

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER
MÁSTER EN ESTUDIOS LINGÜÍSTICOS, LITERARIOS Y
CULTURALES (MELLC)
CURSO 2022-2023



María José Moncayo Bernal ✓

@MaríaJoseMoncayo

Imagen y Discurso de Santiago Abascal en
280 caracteres: Caso de la Crisis Migratoria
España-Marruecos

[#Imagen](#) · [#Identidad](#) [#DiscursoPolítico](#)

08:34 PM · 9/11/23

Autora: Moncayo Bernal, María José

Tutora: Fuentes Rodríguez, Catalina



FACULTAD DE FILOLOGÍA
filologia.us.es

Cruzan países, no tienen nombres.
Huyen del hambre y de la desesperación.
Dejan raíces, persiguen soles,
siempre adelante con fuerza y determinación.
Y la ilusión es su bandera.
Y su familia su patria entera.
Pero acaban el sueño que persiguen cuando los
reciben con balas en las fronteras.

"Balas y fronteras" - Canción de *Los Chikos del Maíz*.

CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO.....	5
1.1. RESUMEN.....	5
1.2 ABSTRACT.....	5
2. INTRODUCCIÓN.....	6
2.1 CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN.....	6
2.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
2.3 METODOLOGÍA.....	7
3. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	8
3.1 CONCEPTOS DE IMAGEN E IDENTIDAD.....	8
3.1.1. Concepto de imagen social.....	8
3.1.2 Concepto de identidad.....	9
3.2 CORTESÍA Y DESCORTESÍA.....	10
3.3 LA DESCORTESÍA Y LA VIRALIDAD COMO ESTRATEGÍA POLÍTICA EN TWITTER.....	12
3.4 POPULISMO EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	14
4. CONTEXTO: VOX, TWITTER, Y LA CRISIS MIGRATORIA.....	16
4.1 VOX: ¿LA EXTREMA DERECHA EN ESPAÑA?.....	16
4.2 TWITTER Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	19
4.3 LA CRISIS MIGRATORIA ESPAÑA- MARRUECOS.....	20
5. CORPUS Y ANÁLISIS DE LOS TUIITS.....	22
6. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	38
6.1 CONCLUSIONES.....	38
6.2 LIMITACIONES DEL TRABAJO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	40
7. BIBLIOGRAFÍA.....	42
7.1 BIBLIOGRAFÍA CIENTÍFICA.....	42
7.2 ARTÍCULOS DE PERIÓDICOS.....	44
7.3 WEBGRAFÍA.....	44
8. ANEXOS.....	46

1. PLANTEAMIENTO

1.1 RESUMEN

En el panorama político actual, podemos afirmar que la influencia de Twitter en la política española es innegable. En este contexto, surge la necesidad de comprender cómo los actores políticos hacen uso de esta plataforma como estrategia política para construir y proyectar su imagen e identidad, al mismo tiempo que establecen comunicación con los ciudadanos, potenciales votantes.

Este Trabajo Final de Máster (TFM) tiene como objetivo analizar la construcción del discurso del político español Santiago Abascal (VOX) durante un periodo determinado, desde el 17 de mayo de 2021 hasta el 29 de agosto de 2021, periodo de mayor agitación durante la crisis humanitaria España - Marruecos.

Para ello, se realiza un análisis del discurso empleado por Abascal en la red social Twitter durante este periodo. Los resultados muestran que Abascal recurre a un discurso altamente populista, polarizador, maniqueísta y anti-elitista en sus tweets, apelando a las emociones y presentándose como única alternativa al 'establishment político'. Además, se enfatiza la necesidad de la defensa de la identidad nacional, la soberanía e identidad españolas.

Palabras clave: Twitter, Santiago Abascal, comunicación política, crisis humanitaria España-Marruecos, identidad, discurso, populismo.

1.2 ABSTRACT

In the current political landscape, we can assert that the influence of Twitter on Spanish politics is undeniable. In this context, there arises the need to understand how political actors use this platform as a political strategy to construct and project their image and identity, all while establishing communication with citizens, potential voters.

This Master's Thesis (TFM) aims to analyse the construction of the discourse of Spanish politician Santiago Abascal (VOX) during a specific period, from May 17, 2021, to August 23, 2021, a period of heightened agitation during the Spain-Morocco humanitarian crisis.

To achieve this, an analysis of the discourse employed by Abascal on the social media platform Twitter during this period is conducted. The results reveal that Abascal resorts to a highly populist, polarizing, Manichaeian, and anti-elitist discourse in his tweets, appealing to emotions and positioning himself as the sole alternative to the political establishment. Furthermore, there is an emphasis on the necessity of defending Spanish national identity, sovereignty, and identity.

Key words: Twitter, Santiago Abascal, political communication, Spanish-Morocco humanitarian crisis, identity, discourse, populism.

2. INTRODUCCIÓN

2.2 CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN

Las redes sociales, particularmente Twitter, han adquirido especial relevancia en el panorama político español en los últimos años, desempeñando un papel crucial en la construcción de la imagen de los actores políticos, especialmente en situaciones de crisis, como es el caso de la crisis migratoria humanitaria España-Marruecos.

El 17 de mayo de 2021 se produjo una llegada sin precedentes de migrantes a España. Cerca de 9,000 migrantes, de los cuales 1,200 eran menores no acompañados, ingresaron en la ciudad autónoma de Ceuta después de que las autoridades marroquíes relajaran los controles fronterizos, ocasionando una crisis humanitaria, migratoria y política, planteando uno de los mayores desafíos políticos en España de la última década.

La justificación de esta investigación radica en la importancia de analizar cómo los líderes políticos planifican y ejecutan sus estrategias argumentativas. Analizándolas, podremos entender cómo construyen su imagen a través del discurso político así como entender cómo se comunican con los ciudadanos en tiempos de crisis.

La crisis humanitaria entre España y Marruecos es un escenario perfecto para este análisis, pues representa una de las mayores crisis migratorias de la última década en España. El análisis del uso de Twitter por parte de uno de los principales políticos españoles, Santiago Abascal arrojará luz sobre las estrategias argumentativas utilizadas por el líder de VOX para la construcción de su imagen política durante una crisis humanitaria.

2.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene como objetivo principal arrojar luz sobre cómo Santiago Abascal, utilizó la plataforma Twitter durante la crisis migratoria y humanitaria en España. ¿Recurre Santiago Abascal al negativismo o a la retórica de crisis en su comunicación? ¿Puede describirse su discurso como populista? ¿La descortesía está presente en su discurso? Para poder responder a estas preguntas, los objetivos que guiarán esta investigación son los siguientes:

- Analizar el uso de Santiago Abascal de la plataforma Twitter como herramienta de comunicación política durante la crisis migratoria España-Marruecos.

- Examinar la construcción de la imagen, discurso político e identidad de Santiago Abascal investigando las estrategias argumentativas utilizadas por el mismo, en un periodo determinado, durante la crisis migratoria y humanitaria de España-Marruecos.

Comprender estos aspectos es esencial para evaluar cómo los actores políticos, en este caso Santiago Abascal, se enfrentan a este tipo de crisis humanitarias, construyen narrativas, y cómo hacen uso de redes sociales como Twitter para influir en la percepción y opinión pública de estos conflictos.

2.3 METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente Trabajo Final de Máster (TFM), contestar a las preguntas de la investigación y alcanzar los objetivos de esta, se realizará un análisis de la construcción de la imagen y discurso del líder del partido político Vox, Santiago Abascal, en su cuenta oficial (@santi_ABASCAL).

En cuanto al método de recopilación del corpus, se ha realizado una selección de ‘tuits’ durante un periodo concreto, abarcando desde el 17 de mayo de 2021 hasta el 29 de agosto de 2021. La elección del mencionado período de análisis coincide con el punto álgido de la crisis humanitaria, resultando un período relevante para examinar la comunicación de Santiago Abascal en el contexto de este conflicto.

Cabe destacar que los tuits seleccionados entre estas fechas están relacionados con la crisis migratoria de España– Marruecos y sus consecuencias, excluyendo cualquier tuit que no esté relacionado con dicho conflicto.

Para ello, se ha utilizado la función de búsqueda avanzada de Twitter, permitiendo esta herramienta la búsqueda, selección y compilación de tuits ajustándose a los criterios temporales para su posterior análisis, ascendiendo el total de tuits analizados a 63. A continuación, se llevará a cabo un análisis del corpus centrado en la identificación de patrones recurrentes, el tono utilizado o el empleo de retórica, entre otros. Todo esto nos permitirá obtener respuestas a las preguntas y objetivos de la investigación.

