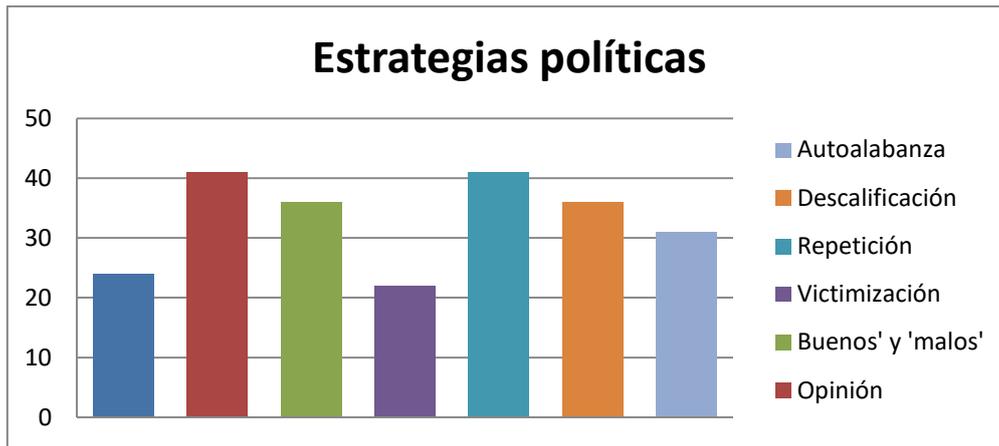
En relación a la tercera estrategia que también se repite en los diez tweets analizados, encontramos que la formación Vox en 2021 generaliza a todo el colectivo feminista identificándolo directamente con la violencia y utilizando todo tipo de etiquetas, es decir, en siete de entre los diez tweets comprobamos que la palabra feminismo se acompaña de otras palabras como: ‘feminismo enloquecido’ o ‘izquierda feminista’, generalizando y simplificando el mensaje al gusto del partido.

Entre los tweets del último año analizado comprobamos que se siguen sin utilizar el ‘uso de metáforas o ironía’, la ‘utilización de la voz de otros para legitimar el discurso’ y la ‘estadística o datos numéricos’.

### 3.2.6 Estrategias más utilizadas durante los cinco años analizados

- Una vez observadas las estrategias políticas durante los cinco años de estudio, apilamos en este gráfico aquellas que tienen más presencia en los mensajes de Vox en *Twitter* y las comparamos.

Gráfico 7:



*Fuente: elaboración propia*

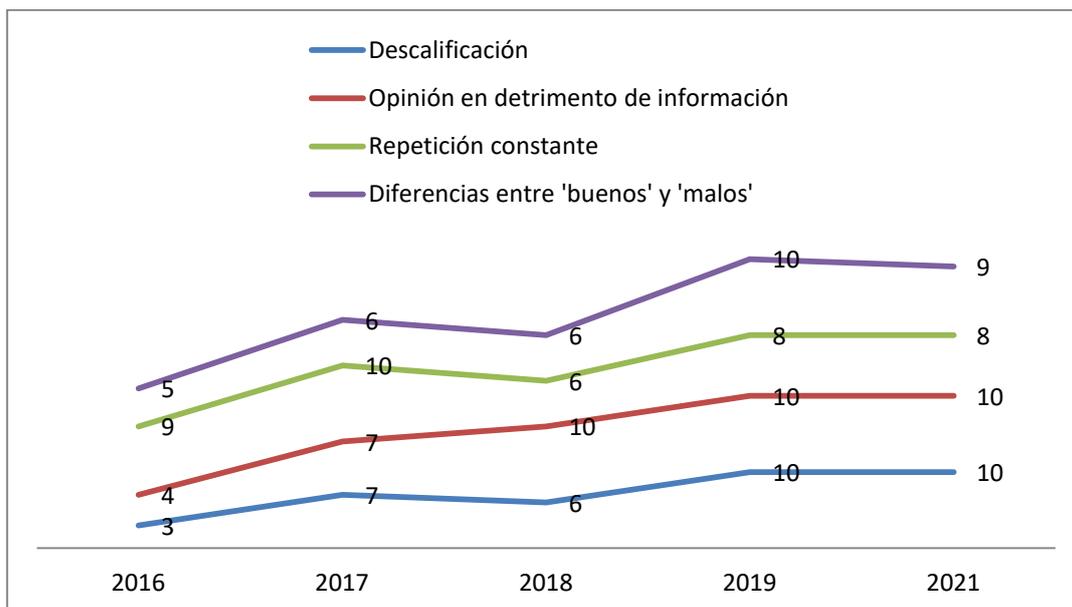
Como podemos comprobar, las dos estrategias más utilizadas por el partido Vox con respecto a las publicaciones sobre feminismo son la ‘repetición constante’ y la ‘opinión en detrimento de la información’. Ambas estrategias se repiten en 41 *tweets* de los 50 analizados. Las siguientes estrategias más repetidas han sido la ‘descalificación’ y la ‘diferencia entre buenos y malos’. Estas dos estrategias se repiten en 36 *tweets*.

La ‘autoalabanza de la imagen propia’ y la ‘generalización de colectivos’ se repiten en 31 y 24 *tweets* respectivamente. Por último, en 22 *tweets* de entre el total analizado comprobamos que se utiliza la estrategia de ‘victimización de un grupo social’.

### 3.2.7 Análisis comparativo entre los años analizados

- A continuación, comparamos cuatro estrategias políticas a lo largo de los cinco años de estudio para examinar su evolución.

Gráfico 8:



*Fuente: elaboración propia*

Constatamos que desde el año 2016 hasta el 2021, la formación ha aumentado significativamente el empleo de la mayoría de estrategias. En primer lugar, observamos que la ‘descalificación’ en 2016 está presente en 3 de los diez *tweets* de ese año. En el 2021, la cifra aumenta a diez. Es decir, en este último año estudiado se observan insultos o acusaciones en todos los *tweets* sobre feminismo que han obtenido una mayor repercusión.

En lo relativo a la estrategia de ‘opinión en detrimento de información’, aseguramos que la cifra aumenta de 4 *tweets* en 2016 a 10 *tweets* en 2021. Aquí volvemos a comprobar, como en la estrategia citada anteriormente, que en 2021 todos los *tweets* analizados no

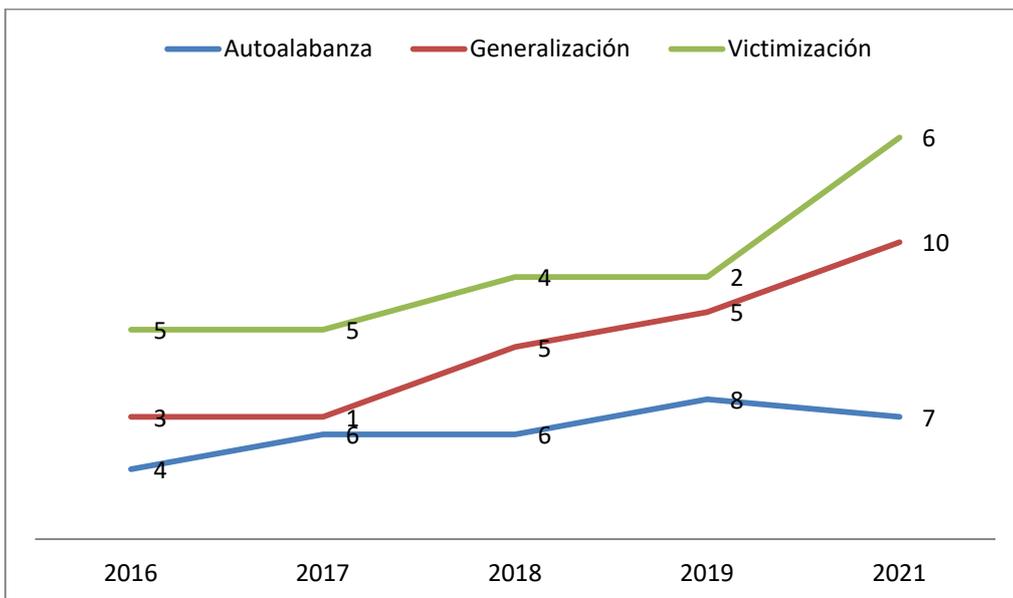
se basan en ninguna información objetiva, sino que se apoyan en opiniones compartidas por la formación Vox.

En tercer lugar, la ‘diferencia entre buenos y malos’ sufre igualmente un aumento desde 2016, donde encontramos 5 *tweets* que utilizan esta estrategia; hasta 2021, donde encontramos casi el doble, 9 *tweets* que emplean este método para triunfar entre los votantes.

Finalmente, la ‘repetición constante’ es la única estrategia recogida en este gráfico que se mantiene constante con respecto a los años. De este modo, en 2016 encontramos 9 *tweets* que repiten la misma estructura, y en 2021 la cifra desciende hasta los 8 *tweets*.

- En este segundo gráfico, comparamos otras tres estrategias utilizadas constantemente por la formación política Vox entre los cincuenta mensajes seleccionados en *Twitter* durante los años 2016-2021.

Gráfico 9:



Fuente: elaboración propia

En primer lugar, afirmamos, en base a lo analizado, que la generalización de colectivos o grupos sociales se ha intensificado de manera significativa entre los años 2016 y 2021, aumentando de 3 a 10 los *tweets* que utilizan esta estrategia política.

En relación a la ‘victimización de un grupo social’, constatamos un aumento paulatino entre los años 2016 y 2021, siendo esta estrategia utilizada cinco veces en el año 2016 y 2017, y cuatro veces en el año 2018. Llama la atención que en el año 2019 la estrategia disminuya hasta un total de 2 *tweets* en los que se observa este método argumentativo, para luego volver a subir en el año 2021 hasta 6 *tweets* que emplean la victimización como estrategia política en *Twitter*.

Finalmente, la ‘autoalabanza de la imagen propia’ comienza a utilizarse en 2016 en cuatro *tweets* analizados. En 2017 y 2018, la estrategia se mantiene en seis de los *tweets*. Es en el año 2019 cuando esta estrategia alcanza su máximo apogeo, pues en ocho de entre los diez *tweets* analizados se idealiza, a través de etiquetas positivas, la imagen del partido político Vox o de grupos sociales que se identifican ideológicamente con el partido.

#### 4. DISCUSIÓN

En este apartado procederemos a la revisión de cada una de las hipótesis propuestas para este trabajo de investigación para examinar si se cumplen y con ello concluir nuestro estudio.