Por otro lado, en cuanto a la metodología de la investigación, seguiré un enfoque Lingüístico Pragmático. Según Fuentes Rodríguez (2009): “La pragmática es un enfoque, una manera de hacer Lingüística, que se opone al estudio abstracto, aislado del contexto. La Lingüística pragmática es un estudio integral e integrado de los fenómenos lingüísticos en su contexto” (p.65).

En otras palabras, la Pragmática Lingüística tiene como objetivo entender el uso del lenguaje en determinados contextos o situaciones, en lugar de estudiar el lenguaje de manera aislada o teórica. Por tanto, la finalidad de la Pragmática reside en comprender cómo nuestras palabras adquieren significado en un contexto específico, influyendo este en su interpretación.

En conclusión, este estudio no se enfocará en las estructuras sintácticas o gramaticales de los tuits de Santiago Abascal, sino que se centrará en enfoque pragmático y de análisis del discurso. Por lo tanto, se examinará cómo el líder de VOX hace uso del lenguaje para proyectar una determinada imagen, construir su identidad, conseguir ciertos objetivos políticos así como persuadir e influir en la opinión pública en el contexto de la crisis humanitaria de España-Marruecos.

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN

3.1 CONCEPTOS DE IMAGEN E IDENTIDAD

3.1.1 Concepto de imagen social

El filósofo Aristóteles (384-322 A.C), en su obra “Política”, argumentaba que el ser humano es inherentemente un ser social por naturaleza. Esta cualidad se refleja en la inclinación innata del ser humano hacia la sociabilidad, siempre en busca de interacciones con otros individuos.

Sobre ello hablaba Goffman en la introducción de “The Presentation of Self in Everyday Life” (1959) señalando, “Cuando un individuo entra en la presencia de otros, comúnmente busca adquirir información sobre él o poner en juego información sobre él que ya posee” (p.1).

Más tarde, en su influyente obra "Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behaviour" (1967), Goffman introdujo el concepto de ‘face’ traducido como ‘cara’ o ‘imagen’ como una parte esencial de las interacciones sociales. Posteriormente, el concepto de ‘face’ también se convertiría en un aspecto clave de la teoría desarrollada por Brown y Levinson (1987). Sin embargo, los enfoques de Goffman (1955, 1967) y Brown & Levinson (1987) sobre el término ‘face’ varían ligeramente.

Para Goffman (1967), “the term face may be defined as the positive social value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact. Face is an image of self-delineated in terms of approved social attributes” (Goffman p.5). También señala que esta imagen puede ser influenciada por la forma en que uno se presenta a sí mismo (identidad, como más tarde analizaremos) (Goffman, 1967, p. 6). En resumen, según Goffman (1976), la ‘cara’ de una persona en una determinada interacción social es la

representación que esa persona ofrece de sí misma así como lo que los demás perciben, juzgan y valoran.

Brown y Levinson admitían en “Politeness Some Universals Language Usage” (1987) que su noción de ‘face’ derivaba de la desarrollada por Goffman (1967), siendo esta muy similar. Según Brown y Levinson (1987), " ‘Face’, the public self-image that every member wants to claim for himself” (p. 310). Además, Brown y Levinson sostienen que el concepto de imagen es común a todos los seres humanos, sin importar su cultura.

3.1.2 Concepto de identidad

Por otro lado, se encuentra el concepto de identidad. Fuentes Rodríguez (2021) advierte que la imagen social no refleja la verdadera identidad del individuo. “En un encuentro público con el otro, no se pone en juego la propia realidad o personalidad, sino un alter-ego creado para ese encuentro” (p.400). Entonces, ¿qué entendemos por identidad?

Laing (1974) identifica como ‘identidad’ lo que nos hace sentir nosotros mismos y nos identifica “en este lugar y este tiempo”. Es decir, la construcción de nuestra identidad se construye en un contexto específico, siendo dinámica y contextual e influenciada por factores sociales, culturales y personales. Según Fuentes Rodríguez (2021) “La identidad nos permite diferenciarnos del otro, tanto en el sentido personal como colectivo” (p.404). Es decir, mientras la imagen social es un ‘papel’ o un ‘rol’ que los interlocutores adquieren en los encuentros comunicativos, la identidad es el conjunto de características o rasgos, individuales o colectivos, que nos diferencian del resto de individuos.

Simon and Tröschel (2009) en ‘Self and Social Identity’ definen las características o rasgos principales de la identidad (p.109):

- Traits
- Abilities
- Attitudes
- Relationships with others
- Group memberships
- Social roles

En este punto, es importante recalcar que la imagen social y la identidad están estrechamente conectadas pues la manera en que nos percibimos (¿Cómo somos?) desempeña un papel esencial en la formación de nuestra imagen social (¿Cómo nos ven?).

Podemos observar la conexión entre la noción de imagen e identidad de manera gráfica en la siguiente figura:

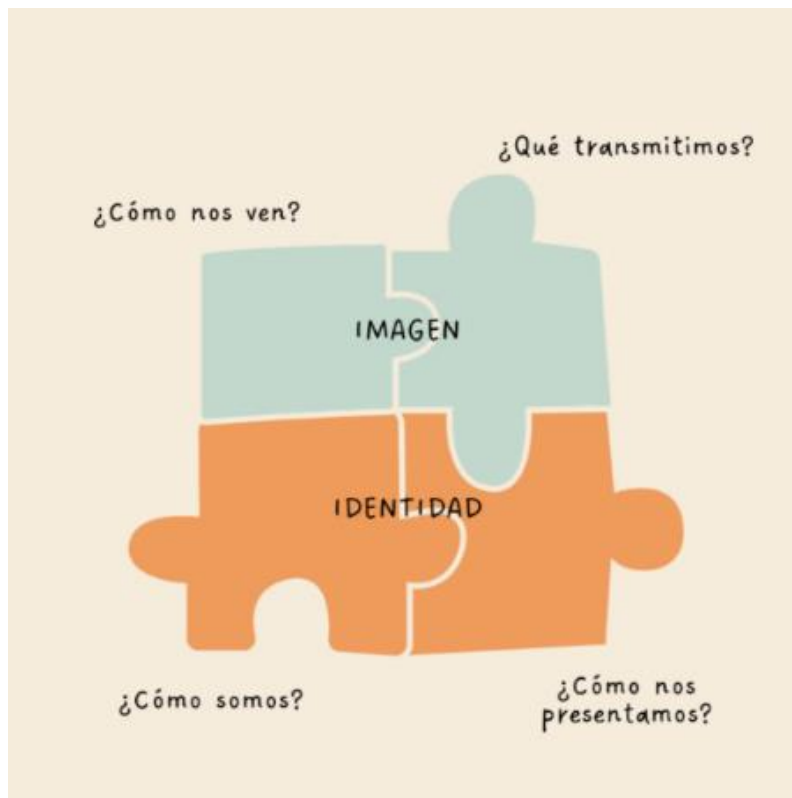


Figura 1. 'Imagen e Identidad'. Elaboración propia.

3.2 CORTESÍA Y DESCORTESÍA

Brown y Levinson (1978) fueron pioneros en discutir sobre 'cortesía' y 'descortesía', tomando como punto de partida la ya mencionada noción de imagen social ('face') de Goffman (1967) y sumándole sus aportaciones de 'imagen positiva' e 'imagen negativa'.

- La 'imagen positiva' se relaciona con "the positive consistent self-image or 'personality' (crucially including the desire that this self-image be appreciated and approved of) claimed by interactants" (p.310) . Es decir, la autoimagen reclamada por el interlocutor, incluyendo la necesidad de la aprobación y aceptación de los demás.

- Por otro lado, la 'imagen negativa' se relaciona con "the basic claim of territories, personal preserves, rights to non-distraction" (p. 310). Esto implica que la necesidad del interlocutor de proteger su propio 'territorio' y evitar imposiciones o impedimentos por parte de otros individuos.

Según Brown and Levinson (1978), en las interacciones, la imagen de los individuos es vulnerable y puede verse 'afectada o dañada' (lost), puede 'conservarse' (maintained) o puede 'mejorar' (enhanced). Estos cambios en la imagen de los interlocutores pueden lograrse a través de la cooperación o negociación de esta imagen en los encuentros comunicativos y, consecuentemente, mediante la cortesía y la descortesía.

In general, people cooperate (and assume each other's cooperation) in maintaining face in interaction, such cooperation being based on the mutual vulnerability of face. (Brown and Levinson, 1978, p.66)

En el caso de querer mantener, conservar o mejorar la imagen pública, los interlocutores deberán hacer uso de estrategias de cortesía. Según Lakoff (1973) la cortesía se rige por tres máximas (p. 298):

Rule 1: Do not impose.