- **Hipótesis 1: La influencia del partido Vox en Twitter ha aumentado significativamente desde que obtiene representación en el Parlamento andaluz.**

Vox obtuvo un total de 1.052 *retweets* en el año 2016 frente a los 18.900 que recibió en el año 2019. Afirmamos que se trata de un cambio sustancial en la influencia del partido, pues el gran número de *retweets* del año 2019 facilita la difusión del

mensaje de la formación política. Esta subida exponencial de la interacción de Vox en *Twitter* coincide con su irrupción en el Parlamento andaluz en diciembre de 2018 y a raíz del cual esta formación política adquiere una mayor popularidad en esta red social.

- **Hipótesis 2: Vox aumenta, desde 2016 hasta 2021, el ataque político y la acusación hacia organizaciones feministas y adversarios políticos.**

En los años 2016 encontramos 3 *tweets* en los que se utiliza la acusación y descalificación. La cifra aumenta significativamente al siguiente año, en el que observamos un total de 7 *tweets* con insultos o acusaciones. En 2018 son 6 los mensajes en *Twitter* que contienen alguna descalificación hacia adversarios políticos o hacia movimientos feministas. El año 2019, por su parte, es significativo, pues la formación Vox ya cuenta con representación política en el Parlamento andaluz y una clara popularidad en redes sociales. En este año llegamos a observar 10 *tweets* con descalificaciones hacia las feministas. En el 2021, el partido sigue con la misma dinámica y muestra en todos los *tweets* analizados alguna descalificación hacia el movimiento feminista o partidos políticos que lo defienden. Por lo tanto, constatamos que esta segunda hipótesis se cumple debido al aumento considerable del insulto en la cuenta de Vox en *Twitter*.

- **Hipótesis 3: La formación política de derecha radical Vox no arroja datos estadísticos en sus *tweets* sobre feminismo, sino que se basa en opiniones para fundamentar su discurso.**

Analizados los cincuenta *tweets* entre los años 2016-2021, no logramos encontrar en ninguno de ellos un solo dato numérico ni estadísticas sobre feminismo. Sin embargo, la estrategia de ‘opinión en detrimento de información’ se encuentra en 41 de los cincuenta *tweets* expuestos. Este antagonismo demuestra que Vox argumenta su posicionamiento contra el feminismo desde la mera opinión subjetiva, sin presentar ningún tipo de dato, encuesta o estadística sobre los temas que maneja.

- **Hipótesis 4: Vox procura, mediante su influencia en *Twitter* y las estrategias políticas empleadas, la demonización del movimiento feminista actual.**

Una vez estudiados y comparados los cincuenta tweets sobre feminismo, afianzamos nuestra idea inicial, en la que sostenemos que Vox utiliza la herramienta *Twitter* como vía para provocar y polemizar el movimiento feminista actual. Observamos adjetivos peyorativos hacia el feminismo como ‘enloquecido’, ‘radicales’, ‘supremacistas’, ‘aprovechados’ o ‘cobardes’, entre otros. Vox relaciona directamente en sus tweets al movimiento feminista con grupos de izquierda, grupos violentos o *lobbies* que intentan controlar a las mujeres y crear una guerra contra los hombres con el único propósito de tener unos derechos superiores a los del resto. Atendiendo a lo expuesto, afirmamos que Vox en *Twitter* adopta un discurso bronco, descortés y en guerra continua contra el movimiento feminista, al que intenta, mediante estrategias políticas, restar credibilidad y razón de ser.

Estas cuatro hipótesis son las que nos han guiado para poder dar forma a este trabajo. En ningún momento de la investigación se ha descartado ninguna de las hipótesis y, finalmente, tras la observación y el estudio de los datos extraídos de *Twitter* y su posterior comparación, consolidamos la idea de que estos cuatro supuestos iniciales se cumplen.

Durante el proceso de creación de este estudio universitario se encuentran varias limitaciones que dificultan el trabajo como pueden ser la falta de acceso gratuito a libros sobre temas principales como estrategias políticas en redes sociales. Además, al tratarse de un tema reciente, se entorpece la búsqueda de bibliografía específica y destacada sobre varias cuestiones, como la importancia de *Twitter* para la campaña política de Vox. Con respecto a este último, encontramos numerosos estudios sobre Vox y la red social *Instagram*, y no tantos que vinculan a Vox con *Twitter*. Por ello, apuntamos que una de las fortalezas de este trabajo es que ayuda y contribuye a seguir con el estudio sobre los ejes ideológicos de este partido y su relación con *Twitter*, red crucial en la actualidad para el desarrollo y triunfo de las formaciones políticas.

## 5. CONCLUSIONES

La formación de derecha radical Vox utilizó la plataforma comunicativa *Twitter* para difundir su ideología y atacar al movimiento feminista actual mediante el uso de estrategias políticas.

Entre los métodos de persuasión para la captación de votantes, Vox recurre mayormente a la repetición constante y el uso de la opinión en detrimento de la información. En cada *tweet* atendemos al uso repetido de *hashtag*, palabras clave y una estructura similar, en la que Vox arroja acusaciones sobre sus ‘enemigos’ para después dirigir adjetivos, etiquetas o ideas positivas para lo que consideran ‘bueno’. Esta repetición de la estructura nos lleva a las siguientes estrategias más utilizadas: la descalificación y la diferencia entre ‘buenos’ y ‘malos’.