Rule 2: Give options.

Rule 3: Make A[ddressee] feel good.

En caso contrario, en el caso de querer afectar o dañar la imagen de los individuos, los interlocutores utilizaran estrategias descorteses. Según Kaul de Marlangeon (2005), todo acto descortés incluye un “comportamiento comunicativo que ataca, daña, denigra u ofende la imagen social del interlocutor” (p. 303), añadiendo, además, la intención de causar un perjuicio para interlocutor, la interacción, o ambas.

Brown y Levinson (1978) incluye dentro de los actos descorteses “expressions of disapproval, criticism, contempt, or ridicule, complaints, reprimands, accusations, insults” (Brown y Levinson, 1978, p. 314). Por otro lado, Campillo Muñoz (2019) define estos actos comunicativos descorteses como ‘actos verbales violentos’ y los clasifica en cuanto a su intensidad:

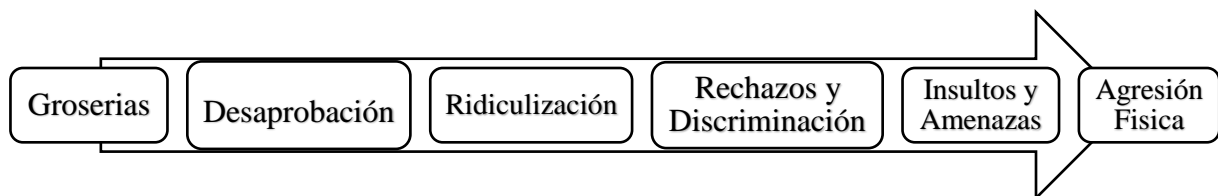


Figura 2. ‘Continuum de actos verbales violentos’ (Adaptado de Campillo Muñoz, 2019, p. 5).

En el ámbito político, existen líderes que basan su discurso en el conflicto y la intimidación. Díaz Pérez (2012) señala la intención de “hacer gala de su descortesía, que buscan la provocación y la ofensa directa, a veces descarnada” (p.85), mientras que Mayer (2009) lo define como ‘comunicación disfuncional persistente’ (p. 137).

Fuentes Rodríguez (2013) explica que estos individuos aspiran a justificar estos recursos argumentativos, como la descortesía, lo hacen validando sus propias perspectivas y rechazando y atacando las perspectivas ajenas (p.2).

A partir de estas afirmaciones, podemos llegar a la conclusión de que el uso de estrategias descorteses en la comunicación política busca provocar el conflicto en las interacciones comunicativas. Haciendo uso de estrategias descorteses, los actores políticos buscan atacar y perjudicar la imagen del adversario, y reforzar su imagen propia al mismo tiempo que se posicionan como la alternativa.

3.3 LA DESCORTESÍA Y LA VIRALIDAD COMO ESTRATEGÍA POLÍTICA EN TWITTER

En el artículo “Retórica y Cortesía” de Santiago Guervós (2010), el autor exponía, “(...) tanto la cortesía como la descortesía pueden tener objetivos de dominación que se aprovechan del conocimiento de la conducta humana” (p.5). Guervós señala cómo estas dos formas de comportamiento comunicativo pueden ser utilizadas de manera estratégica por los individuos para alcanzar ciertos objetivos u obtener ventajas en sus relaciones con los demás. Por lo tanto, en el ámbito político cuando un determinado actor político decide ser verbalmente descortés, podría estar utilizando la descortesía como estrategia comunicativa. De hecho, según Méndez Santos (2020) “Todo acto comunicativo dentro del discurso político es analizable como estrategia de comunicación de un partido” (p.54).

Este uso de la descortesía de manera estratégica puede ser bien con un fin mediático o con un fin ideológico (Fuentes Rodríguez, 2014). Por un lado, los actores políticos pueden utilizar la descortesía con un fin mediático, es decir, para potenciar el alcance de su discurso o aumentar la visibilidad del partido. En el contexto de Twitter, esto se materializa en la denominada ‘viralidad’ de los tuits. El término ‘viral’ es definido por la RAE (2022) como un mensaje que “se difunde con gran rapidez en las redes sociales”.

Según Blanco Pérez (2020), los discursos de odio, la agresividad comunicativa así como las ‘fake-news’ están íntimamente relacionados con la viralidad de los tuits. De hecho, un estudio realizado por Jiménez-Zafra et Al. (2021) demostró que, en el contexto político, la negatividad de un tuit está íntimamente relacionada con la posibilidad de que este se haga viral. En segundo lugar, como resultado de los objetivos mediáticos, la descortesía puede tener un propósito ideológico. Al lograr una mayor difusión de su mensaje y, por ende, una mayor visibilidad, los partidos políticos pueden aumentar su número de votantes.

Pedro Sánchez @Sanchezcastejon	Santiago Abascal @Santi_ABASCAL	Yolanda Díaz @Yolanda_Diaz	Alberto Núñez Feijóo @NunezFeijoo
1,8 M. seguidores	782,4 mil seguidores	634,4 mil seguidores	189,2 mil seguidores

PSOE @PSOE	VOX @vox_es	SUMAR @sumar	PP @ppopular
880,5 mil seguidores	547,8 mil seguidores	141,9 mil seguidores	864,3 mil seguidores

Tabla 1: Número de seguidores de los principales líderes y partidos políticos.

Elaboración propia a partir de datos de Twitter.

Las cifras muestran cómo un partido relativamente emergente como VOX, fundado a finales de 2013, cuenta con un gran número de seguidores, 547,8 mil seguidores. En perspectiva, los seguidores del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), 880,5 mil seguidores, con 144 años de existencia, y el Partido Popular (PP), 864,3 mil seguidores, con 34 años, contrastan significativamente con los 547,8 mil seguidores de VOX, con sólo 9 años de existencia. Además, Santiago Abascal es el segundo político español con más seguidores en esta plataforma (782,4 mil seguidores), solo superado por el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez (1,8 millones de seguidores).

Por lo tanto, en este contexto, podríamos considerar a los líderes como 'influencers' en el ámbito político. Cada tuit se convierte en la herramienta de propaganda política idónea para proyectar su imagen y construir su identidad. Según Fuentes Rodríguez (2021), "hay que buscar siempre nuevas sensaciones, que destaquen un producto frente al resto en esta lucha agónica por la audiencia" (p.403) En el contexto de Twitter, esta 'lucha agónica por la audiencia' se traduce en una constante batalla por la atención del potencial votante.

Además, según Fuentes Rodríguez (2021), la descortesía se utiliza metadiscursivamente como rasgo identitario en algunos discursos (p.411). En el caso de Santiago Abascal, su descortesía política se convierte en una pieza clave de su estrategia de comunicación y en la construcción de su identidad en esta plataforma. La descortesía se convierte un rasgo definitorio de su identidad, llegando incluso a definirse como 'políticamente incorrecto'. Según Ramos (2021), esta autodefinición forma parte de su imagen como 'outsider' o 'irreverente' (p.85).

Sin duda, la descortesía juega un papel fundamental en la plataforma Twitter como una herramienta comunicativa para aquellos partidos y líderes políticos que buscan la ‘viralidad’ de sus tuits, la visibilidad de sus campañas, y la relevancia de su partido.

3.4 POPULISMO EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

La Real Academia Española (RAE, 2022), define ‘populismo’ como "Tendencia política que pretende atraerse a las clases populares." Sobre populismo, el politólogo Cas Mudde señalaba en “The Populist Zeitgeist. Government and Opposition” (2004):

“(…) considera que la sociedad está separada en dos grupos homogéneos y antagónicos: el pueblo puro contra la élite corrupta, y que argumenta que la política debería ser una expresión de la voluntad general de la gente” (p.543).

Uribe (2017) hablaba sobre el término ‘neopopulismo’ definiéndolo como una nueva vanguardia política, la “vanguardia del desencanto” por su enfoque en la frustración y descontento generalizado del pueblo hacia el sistema político establecido y las élites, el denominado ‘establishment’ (2017, p.219, citado en González Castro, 2021).

Para comprender las características del populismo como tendencia política, Ernst et Al. (2018) en ‘Structures for Populist Communication’ realizan una categorización de las dimensiones así como mensajes y elementos estilísticos populistas presentes en esta vanguardia política. Las siguientes tablas están adaptadas de "Structures for Populist Communication" de Ernst et Al. (2018, p.5). Las tablas originales se encuentran en los anexos (ver Anexo A y Anexo B).

Categorías		
Dimensión	Mensaje Populista Clave	
Anti-elitismo	Desacreditando a la élite	Se acusa a las élites de ser malévolas, criminales, perezosas, estúpidas, extremistas, antidemocráticas.
	Culpando a la élite	Se describe a las élites como perjudiciales, una amenaza.
	Separación pueblo – elite	Se acusa a las élites de no ser cercanas al pueblo, no entender sus preocupaciones, no preocuparse por el mismo.

El pueblo como eje	Destacando las virtudes del pueblo	Se resalta las virtudes del pueblo. El pueblo es virtuoso, moral, carismático, creíble, inteligente, competente, coherente.
	Elogios a los logros del pueblo	Se describe al pueblo como responsable de una situación positiva.
	Homogeneizando al pueblo	Se describe al pueblo compartiendo sentimientos, deseos o opiniones comunes.
	Demostrando cercanía al pueblo	Se describe así mismo como perteneciente al pueblo, cercano al pueblo, conociendo al pueblo, hablando en nombre del pueblo, preocupándose por el pueblo.
Restauración de la soberanía	Demanda de soberanía popular	Se aboga por reformas institucionales generales para otorgar al pueblo más poder en el contexto de un tema específico (por ejemplo, elecciones, inmigración, seguridad).
	Negando la soberanía popular	Se niega la soberanía del pueblo. Las élites privan al pueblo de su soberanía. Se argumenta a favor de otorgar menos poder a las élites en el contexto de un tema específico (por ejemplo, elecciones, inmigración, seguridad).

Tabla 2: Adaptada de "Structures for Populist Communication" de Ernst et Al. (2018, p.4)

Categorías		
Dimensión	Elementos Estilísticos Populistas	
Negatividad	Negativismo	Se pinta a la sociedad y sus miembros (parte del pueblo) 'en negro' atribuyendo características negativas.
	Retórica de crisis	Se utiliza elementos retóricos de inmoralidad, exageración, escándalo, emergencia o retórica de guerra.
Emocionalidad	Tono emocional	Se utiliza un lenguaje emocional al expresar emociones positivas o negativas.
	Absolutismo	Se pinta el mundo en 'blanco y negro', sin matices.

	Patriotismo	Se realiza un énfasis en la superioridad del propio país, utópico e idealizado.
Sociabilidad	Coloquialismo	Se utiliza un lenguaje vulgar o argot, emplea sarcasmo o preguntas retóricas y se dirige a los objetivos con apodos.
	Intimismo	Se relata detalles personales e íntimos sobre la vida personal.

Tabla 3: Adaptada de "Structures for Populist Communication" de Ernst et al. (2018, p.5).

Dentro de esta investigación, nos enfocaremos en analizar tres mensajes clave populistas presentes en el discurso de Santiago Abascal en Twitter: 'Anti-elitismo', 'El pueblo como eje' y 'Restauración de la soberanía'. Además, analizaremos diferentes elementos estilísticos, como el negativismo y la retórica de crisis. Este análisis de elementos populistas es fundamental, ya que nos permitirá comprender las estrategias argumentativas que el líder político de VOX utiliza para comunicarse con sus seguidores, construir su identidad y proyectar su imagen pública.

4. CONTEXTO: VOX, TWITTER, Y LA CRISIS MIGRATORIA

4.1 VOX: ¿LA EXTREMA DERECHA EN ESPAÑA?

En mayo de 2016, el jefe de Gabinete del presidente de la Comisión Europea (CE), Jean-Claude Juncker, expresó su preocupación acerca de un posible "escenario de terror" para el año 2017 debido al auge de partidos populistas. Así lo manifestaba Martín Selmayr, en el contexto de la cumbre del G7 en Tokio en su perfil de Twitter:

@Martín Selmayr - 26/05/2016

“#G7. 2017 WITH Trump, Le Pen, Boris Johnson, Beppe Grillo? A horror scenario that shows very well why it is worth fighting populism. #withJuncker”

Desde la victoria de Donald Trump en los Estados Unidos en el año 2016, partidos populistas y ultraconservadores han experimentado un aumento en su crecimiento y apoyo en Europa (Lobato Palomino, 2020). Ejemplos de este fenómeno pueden observarse desde partidos como Alternativa para Alemania (AfD), el Partido de la Libertad de Austria (FPÖ), el Partido del Brexit en el Reino Unido, el Partido de la Liga en Italia, o hasta el propio Partido de Vox en España.

Fundado en diciembre de 2013, Vox surgió como una escisión del Partido Popular (PP), con Santiago Abascal, exmiembro del Partido Popular, como líder y presidente. Este partido autodenominado de ‘centroderecha nacional’ contó con la incorporación de algunos de los miembros más conservadores del Partido Popular, siendo 7 de sus 10 fundadores afines al expresidente José María Aznar. Estos miembros fueron duramente críticos con el Partido Popular bajo el mandato del aquel entonces Mariano Rajoy, acusándolo de ser demasiado moderado en cuestiones como valores tradicionales, la unidad de España y la libertad económica, e incluso tildando al PP de ‘derechita cobarde’.

Publicado en enero de 2014, el Manifiesto Fundacional de Vox declaraba sus principales objetivos: “cohesionar la Nación, conseguir la eficiencia del Estado, mejorar la calidad de las instituciones, garantizar la honradez de los responsables públicos e impulsar el crecimiento económico en beneficio de todos los ciudadanos” (p.1).

La estrategia de VOX fue fructífera consiguiendo, en las elecciones generales del 10 de noviembre de 2019, resultados históricos para el partido. Vox obtuvo 3.640.063 votos representando un 15,09% del total de votos y consiguiendo 52 escaños en el Congreso de los Diputados, consolidándose como tercera fuerza política en España (Ministerio del Interior, 2019).

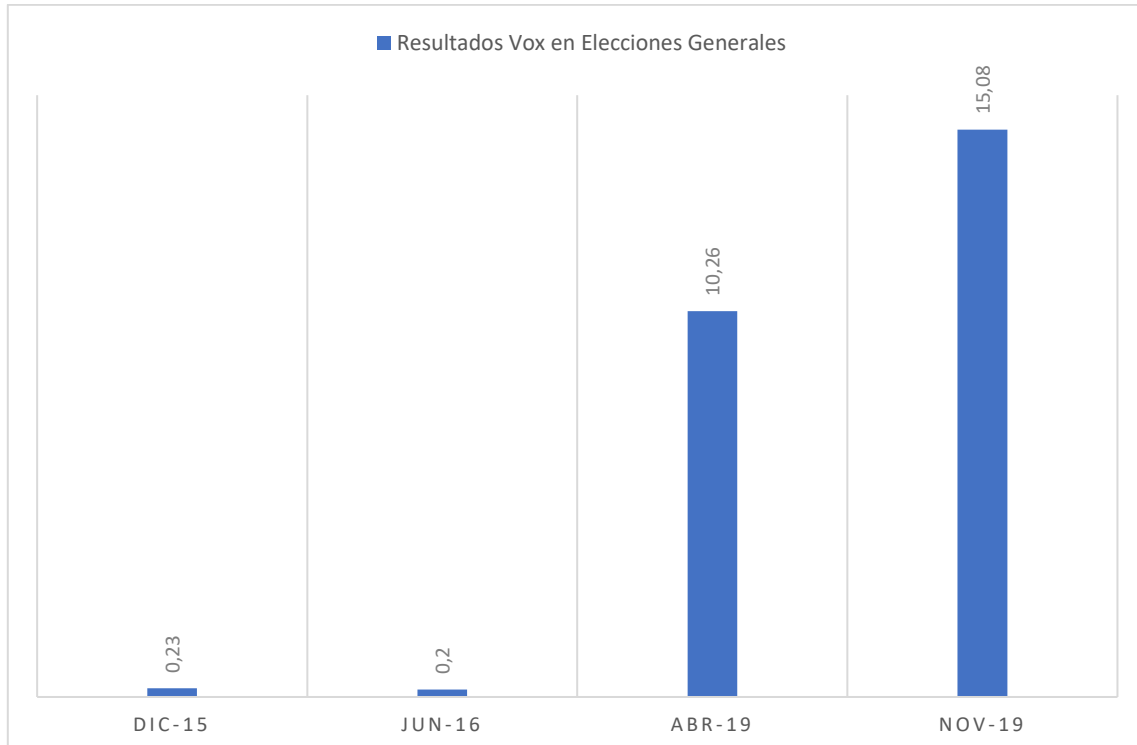


Figura 3. Fuente: elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Interior.

Desde el rotundo éxito de VOX en las elecciones generales de 2019, éste ha centrado su estrategia en adquirir un rol de oposición crítico. En concreto, se mostró confrontativo contra el gobierno liderado por el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en coalición con Unidas Podemos y, en particular, hacia el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, y el vicepresidente Pablo Iglesias.