Entre todos los mensajes observados suelen repetirse acusaciones similares. Vox intenta demonizar a los movimientos feministas actuales y a los partidos de izquierdas que lo defienden, intentando relacionar estos movimientos con una ideología izquierdista. Vox acusa a las ‘feministas supremacistas’ de ser violentas y de estar sometidas a organizaciones superiores cuyo fin es controlar a las mujeres, hacerlas presa de su discurso ‘radical’. En contraposición, la formación idealiza el perfil de la mujer ajena a los preceptos del feminismo actual. Una mujer que cuenta con un trabajo y que, además, es capaz de hacerse cargo de la familia, concepto muy importante para Vox. A estas últimas mujeres se les considera ‘buenas’, ‘trabajadoras’ y ‘reales’. Además, la formación derechista intenta en sus *tweets* dar la impresión de que la mayoría de mujeres están en contra del feminismo actual, sin embargo, no expone dato alguno sobre este tipo de afirmaciones.

La victimización, por su parte, ha sido altamente utilizada por Vox para deslegitimar, una vez más, al feminismo. En casi la mitad de entre los cincuenta *tweets* se consideran víctimas a los hombres, a los niños, y a las mujeres que se desmarcan de la ideología feminista. Para llevar a cabo esta estrategia, Vox alude a la presunción de inocencia en casos de violación o abuso sexual. Según la formación, el hecho de que se pueda denunciar a hombres sin pruebas provocaría una oleada de acusaciones hacia este grupo social, por lo que Vox muestra en sus *tweets* cierto miedo hacia este tipo de procedimientos judiciales, al considerarlos injustos para los hombres.

Desde el año 2016 hasta el 2021 detectamos un aumento considerable de acusaciones y lenguaje descortés, una mayor división entre lo que creen ‘bueno’ y ‘malo’ para todos los españoles, además de aumentar la repetición en sus discursos, reproduciendo las mismas palabras y conceptos una y otra vez. Confirmamos, por otra parte, que durante estos cinco años analizados, la generalización de colectivos ha aumentado paulatinamente, hasta llegar a representar al movimiento feminista como ‘radical’ en su conjunto, sin distinciones.

En lo referente a los temas de debate a los que se alude en la cuenta de Vox sobre feminismo, encontramos un 2016 muy reivindicativo con la suspensión del derecho al aborto en España, hecho que relacionamos con la defensa de los valores tradicionales y cristianos en Vox. En el año posterior se comienza a rechazar toda intervención del Estado en relación a igualdad. Se inicia en este año 2017 la oposición a las ideas feministas en su conjunto. El 2018, coincidiendo con la masiva huelga y manifestación del 8 de marzo, los temas tratados versan sobre la inutilidad de la huelga, así como el debate sobre la Ley de Violencia de Género. El año siguiente, el 2019, los temas son muy similares: ataques a otros partidos políticos y oposición a la huelga del 8 de marzo.

Nuestro último año analizado, el 2021, se caracteriza en la cuenta de Vox por intentar rehusar toda idea relacionada con feminismo, rechazo integral a los recursos públicos para la igualdad, oposición a los actos feministas convocados y petición de cadena perpetua para violadores, hecho que se relaciona con las ideas conservadoras y autoritarias características en los partidos de derecha radical.

Vox transmite en su cuenta de *Twitter* una idea muy clara: hay que acabar con el feminismo supremacista para no seguir oprimiendo a aquellos hombres y mujeres que no comparten su pensamiento. La problemática en este asunto es la siguiente: Vox acusa a las feministas de dividir a la población, de utilizar la violencia para alcanzar sus objetivos, de generalizar a todos los hombres y creer que todas las mujeres apoyan al feminismo, de victimizar a la mujer y de utilizar un lenguaje vulgar y belicista. No obstante, justo estas acusaciones que Vox arroja sobre el feminismo actual, son exactamente las estrategias políticas que, comprobamos, la formación utiliza en su cuenta de *Twitter* para defender su postura. Una postura recelosa de los avances feministas y que aboga por el mantenimiento de una sociedad patriarcal donde la familia es lo más importante para la mujer.

Citando a la autora María Luisa Balaguer (2019, p.38), “salvo los más tontos, nadie quiere ahora dejar de ser feminista”.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Abascal, A. (2020, 28 diciembre). “Los valores de Vox” Recuperado de <https://visioncoach.es/los-valores-de-vox-por-santiago-abascal-2/>

Aguilar, A.R. (2015, 2 marzo). Claves de la propuesta de economía feminista que Podemos tiene sobre la mesa. Recuperado de [https://www.eldiario.es/economia/claves-propuesta-economia-feminista-podemos\\_1\\_4349068.html](https://www.eldiario.es/economia/claves-propuesta-economia-feminista-podemos_1_4349068.html)

Aladro Vico, E., & Requeijo Rey, P. (2020). Discurso, estrategias e interacciones de Vox en su cuenta oficial de Instagram en las elecciones del 28-A. Derecha radical y redes sociales. *Revista Latina De Comunicación Social*, (77), 203-229. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1455>

Álvarez-Uría, F. «Mujeres y política. Las políticas de las mujeres en la España de la Segunda República y la Guerra Civil». *Papers: revista de sociología*, Vol. 98, Núm. 4 (Octubre-Diciembre 2013), p. 629-646.