En este punto, surge la pregunta: ¿Podemos considerar al partido de Santiago Abascal una fuerza de extrema derecha? Para responder a esta cuestión podemos acudir a “Populist Radical Right Parties in Europe”, donde politólogo Cas Mudde señala una ocho características comunes presentes en los partidos de extrema derecha en Europa.

1. **‘Nativismo’ o Nacionalismo.** Según Mudde, los partidos de extrema derecha generalmente fomentan un fuerte sentido de identidad nacional y cultural. Esos partidos sostienen que la cultura, la tradición y la identidad nacional están en peligro debido a la inmigración y la globalización.

2. **Antiinmigración:** Los partidos de extrema derecha suelen tener posiciones antiinmigración fuertes, abogando por la restricción de la inmigración y la protección de la identidad cultural nacional.

3. **Anti-elitismo:** Suelen argumentar en contra de las élites políticas y económicas, presentándose a sí mismos como representantes del "pueblo común" frente a una élite corrupta y desconectada.

4. **Autoritarismo:** Algunos partidos de extrema derecha tienden a apoyar políticas y medidas autoritarias, como la restricción de derechos civiles y la promoción de la ley y el orden.

5. **Autoritarismo:** Algunos partidos de extrema derecha tienden a apoyar políticas y medidas autoritarias, como la restricción de derechos civiles y la promoción de la ley y el orden.

6. **Antisistema:** A menudo se presentan como agentes de cambio radical y critican el sistema político existente como ineficiente o corrupto.

7. **Hostilidad hacia la Unión Europea:** Muchos de estos partidos son críticos de la Unión Europea y promueven la soberanía nacional sobre la integración europea.

8. **Nacionalismo étnico:** En algunos casos, estos partidos defienden un nacionalismo étnico, enfatizando la importancia de la etnia o la raza en la definición de la identidad nacional.

4.2 TWITTER Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Fundada en 2006, Twitter es una aplicación que pertenece a las categorías de microblogging. Esta plataforma permite a sus usuarios compartir mensajes cortos, denominados ‘tuits’ (Parselis, 2014). Durante la crisis humanitaria España-Marruecos el límite de caracteres en Twitter era de 280.

En estos mensajes cortos, los usuarios pueden incluir imágenes, videos o enlaces, entre otros. Además, los usuarios pueden seguir y ser seguidos por otros usuarios, responder, reaccionar, ‘retuitear’, y compartir mensajes. Esto genera una red de conexiones y facilita la interacción entre sus usuarios. Según, Congosto, Fernández y Moro (2011), estas características hacen de Twitter “una de las mayores fuentes de propagación de la información en tiempo real” (p.12).

Bimber & Davis (2003) ya anticipaban que Internet estaba emergiendo como una plataforma ideal para la comunicación directa de los candidatos con sus electores, sin filtros ni intermediarios. ‘Twitter’ va un paso más allá ya que sus características y diseño lo convierten en un canal óptimo para la comunicación, la difusión de mensajes políticos y el diálogo directo con los votantes, consolidándose como un medio oficial de comunicación política.

La mayor virtualidad de Twitter radica en la posibilidad de establecer una comunicación bidireccional entre partido político y ciudadano, algo que previamente no existía o sólo ocurría en raras ocasiones (Rodríguez Andrés & Ureña Uceda, 2011). En este sentido, Twitter conforma un entorno en el que los partidos llevan a cabo sus campañas, los periodistas elaboran narrativas y los votantes pueden participar activamente en el debate político (Campos-Domínguez, 2017).

En ‘Diez Razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral’ (2011), Rodríguez Andrés et. Al, señalaban, entre otros, algunos de estos motivos:

4. Twitter permite comunicación recíproca con el ciudadano.
5. Twitter es una herramienta de comunicación interna y genera comunidad.
6. Por sus propias características, Twitter es un termómetro social.

De acuerdo con investigación realizada en el año 2019 por la agencia de investigación ‘El Departamento’ en colaboración con *Twitter España*, ‘Twitter’ se posiciona como la red social líder para la búsqueda de información política. Según esta agencia, el 64% de los usuarios de Twitter, al menos una vez a la semana, recurren a la plataforma para informarse de temas políticos.

“Siete de cada diez usuarios reconocen que Twitter le permite conocer de primera mano, y antes que ningún otro medio, decisiones o declaraciones de los políticos, y ofrece la

posibilidad de seguir en directo y en tiempo real momentos políticos clave” (Twitter Blog, 2019).

A la luz de estos datos, resulta innegable que Twitter desempeña un papel fundamental en la comunicación política. Esta plataforma puede utilizarse para forjar la imagen e identidad de un partido político o de un líder, crear narrativas, movilizar a los seguidores, y amplificar mensajes clave que influyan en la opinión pública y en la toma de decisiones políticas. El objetivo de esta investigación es demostrar cómo Twitter tiene un papel fundamental en la construcción del discurso, imagen e identidad de un político español durante un periodo determinado.

Cuando ocurre una crisis, como una crisis migratoria, Twitter también se convierte en una herramienta crucial en la comunicación política. Según Lachlan et al. (2015), “Social media can be advantageous in the face of crises as information and pleas for help can spread across the world in a matter of minutes” [las redes sociales pueden ser ventajosas ante las crisis, ya que la información y las peticiones de ayuda pueden extenderse por todo el mundo en cuestión de minutos] (p. 652).

Es decir, esta plataforma puede ser utilizada con diversos propósitos, como proporcionar actualizaciones inmediatas, difundir mensajes de solidaridad y apoyo, compartir información, incluso como un espacio para debatir cuestiones relacionadas con la crisis así como presentar posibles soluciones.

4.3 LA CRISIS MIGRATORIA ESPAÑA- MARRUECOS

El día 17 de mayo de 2021 se registró un aumento sin precedentes en las entradas a territorio español. Cerca de 9,000 personas, de las cuales 1,200 eran menores no acompañados, ingresaron a la ciudad autónoma de Ceuta después de que la policía marroquí suavizara los controles fronterizos (Parlamento Europeo, resolución 2021/2747 RSP).

El Parlamento Europeo afirmó que la crisis fue resultado de la hospitalización en España del líder del Frente Polisario, Brahim Ghali por ‘razones humanitarias’, COVID-19. Además, se destaca que incluso el ministro de Asuntos Exteriores marroquí reconoció que la crisis se originó debido a la acogida de Ghali en el país.

Además, el Parlamento Europeo condenó el uso de menores por parte de las autoridades marroquíes durante la crisis migratoria en Ceuta:

“(…) A la mayoría de los menores se les hizo creer erróneamente que grandes estrellas del mundo del fútbol jugaban un partido con entrada gratuita en la ciudad de Ceuta y que iban en una excursión escolar” (p.3).

Al día siguiente, el 18 de mayo de 2021, el presidente del gobierno, Pedro Sánchez comparecía ante los medios. En esta declaración institucional, el presidente del Gobierno admitía:

Mi prioridad como presidente del Gobierno de España en estos momentos es la de garantizar el control del tránsito en la frontera con Marruecos, dotar a las ciudades de Ceuta y Melilla de todos los medios necesarios para solventar la crisis humanitaria que supone esta llegada de personas y, proceder a la devolución inmediata, repito, a la devolución inmediata de todo aquel que haya entrado irregularmente en Ceuta y Melilla, tal y como está previsto en los Acuerdos que España tiene firmados con Marruecos desde hace años (La Moncloa, 2021a).

En este discurso, el presidente del Gobierno emplea un lenguaje contundente al expresar su compromiso en proporcionar una respuesta eficaz a la crisis humanitaria. La reiteración de la frase ‘devolución inmediata’, no sólo refleja la postura firme de Sánchez, sino también su determinación en aplicar los acuerdos existentes con Marruecos. Posteriormente, Sánchez enfatiza la importancia de la amistad y cooperación entre los dos países vecinos, así como su determinación en fortalecer la relación en el futuro.

Siempre, como presidente del Gobierno de España, he creído firmemente que Marruecos es un país socio y es un país amigo de España y así debe seguir siendo. El cuidado de nuestras relaciones ha formado parte desde siempre de la política exterior española, también de mi Gobierno, y así debe seguir siendo. Mi deseo, como el de todos los españoles, es estrechar aún más esta relación de amistad con nuestros vecinos marroquíes (La Moncloa, 2021a).

El lenguaje utilizado en este discurso es diplomático, moderado, cordial, e incluso afectuoso. El presidente repite en dos ocasiones la frase 'así debe seguir siendo', enfatizando su deseo explícito de fortalecer relación de amistad con Marruecos y subrayando la importancia de la continuidad de las relaciones diplomáticas en el futuro.

El uso de las palabras como "amistad", "socio" o "amigo" refuerza la idea central del discurso, sosteniendo que Marruecos es un país socio y amigo de España, y creando una imagen positiva de la relación bilateral entre ambos países. Así, el discurso de Pedro Sánchez parece estar dirigido, al menos en parte, a mitigar las tensiones y preocupaciones existentes dentro de

la población en medio de la crisis migratoria, enfocándola diplomáticamente y manteniendo un tono constructivo y amigable.

Asimismo, María Jesús Montero, la vicesecretaria general del PSOE y ministra de Hacienda, denunciaba los mensajes xenófobos por parte de miembros de VOX en la reunión del Consejo de ministros. Montero destacaba la necesidad de que los líderes políticos actuasen con responsabilidad y prudencia, evitando los discursos de odio, con el objetivo de prevenir que la crisis migratoria generase miedo o tensión en la ciudadanía. Además, la ministra hacía un llamado al 'sentido de Estado', sugiriendo que era esencial que los dirigentes políticos colaborasen para abordar la crisis de manera efectiva, por encima de intereses partidista

Lo último que necesita una crisis migratoria y humanitaria es que dirigentes políticos azucen el odio o el miedo, por lo que pedimos responsabilidad, prudencia y sentido de Estado para no dar pie a situaciones que puedan generar más miedos o crispación en la ciudadanía

(La Moncloa, 2021b).

Tan sólo un día después de esta llamada a la responsabilidad y prudencia de la ministra Montero, Santiago Abascal, líder y presidente de VOX, calificaba la crisis migratoria de 'invasión' y abogó por la militarización de nuestras fronteras y la necesidad de "construir un muro infranqueable" (EL ESPAÑOL, 19 de mayo de 2021).

5. CORPUS Y ANALISIS DE LOS TUIITS

Este Trabajo Final de Máster tiene como objetivo analizar el discurso de Santiago Abascal, líder y presidente del partido político VOX, en su perfil oficial de Twitter (@Santi_ABASCAL). Con este propósito, se ha elaborado un corpus que abarca los tuits publicados desde el 17 de mayo de 2021 hasta el 29 agosto de 2021.

Cabe destacar que los tuits seleccionados entre estas fechas están relacionados con la crisis migratoria de España– Marruecos y sus consecuencias, excluyendo cualquier tuit que no esté relacionado con dicho conflicto. Para la recopilación de tuits, se ha utilizado la función de búsqueda avanzada de Twitter, permitiendo esta herramienta la búsqueda, selección y recopilación de tuits ajustándose a los criterios temporales para su posterior análisis. Como hemos mencionado anteriormente, este análisis sigue el enfoque de la lingüística pragmática, examinando cómo el líder de VOX hace uso del lenguaje para proyectar una determinada imagen, construir su identidad así como persuadir e influir en la opinión pública en el contexto de la crisis humanitaria de España-Marruecos.

El total de tuits de Santiago Abascal analizados asciende a 63 (véase Tabla 1).

	17-31 de mayo	junio	julio	1-29 de agosto	total
Número de tuits	34	1	9	19	63

Tabla 3: Número de tuits publicados en la cuenta oficial de Santiago Abascal (@Santi_ABASCAL) durante el periodo analizado. Elaboración propia.

En el análisis de los tuits publicados por Santiago Abascal, se han identificado patrones de comportamiento y estrategias de comunicación política que han permitido identificar 5 fases en esta crisis humanitaria.

- Fase 1: Anti-elitismo. Abascal critica desde el Gobierno español y el gobierno marroquí, hasta el Partido Popular, periodistas y figuras de poder, incluso la plataforma de Twitter, a través de la cual se comunica.

- Fase 2: Empatía. Abascal cambia su tono y se muestra cercano y solidario con los habitantes de Ceuta, expresando su apoyo incondicional hacia ellos.

- Fase 3: Alarmismo. Abascal advierte sobre las posibles consecuencias negativas de la situación, enfatizando la gravedad y urgencia de la crisis.

- Fase 4: Cuestionamiento de principios democráticos y libertades. Abascal pone en duda los valores fundamentales de la democracia y las libertades de los españoles en el contexto de la crisis migratoria.

- Fase 5: Criminalización. Abascal relaciona noticias de delincuencia con la inmigración, contribuyendo así a la estigmatización y criminalización de la población inmigrante.

El día de inicio de la crisis migratoria, el 17 de mayo de 2021, Santiago Abascal publicaba sus primeros cinco tuits en referencia a la crisis migratoria, iniciando así la **fase 1, Anti-elitismo**, en la que desacredita y culpabiliza a la élite, creando una separación entre el pueblo y la élite.

El primer tuit citaba el titular de una noticia de un diario digital “El Gobierno cifra ya en 5.000 personas la avalancha de entradas a Ceuta desde Marruecos” (*El Independiente*, 2021). El líder de VOX citaba esta noticia y respondía:

(tuit 1) @Santi_ABASCAL 17/05/2021

Esta invasión de MENAs es el resultado del consenso progre de políticos, periodistas y poderosos, que nos demonizan por denunciarla. El problema es que las consecuencias no las pagan los culpables sino todos los españoles, con la ruina y la inseguridad.

(tuit 2) @Santi_ABASCAL 17/05/2021

Marruecos está invadiendo #Ceuta con miles de asaltantes por la inacción cobarde y criminal del Gobierno que ha rendido nuestra frontera sur. Exigimos el despliegue del ejército y la expulsión de los invasores. Mañana me desplazaré a Ceuta para apoyar a nuestros compatriotas.

(tuit 3) @Santi_ABASCAL 17/05/2021

Pedro Sánchez ha rendido la frontera sur de España en Ceuta, Melilla y en nuestras costas peninsulares. No están llegando refugiados que huyen de una tiranía, están entrando soldados obedeciendo a su gobierno, el marroquí, que ha ordenado la invasión.

(tuit 4) @Santi_ABASCAL 17/05/2021

En estos momentos Ceuta está fuera de control. El ejército debe ser desplegado inmediatamente, la seguridad y libertad de los habitantes de Ceuta garantizada, y los invasores expulsados.

En tan solo cinco tuits y con un total de 152 palabras, Santiago Abascal logra tejer una narrativa completa. En esta narrativa, Abascal presenta una clara dicotomía entre dos grupos: los que considera "buenos" y los que percibe como "malos". Esta simplificación extrema de una situación tan compleja como lo fue la crisis migratoria España-Marruecos, muestra rasgos de maniqueísmo, ya que Abascal divide la crisis en términos extremadamente simplificados de bien o mal, 'blanco o negro', sin considerar posibles matices o complejidades. Además, esta narrativa fomenta la polarización y creando así una clara división en la opinión pública.

Según Wodak (2015), los partidos de extrema derecha tienden a seguir la lógica amigo-enemigos. Así, Abascal identifica como "enemigos" a los responsables de la crisis migratoria, a quienes denomina "los asaltantes", "MENAs" y "los soldados" del gobierno marroquí, así como al gobierno español por su "inacción cobarde y criminal" y particularmente a "Pedro Sánchez", futuros culpables de la "ruina e inseguridad" de España.

Además, señala como también culpables a 'la triple P': "políticos, periodistas y poderosos". Esto refleja claramente características del 'Anti-elitismo' (Ernst et al. 2018), como la desacreditación de la élite, la culpabilización de la élite y la separación entre el pueblo y la élite. Desacreditando y culpabilizando a la élite mediante insultos y provocaciones, Abascal pretende validar sus propios ideales mediante el rechazo y el ataque de los ajenos.

Como hemos mencionamos anteriormente, "La identidad nos permite diferenciarnos del otro, tanto en el sentido personal como colectivo" (Fuentes Rodríguez (2021, p.404). En este sentido, en la construcción de su identidad, Abascal se posiciona asimismo y a su partido político en total contraste contra el 'establishment político'. Ante la "invasión", Ceuta esta

“fuera de control” por la “inacción cobarde y criminal del Gobierno”. Abascal acusa y descredita a Pedro Sánchez y al Gobierno de España, construyendo su identidad en completa contraposición, Abascal “apoya a nuestros compatriotas”, “exige el despliegue del ejército” así como la “expulsión de los invasores”.

Así, utiliza la descortesía verbal hacia sus adversarios políticos como una estrategia política, posicionándose como ‘la única alternativa’. En otras palabras, mediante la descortesía en sus tuits, Abascal busca preservar su imagen pública y construir su identidad al mismo tiempo que perjudica la imagen de sus oponentes.