Aller, M.G.(2019, 26 marzo). Quién es Steve Bannon, el estratega de Trump que asesora a Vox. Recuperado de <https://www.elindependiente.com/politica/2019/03/26/quien-es-steve-bannon/>

Casals, X. (2018, 13 octubre). Claves para comprender el ascenso de Vox. Recuperado de <https://xaviercasals.wordpress.com/2018/10/14/claves-para-comprender-el-ascenso-de-vox/>

Castillo Jara, S., Marchena Montalvo, V., Quiliche Arévalo, S. (2019) «El discurso antifeminista como recurso electoral en Brasil y España.». *Politai: Revista de Ciencia Política*, Año 10, N°19: pp. 22-46.

Contreras Sierra, R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, (35),152-181.[fecha de Consulta 25 de Abril de 2021]. ISSN: 1657-6276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64629832007>

El Confidencial (2019, 11 marzo). Vox tiene que decidir si se junta con Le Pen o con Europa Press. (2018, 5 diciembre). Vox: ¿Cuándo se fundó, cuales han sido sus resultados en las elecciones, cuál es su programa? Recuperado de <https://www.europapress.es/nacional/noticia-vox-cuando-fundo-cuales-sido-resultados-elecciones-cual-programa-20181205144555.html>

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

Fiscer Lamelas, G. (2013). "El feminismo español en la segunda mitad del siglo XX". Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales, artículo nº348, ISSN 1989-4988 depósito legal MA 1356-2011

Flick, U. (2015). *El diseño de investigación cualitativa*. Madrid: Morata

Flick, U., Amo, T. del, & Blanco, C. (2014). *El diseño de la investigación cualitativa*. Ediciones Morata.

Fuentes Rodríguez, C. (ed.) (2016). "Estrategias argumentativas y discurso político". Madrid: Arco/Libros,S.L. ISBN:978-84-7635-949-5. 311pp.

Grande, R.G. (2020, 16 abril). La extrema derecha irrumpe en el parlamento con 12 escaños. RTVE. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.rtve.es/noticias/20181202/extrema-derecha-irrumpe-parlamento-andaluz-12-escaños-obtenidos-vox/1847384.shtml>

La Vanguardia (2018, 5 diciembre). Santiago Abascal: "Vox es un partido de extrema necesidad para España". Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/politica/20181205/453371223541/santiago-abascal-entrevista-ana-rosa-quintana-vox-extrema-espana.html>

López-Rabadán, P., López-Meri, A., & Doménech-Fabregat, H. (2016). La imagen política en Twitter. Usos y estrategias de los partidos políticos españoles. *index.comunicación*, 6(1), 165-195. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/270/23>

Luque Ortiz, S. y Cano Alarcón, M. (2021). La violencia de género en Twitter según Vox en las elecciones autonómicas de Andalucía. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 51, pp. 116-133. doi: 10.12795/Ambitos.2021.i51.08

Mancera Rueda, A. y Pano Alamán, A. (2013). Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 56, 53-80.

Mudde, Cas. *Populist Radical Right Parties in Europe*, Cambridge University Press, 2007. *ProQuest Ebook Central*, <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uses/detail.action?docID=325995>.

Plaza, A.M. (2020, 29 junio). Historia de las leyes del aborto en España. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.rtve.es/noticias/20150218/leyes-del-aborto-espana-ley-supuestos-1985-plazos-2010/828240.shtml>

Raventós Santamaría, F. (1983). El fundamento de la metodología comparativa en educación. *Educar*, ISSN 0211-819X, ISSN-e 2014-8801, Nº 3, 1983 (Ejemplar dedicado a: Pedagogía comparada), págs. 61-75

Rodríguez Andrés, R. y Ureña Uceda, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación y Pluralismo*, n. 10, pp. 89-116

Tonon de Toscano, G. (2011). La utilización del método comparativo en estudios cualitativos en Ciencia Política y Ciencias Sociales diseño y desarrollo de una tesis doctoral. *Kairos: Revista de temas sociales*, ISSN-e 1514-9331, Nº. 27, 2011

Ugalde Binda, N. y Balbastre Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de ciencias económicas*, ISSN 0252-9521, Vol. 31, Nº. 2, 2013, págs. 179-187

Yepes, CE. Molina, DP. La comparación en el análisis de la investigación cualitativa con teoría fundada. *Rev. Fac. Nac. Salud Pública* 2015; 33 (supl 1): S90-S92.

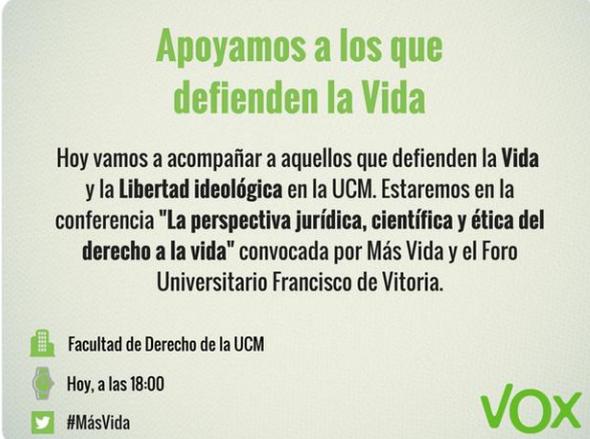
Zamora Medina, R. & Zurutuza Muñoz, C., “Campaigning on Twitter: Towards the ‘Personal Style’ Campaign to Activate the Political Engagement During the 2011 Spanish General Elections”, *Communication & Society / Comunicación y Sociedad*, Vol. 27, n. 1, 2014, pp. 83-106.