Esta descortesía verbal y la controversialidad de sus publicaciones tuvieron consecuencias debido a que las reglas de Twitter establecen normas para supervisar el contenido en la plataforma. Ante la suspensión de uno de sus tweets por conducta de incitación al odio de uno de sus tuits sobre la crisis migratoria, Abascal respondía:

(tuit 5) @Santi_ABASCAL 18/05/2021

Los oligarcas de TWITTER colaboran con la invasión de España, y criminalizan a los representantes de los españoles. Si algún día el señor Dorsey pisa España, le pondremos delante de un juez para que explique con qué derecho pisotea nuestra constitución, soberanía y libertades.

En este tuit, Santiago Abascal acusa directamente a un CEO de Twitter, Jack Dorsey de colaborar con la supuesta "invasión de España" y de criminalizar a los “representantes” del país, VOX. Abascal, en tono amenazante, advierte con “ponerlo frente a un juez” ya que éste supuestamente viola la Constitución, la soberanía y las libertades de España.

Nuevamente, Abascal se posiciona en contra de otro adversario, en este caso, la propia plataforma Twitter. En la construcción de su identidad, Abascal recuerda al Don Quijote de la Mancha de Miguel de Cervantes y su expresión popular ‘luchar contra molinos de viento’. Su identidad parece estar fundamentada en la lucha contra cualquier cosa que se desvíe de su propia identidad. En otras palabras, todo lo que no sea VOX es considerado como un oponente, un enemigo y una amenaza para los españoles. De hecho, la propia campaña política del partido ha basado su identidad en esta lucha o ‘batalla’ contra molinos de viento o ‘enemigos imaginarios’, como ocurría en las elecciones del año 2019 y esta imagen del Señor de los Anillos publicada por VOX:



Figura 4: Imagen publicada por @vox_es en Twitter el 28/04/2019: “¡Qué comience la batalla!”

Se observa una dinámica similar en el siguiente tuit:

(tuit 6) @Santi_ABASCAL 18/05/2021

Al insolidario Feijóo no le gusta que hablemos de invasión cuando se está produciendo una invasión en Ceuta Y repite que Marruecos es un “aliado”. Será aliado suyo. Ahora es un país que está agrediendo nuestra soberanía, y los políticos debemos llamar a las cosas por su nombre.

En este tuit, Santiago Abascal critica a Alberto Núñez Feijóo del Partido Popular, a quien califica de "insolidario" por su desacuerdo con respecto a lo que Abascal denomina una "invasión", término que utiliza para describir la crisis humanitaria en Ceuta. Abascal también cuestiona la percepción de Feijóo sobre Marruecos como un “aliado”. Además, Abascal enfatiza la importancia de que los políticos se expresen de manera clara y sin rodeos en este contexto y presenta a su partido político, VOX, como aquel que sí lo hace.

Si analizamos ambos tuits, podemos identificar patrones similares que son característicos del estilo de comunicación de Santiago Abascal:

- Abascal presenta acusaciones graves y conspiraciones sin proporcionar pruebas que respalden sus afirmaciones.
- El tono de Santiago Abascal es claramente desafiante y amenazante.
- Abascal retrata a sus adversarios políticos, como Alberto Núñez Feijóo o los ‘oligarcas’ de Twitter, como una amenaza contra la Constitución y la soberanía de España.

– Además, utiliza elementos retóricos de crisis y un tono emocional para enfatizar la gravedad y urgencia de la situación

De este modo, Santiago Abascal hace uso de la descortesía como un rasgo identitario, convirtiéndose además en una pieza clave de su estrategia de comunicación. A diferencia de sus adversarios políticos, Abascal es capaz de "llamar a las cosas por su nombre," considerando la crisis humanitaria como una "invasión." Además, Abascal no considera a Marruecos como un aliado, ya este país "agrede" nuestra soberanía.

Así, frente al público votante, Abascal se presenta como un líder "políticamente incorrecto," "outsider," e "irreverente," capaz de abordar temas que otros líderes políticos evitan.

Sin embargo, al día siguiente, cuando Abascal se dirige hacia Ceuta, podemos notar un cambio significativo en sus tuits. En estos mensajes, Abascal no adopta un tono amenazante ni se dirige a las élites:

(tuit 7) @Santi_ABASCAL 19/05/2021

En Algeciras, a punto de embarcar rumbo a #Ceuta, he tenido el honor de encontrarme con una compañía de los regulares que van hoy mismo a sonder nuestras fronteras, nuestra seguridad y nuestras libertades. Gracias por proteger a los españoles.

(tuit 8) @Santi_ABASCAL 19/05/2021

En #Ceuta, con nuestra gente, los españoles que han visto invadida su ciudad, amenazado su modo de vida, su seguridad y libertad, y que han sido abandonados por un gobierno incapaz de defender a los españoles, a España y sus fronteras. Estamos con vosotros. Ceuta siempre España.

A partir de estos tuits, identificamos la **fase 2: Empatía**. Abascal pasa de buscar culpables a mostrar su solidaridad con los habitantes de Ceuta, expresando su apoyo incondicional hacia ellos. Sin embargo, a pesar de su expresión de apoyo y solidaridad hacia los habitantes de Ceuta, Abascal continúa con la confrontación en sus mensajes. En particular, sigue desacreditando al Gobierno al afirmar que los ciudadanos ceutíes "han sido abandonados por un gobierno incapaz de defender a los españoles, a España y sus fronteras". Mediante esta desacreditación de su adversario político, Abascal continúa creando una separación entre el pueblo y la élite, y se posiciona como la alternativa y la voz que defenderá los intereses de los españoles, como lo refleja en el siguiente tuit:

(tuit 9) @Santi_ABASCAL 19/05/2021

#Ceuta. Estamos con vosotros. No os vamos a dejar solos. Ceuta es España. Vamos a recuperar nuestra prosperidad y seguridad, vamos a defender nuestras fronteras, vamos a expulsar a todos los invasores enviados por el gobierno marroquí.

Santiago Abascal retrata una situación de absoluta crisis para los ciudadanos ceutíes que se han visto afectados por la invasión, asegura la incapacidad del gobierno para proteger a los españoles y las fronteras de España, presentándose así como la única opción para abordar esta crisis.

Tras esta fase de solidaridad, en sus siguientes tuits Abascal tiende a un tono emocional, crítico y acusatorio refiriéndose a las políticas de inmigración del Gobierno de España, dejando paso a la **fase 3: Alarmismo**. Abascal advierte sobre las posibles consecuencias negativas de la situación, enfatizando la gravedad y urgencia de la crisis.

(tuit 10) @Santi_ABASCAL 21/05/2021

Están destruyendo el futuro de los jóvenes españoles. Están robándonos el mañana. Y se empeñan en seguir el camino que en buena parte de Europa ya ha fracasado destruyendo las sociedades, la seguridad, la prosperidad y la libertad. #StopInvasionMigratoria

(tuit 11) @Santi_ABASCAL 23/05/2021

Ya no esconden lo que quieren: Imponer una sociedad multicultural mediante la inmigración masiva, establecer una nueva religión (la climática), desindustrializar España, subir aún más los impuestos y arruinar a las clases medias.

(tuit 12) @Santi_ABASCAL 24/05/2021

La agenda 2050 de Sánchez es un plan declarado de inmigración masiva y de sustitución poblacional que va a importar masivamente varones en edad militar desde África mientras condena a la emigración a los jóvenes españoles a los que han robado el futuro. No vamos a permitirlo.

En estos tuits, Abascal presenta a nuevos ‘enemigos de España’ que, en su opinión, están "robando el mañana" de los jóvenes españoles. Estos son, las ‘inmigración masiva’, ‘la Agenda 2025 de Sánchez’ y la ‘multiculturalidad’. Especialmente desafortunado, Abascal señala que la Agenda 2050 “va a importar masivamente varones en edad militar”, insinuando un riesgo para la seguridad de España, generando temor y desconfianza en la población.

En esta fase de alarmismo, Santiago Abascal alerta sobre las posibles consecuencias de la crisis con la posible intención de crear crispación e inquietud entre los ciudadanos. Esta alarma se crea a partir del uso de verbos como ‘destruir’, ‘robar’, ‘imponer’ o ‘condenar’, enfatizando la gravedad y urgencia de la crisis.

Tras esta fase de alarmismo social, Abascal parece transitar hacia la **fase 4: Cuestionamiento de principios democráticos y libertades**. Durante los días 23, 24 y 25 de mayo, Abascal se presenta activo en Twitter con una gran cantidad de tuits publicados debido a su disconformidad con la Delegación del Gobierno en Ceuta, que prohibió las concentraciones en la ciudad por “motivos de seguridad” (EL MUNDO, 2021). Por ello, Abascal procede a poner en duda los valores fundamentales de la democracia y las libertades de los españoles en el contexto de la crisis migratoria. Estos son, entre otros, algunos de los tuits de Abascal respecto a ello:

(tuit 13) @Santi_ABASCAL 23/05/2021

Ceuta está sufriendo la dejadez del gobierno, que ha rendido las fronteras, y ni siquiera se permite a los ceutíes manifestarse para exigir la protección y las medidas que el gobierno les debe. Recurriremos y estaremos en Ceuta, por supuesto.