## 7. ANEXO

7 marzo 2016

1. 139RT 99MG 21R “*Miembros de @AU\_Contrapoder han intentado intimidarnos. No lo han conseguido #Sí a la vida #MásVida*” Incluye vídeo con 5,7mil reproducciones.
2. 154RT 85MG 29R: “*EN DIRECTO: Esto es lo que ocurre cuando defiendes el #SíalaVida #MásVida en la Universidad Complutense*”. Incluye vídeo de feministas en la universidad pidiendo la marcha de vox. 4,4mil reproducciones
3. 78RT 55MG 5R: “*@ortega\_Smith y @monasterioR apoyando #SíalaVida en la UCM ante el intento de boicot de @AU\_Contrapoder #MásVida*”. Incluye tres fotografías de las manifestaciones y Ortega Smith
4. 77RT 53MG 3R “*VOX seguirá defendiendo el [#SíalaVida](#) y a la libertad ideológica en la UCM. Debemos poner fin a la imposición de @ahorapodemos ¡No más miedo!*”
5. 86RT 52MG 4R

 Hoy, VOX estará en la UCM apoyando a los que defienden la Vida y la Libertad ideológica. ¡Acompáñanos! [#MásVida](#)



**Apoyamos a los que defienden la Vida**

Hoy vamos a acompañar a aquellos que defienden la **Vida** y la **Libertad ideológica** en la UCM. Estaremos en la conferencia "**La perspectiva jurídica, científica y ética del derecho a la vida**" convocada por Más Vida y el Foro Universitario Francisco de Vitoria.

 Facultad de Derecho de la UCM  
 Hoy, a las 18:00  
 #MásVida

**VOX**

8 marzo 2016

6. 149RT 119MG 13R: “@ahorapodemos y @AU\_Contrapoder no lograron callar ayer a #MujeresVOX #FelizDíaDeLaMujer” Incluye vídeo de la manifestación 4,9mil reproducciones
7. 99RT 75MG 4R: “#FelizDíaDeLaMujer a las mujeres valientes de VOX que defendieron ayer sus ideales ante ataques de @AU\_Contrapoder “ (incluye foto de Rocío Monasterio y Inma Sequí)
8. 59RT 23MG 5R: “Gritos de <fuera fascistas> en un acto <próvida> en la Complutense donde ha participado VOX vía @abc\_es.
9. 78RT 55MG 5R

📺 A las 18:15, @Ortega\_Smith intervendrá en @Intereconomia para comentar lo ocurrido ayer en la UCM



3:56 p. m. · 8 mar. 2016 · Twitter Web Client

10. 179RT 133MG 3R



→ TWEETS DE @VOX\_ES DESDE EL 4 HASTA EL 10 DE MARZO DE 2017

8 marzo 2017

1. 164RT 158MG 8R: “@monasterioR madre de 4 hijos y arquitecta “#NosRebelamos contra una visión de la mujer enfrentada al hombre” #womensday”. Incluye vídeo de Rocío Monasterio en su lugar de trabajo.
2. 117RT 74MG 3R: “@NoALaIdDeGenero sobre las feministas radicales: “Están creando una estúpida guerra entre hombres y mujeres” #NosRebelamos #Womensday”. Incluye vídeo de una mujer anónima con 2,1 mil reproducciones.
3. 110RT 112MG 4R: “He compaginado trabajo, estudios y ser madre. Lo he logrado gracias a mi familia no a las feministas” #NosRebelamos #womensday2017”. Incluye vídeo de una mujer anónima con 1,6 mil reproducciones.
4. 68RT 66MG 1R: “Madre y economista: “hay que apoyar la meritocracia. Me rebelo contra las cuotas y la inquisición de género” #NosRebelamos #Womensday2017”. Incluye vídeo de una mujer economista con mil reproducciones.
5. 97RT 80MG 3R: “NosRebelamos porque queremos educar a nuestros hijos en libertad, sin las imposiciones que dicta la ideología de género #womensday”. Incluye vídeo con 1.500 reproducciones.
6. 50RT 43MG 3R: “Entrevista a @monasterioR “No celebro el #womensday porque no apoyo la dictadura de género” #NosRebelamos”

7.



8.



9.

#NosRebelamos porque no queremos que se dediquen recursos de todos los españoles a políticas de género #womensday



12:13 p. m. · 8 mar. 2017 · Twitter Web Client

63 Retweets 5 Tweets citados 48 Me gusta

10.

VOX @vox\_es · 8 mar. 2017

#NosRebelamos porque no creemos que la maternidad y el éxito profesional sean incompatibles #womensday2017 #ProgramaVOX



3 45 39

→ TWEETS DE VOX\_ES DESDE EL 4 DE MARZO HASTA EL 10 DE MARZO DE 2018

5 DE MARZO 2018

1. 124RT 203MG 8R: ”@Santi\_ABASCAL sobre #8MaLaHuelga "Esta semana, en lugar de la huelga feminista deberíamos estar hablando de acabar con las autonomías para poder pagar unas pensiones dignas" #AbascalenElGato “
- 2.



8 de marzo 2018

3. 307RT 456MG 19R: *“En VOX apoyamos a las mujeres los 365 días del año, por eso hoy NO nos sumamos a una huelga #8MarzoHuelgaFeminista que las denigra al tratarlas como personas débiles e inferiores. Vivan las mujeres libres #YoNoParo #MujeresyLibertad”* Incluye vídeo de Rocío Monasterio en el programa ‘el gato al agua’.
4. 780RT 1,1MIL MG 182R: *“Las mujeres reales saben que están por encima de los eslóganes de las actuales feministas, por eso la huelga #8deMarzoHuelgaFeminista ha sido un fracaso. ¡Vivan las mujeres libres! #YoNoParo #MujeresyLibertad”* Incluye el vídeo de una mujer anónima explicando su opinión y experiencia personal. 48,2mil reproducciones.
5. 132RT 138MG 7R: *“Nuestra presidenta de @vox\_sevilla María José Piñero @Mariajpinero23 explica por qué no ha participado en la #8MarzoHuelgaFeminista "Yo no paro. La única razón de esta huelga es enfrentarnos con los hombres por el hecho de serlo". #YoNoParo #MujeresyLibertad”* . Incluye vídeo con 2,8 mil reproducciones.
6. 90RT 92MG 4R: *“Nuestra presidenta de @VOX\_Guadalajara Asunción Muñoz explica por qué no participará en la #8MarzoHuelgaFeminista "Yo no paro. La huelga me parece destructiva". #YoNoParo #MujeresyLibertad”*. Incluye vídeo con 1,7 mil reproducciones.
7. 117RT 147MG 5R: *“@monasterioR explica por qué no participará en la #8MarzoHuelgaFeminista "Quieren imponer la dictadura de la ideología de género, y decretar la muerte civil de todo el que se desmarca de esa doctrina". #YoNoParo #MujeresyLibertad”*
8. 122RT 146MG 6R: *“Nuestra presidenta de @VOX\_Jaen Salud Anguita @salud\_anguita explica por qué no participará en la #8MarzoHuelgaFeminista "Yo no paro. Hoy seguiré trabajando por mejorar la calidad de vida tanto de los hombres como de las mujeres". #YoNoParo #MujeresyLibertad”*. Incluye vídeo con 2,5mil reproducciones.
9. 105RT 108MG 1R: *“Nuestra presidenta de @VOXCastellon Llanos Massó @LlanosMasso explica por qué no participará en la #8MarzoHuelgaFeminista "Yo no paro. No soy inferior a nadie y no quiero privilegios". #YoNoParo #MujeresyLibertad”*. Incluye vídeo con 1,6mil reproducciones.

9 marzo 2018

10. 173RT 268MG 39R: *“La huelga ha fracasado porque no han logrado paralizar España. Sólo se ha conseguido movilizar a las asociaciones feministas subvencionadas, pero no a las mayoría de mujeres reales que madrugan cada mañana para estudiar o trabajar”*

TWEETS @VOX\_ES DESDE EL 4 DE MARZO HASTA EL 10 DE MARZO DE 2019

5 MARZO 2019

1. 553RT 976MG 69R:



2. 1342RT 2977MG 281R: *“En VOX no vamos a participar en la #HuelgaFeminista8M. No creemos en las leyes de género, ni en las cuotas, ni en el feminismo supremacista que lo único que busca son privilegios, no para las mujeres, sino para una minoría de aprovechados y lobbies”* Incluye foto en la que se puede leer: *“las mujeres de VOX rompen con la huelga feminista”*.

6 MARZO 2019

3. 1.708RT 2.666MG 343R: *“Enfermizo: un colegio de Huelva castiga a los niños varones sin recreo el 8-M. Esto roza la tortura infantil. Somos los únicos que vamos a actuar contra esta locura. Y tenemos muchas ganas de hacerlo”*. Con respecto a este tweet, afirmamos que se trata de una información falsa, desmentida por maldita.es <https://maldita.es/malditobulo/que-sabemos-sobre-la->

7 MARZO 2019

4. 1600RT 3.300MG 122R: “*#NoHablesEnMiNombre: Yo también soy mujer y mi padre no es un criminal por ser hombre. Las mujeres de la #EspañaViva rompen con la huelga de las feministas supremacistas*” Incluye vídeo con 59,1mil reproducciones.
5. 722RT 1442MG 42R: “*#NoHablesEnMiNombre yo también soy mujer y no quiero que el feminismo supremacista me utilice*”. Las mujeres de la #EspañaViva rompen con la huelga del #8M. 381RT 748MG Incluye vídeo de Rocío Monasterio en una concentración de mujeres.
6. 5.100RT 6.468MG 540R: “*¡Qué equivocados están los que quieren enfrentar a hombres y mujeres! La #EspañaViva rompe con la huelga del feminismo supremacista. RT si tú tampoco participarás en la huelga del #8M #NoHablesEnMiNombre*” Incluye vídeo donde, por una parte, salen colectivos feministas en huelga y, por otro, el ideal de relación entre hombres y mujeres para el partido VOX” Separación entre malos/buenos, violencia/paz.

8 MARZO 2019

7. 3.423RT 7275MG 875R: “*Gracias por vuestra loca visita, nos lo hemos pasado muy bien #huelgaFeminista2019 #InternationalWomensDay #8Marzo #FelizDiaDeLaMujer*” Incluye vídeo de colectivos feministas en la sede de Vox. En el vídeo Vox lanza un mensaje: “mientras vosotros hacéis el ridículo, nosotros seguimos trabajando por España”.
8. 2695RT 5868MG 467R: “*@monasterioR “Me siento orgullosa de feministas como Emilia Pardo Bazán o Clara Campoamor que lucharon tanto por nuestros derechos, pero no me siento identificada y además denuncio este feminismo supremacista de hoy que ha venido hoy a insultarnos a la oficina*”. Vídeo de Rocío Monasterio en el programa Al Día 15. 2695RT 5868MG
9. 757RT 1511MG 152R: “*Así plantó cara @monasterioR en la SER al discurso feminista supremacista de la socialista Carmen Calvo que pretende que hombres y mujeres sean desiguales ante la ley*” Incluye vídeo de la diputada

socialista Carmen Calvo y Rocío Monasterio en la SER CON 32,9mil reproducciones.

10. 1000RT 1966MG 133R: *“Esta mañana @monasterioR ha estado en @EspejoPublico defendiendo la verdadera libertad de la mujer frente al totalitarismo de la ideología de género. Hilo. 1. La derechita cobarde es incapaz de posicionarse y responde si derogará la Ley de Violencia de Género. 2. @monasterioR a la veleta naranja: “es emocionante escuchar a los candidatos de ciudadanos porque nunca sabes lo que te va a decir el partido veleta”. 3. @monasterioR responde ante quienes se creen representantes de todas las mujeres: “Por qué me tiene que decir a mí usted que es un día de fiesta”? 4. @monasterioR sobre listas cremallera: “Yo no puedo llevar una lista de todo mujeres a la Comunidad de Madrid si quisiera porque la ley no me lo permite”*

#### TWEETS @VOX\_ES DESDE EL 4 DE MARZO HASTA EL 10 DE MARZO DE 2021

1. 491RT 1,1mil MG 47R: *“El feminismo radical no entiende ni atiende a las necesidades reales de las mujeres que limpian sus porquerías. Las mujeres de la España real no necesitan un colectivo que les diga lo que son, mujeres fuertes, trabajadoras e independientes. [#EsteFeminismoEsViolencia](#)”* Incluye imagen de una profesional de limpieza limpiando un contenedor con pintadas de la manifestación feminista.
2. 1000RT 1929MG 96R: *“Mientras la izquierda feminista libera y protege a los criminales, en VOX promovemos la cadena perpetua para los violadores y asesinos de mujeres. [#EsteFeminismoEsViolencia](#)”* Incluye fotografía donde se puede leer: “El feminismo no protege, la cadena perpetua sí”.
3. 638RT 1,4mil MG 87R: *“La mayoría de las españolas no se sienten representadas por el modelo denigrante y vulgar de mujer que promueven las feministas. [#EsteFeminismoEsViolencia](#)”* Incluye fotografía en la que se puede leer: “ni solas ni borrachas”, en clara alusión a unas declaraciones de Irene Montero (Podemos).

4. 678RT 1185MG 93R:



5. 699RT 1219MG 88R: *“Millones de españoles arruinados tienen que ver cómo el Gobierno les niega las ayudas que sí concede a los chiringuitos feministas. [#EsteFeminismoEsViolencia](#)”* Incluye imagen en la que se puede leer *“451 millones de € para igualdad. 0€ para hostelería”*.
6. 1,8mil RT 3,2mil MG 251R: *“El feminismo promueve el enfrentamiento entre hombres y mujeres. Impediremos que desde las escuelas se fomente la guerra de sexos que busca la izquierda. [#EsteFeminismoEsViolencia](#)”* Incluye fotografía en la que se puede leer *“con mis hijos no te metas”*
7. 2,3mil RT 4.190MG 324R: *“la izquierda ha convertido el feminismo en un movimiento violento. Desde VOX sí lo seguiremos combatiendo. [#EsteFeminismoEsViolencia](#)”* Incluye vídeo con 161,9mil reproducciones en el que se puede leer: *“el feminismo no es lo que te han contado”*.
8. 507RT 844MG 74R: *“El feminismo radical y enloquecido del [#8M](#) no entiende ni atiende a las necesidades reales de las mujeres. Para VOX existe una identidad, que es ser español, y esto es lo que vamos a defender”* Incluye vídeo de una rueda de prensa de Jorge Buxadé (VOX)
9. 458RT 971MG 56R: *“El feminismo radical ataca con nocturnidad las sedes de VOX, esta vez ha sido en Tarragona. Son cobardes y su miedo lo demuestran con estos ataques, aunque pinchan hueso. No daremos ni un paso atrás. [#EsteFeminismoEsViolencia](#)”* Incluye foto de pintadas en la sede de Vox.

10. 1,1mil RT 1,7mil MG 240R: “*VOX no participará en los actos feministas del 8-M, convertidos en actos de propaganda de una agenda ideológica que este partido no comparte. Aquí nuestra Declaración Institucional para que el 8 de marzo sea declarado [#DíaVíctimasCovid](#)*” Incluye vídeo con 48,6mil reproducciones de Jorge Buxadé en rueda de prensa.