(tuit 14) @Santi_ABASCAL 24/05/2021

1° VOX convoca un acto público en Ceuta. 2° Los quintacolumnistas de Mohamed VI y los terroristas antifa de Sánchez amenazan nuestro acto. 3° El Gobierno de Sánchez prohíbe el acto político por razones de seguridad. ¿Hay precedentes? 4° Sea como sea, mañana estaré en Ceuta.

(tuit 15) @Santi_ABASCAL 24/05/2021

El gobierno de Sánchez, con la complicidad del PP, perpetra un ataque directo a las libertades de los españoles de Ceuta. Impide nuestra manifestación y al mismo tiempo, permite que 350 fanáticos (gritando Sánchez presidente y Allahu akbar) boicoteen nuestra declaración de prensa.

(tuit 16) @Santi_ABASCAL 25/05/2021

Impiden el derecho constitucional de manifestación de los españoles. Otorgan el derecho de contramanifestación a extranjeros ilegales. Al grito de "Allahu akbar" y "Sánchez presidente" agredieron a la policía y trataron de asaltar el hotel. Retratados.

En esta fase, Santiago Abascal se vuelve extremadamente crítico contra el gobierno por su supuesta inacción y falta de protección hacia los ciudadanos de Ceuta, negándoles su derecho constitucional a manifestarse. Así, Abascal pone en duda uno de los valores fundamentales de la democracia y de las libertades de los españoles, como lo es el derecho a la manifestación.

Además, Abascal presenta una narrativa en la que sugiere que una serie de eventos han llevado a la prohibición de la manifestación de VOX en Ceuta. Afirma que el gobierno y los "quintacolumnistas de Mohamed VI" están amenazando el evento de VOX, lo que, según él, pone en duda los valores fundamentales de la democracia y las libertades de los españoles.

Además, según Abascal el Gobierno sí permite el derecho a manifestación a los “extranjeros ilegales”. Así, presenta una presunta situación de diferencia de trato por parte del Gobierno hacia los ciudadanos españoles frente a los ciudadanos extranjeros en situación irregular.

Según el líder de VOX, los extranjeros 'ilegales', a quienes denomina 'fanáticos', gritaban "Allahu akbar" (Dios es grande) y "Sánchez presidente", además de señalar que agredieron a la policía e intentaron asaltar el hotel. Al igual que en ocasiones anteriores, Abascal presenta acusaciones graves sin proporcionar pruebas que respalden sus afirmaciones.

Y no solo eso, Abascal utiliza una retórica polarizante que parece intentar asociar a los inmigrantes con actos de terrorismo, conductas agresivas y delictivas.

Abascal se aprovecha de la errónea asociación entre la expresión "Allahu akbar", que es una manifestación religiosa común y que no guarda relación con actos de terrorismo, y el terrorismo que, en ocasiones, se hace por parte de la población. De esta manera, insinúa una conexión entre el grito "Allahu akbar" (Dios es grande) y conductas agresivas “agredieron a la policía y trataron de asaltar el hotel”. Esta conducta contribuye a la estigmatización y la discriminación del migrante.

A través de las estrategias de confrontación, crítica al gobierno, narrativa de crisis y la estigmatización del migrante para destacar la gravedad de la situación en Ceuta, Santiago Abascal consigue presentar, una vez más, a VOX como la única alternativa posible.

Finalmente, llegamos a la última fase que hemos identificado en el periodo de la crisis migratoria España-Marruecos. En esta **fase 5: Criminalización**, Abascal relaciona noticias de delincuencia con la inmigración, contribuyendo así a la estigmatización y criminalización de la población inmigrante.

(tuit 17) @Santi_ABASCAL 21/08/2021

De momento no hay código penal en occidente que les trate como se merecen. Pero casi tan repugnante como el crimen de estos salvajes, es el silencio cómplice del “feminismo oficial”, que enmudece ante estas manadas repetidas. Estas víctimas no les importan. A nosotros sí.

(tuit 18) @Santi_ABASCAL 21/08/2021

Y no callaremos nunca a pesar de la demonización de los medios de comunicación y del silenciamiento de los dueños de las redes sociales. No descansaremos hasta que España vuelva a ser un lugar seguro para las mujeres. Y un infierno para salvajes como estos.

(tuit 19) @Santi_ABASCAL 24/08/2021

Un anciano español de 77 años asaltado en su propia casa por un inmigrante ilegal con una motosierra en Ciudad Real. Una joven de 18 años secuestrada, torturada y violada por tres marroquíes en Formentera. Este es el resultado judicial de ambos casos.

(tuit 20) @Santi_ABASCAL 24/08/2021

Debemos afrontar la realidad: nuestro sistema penal, unido al acoso ideológico amparado por grandes medios, muchas veces deja indefensos a españoles honrados y protege a criminales. Es necesaria una reforma profunda... y cualquier persona con sentido común sabe en qué dirección.

En estos cuatro tuits, Santiago Abascal aborda temas relacionados con la seguridad y la justicia en España, especialmente en lo que respecta a crímenes cometidos por inmigrantes y el funcionamiento del sistema judicial. Podemos observar cómo Abascal sigue una estrategia particular. Abascal comienza denunciando estos crímenes, resaltando la gravedad de estos. Retuitea noticias sobre crímenes supuestamente cometidos por lo que él denomina "salvajes", "manadas" y "criminales". Este discurso se caracteriza por su descortesía lleno de expresiones de desaprobación, críticas, desprecios, acusaciones e insultos.

Esta descortesía tiene como objetivo influir en la imagen del inmigrante. Se intenta establecer o relacionar una serie de actos delictivos con la crisis migratoria, dando lugar a la percepción generalizada de que la población inmigrante está involucrada en actividades de este tipo. Esta estrategia contribuye a la estigmatización de un grupo minoritario y marginado, como es el de los inmigrantes.

Por otro lado, otro de los principales objetivos es culpabilizar a sus oponentes dañando su imagen y reforzando la suya propia, ¿quiénes son estos oponentes? Las élites:

- El Gobierno.
- El feminismo.
- Los medios de comunicación.
- Los dueños de las redes sociales.

Según señala Abascal, estos son los presuntos culpables de esta situación, de la crisis migratoria España-Marruecos. Además, los acusa un sistema judicial que deja “indefensos” a los “españoles honrados” y protege a “criminales”.

¿Cómo construye su identidad Abascal a partir de esto? Haciendo uso de estrategias descorteses, Abascal perjudica la imagen de sus adversarios, y refuerza su imagen propia al mismo tiempo que se posiciona como la única alternativa. Y refuerza su hipótesis:

Mientras que a las élites: “estas víctimas no les importan”

Abascal subraya:

“A nosotros sí”.

“No descansaremos hasta que España vuelva a ser un lugar seguro. Y un infierno para salvajes como estos”.

“Y no callaremos nunca”.

Asimismo, relaciona a las élites con verbos como “silenciar” o “demonizar” y asociándolas como una amenaza o perjudiciales para el pueblo.

Por último, cabe destacar el uso de la frase “cualquier persona con sentido común”. En ella, podemos reconocer una vez más la retórica persuasiva de Abascal intentando establecer un sentido de acuerdo generalizado. Al utilizar esta frase, Abascal busca crear los votantes una sensación de consenso y respaldo a su punto de vista.

Así, Abascal lleva a cabo esta retórica persuasiva, e incluso manipuladora, simplificando un tema tan complejo como la crisis humanitaria, insinuando que su solución es tan obvia que sería comprensible para “cualquier persona con sentido común”, desacreditando implícitamente a aquellos que no compartan su perspectiva.

Por otro lado, además del análisis de los tuits, también hemos realizado un conteo de ocurrencias de palabras clave en la cuenta de Twitter de Santiago Abascal (@Santi_ABASCAL) durante el período que abarca desde el 17 de mayo de 2021 hasta el 29 de agosto de 2021. Esta tabla de ocurrencias proporciona una visión cuantitativa de las palabras clave que Abascal ha destacado en su comunicación a través de Twitter, tal y como podemos ver a continuación:

<i>Invasión</i>	8	<i>Gobierno</i>	26	<i>Invadir (v)</i>	3
<i>Invasores</i>	4	<i>Español(es)</i>	23	<i>Robar (v)</i>	5
<i>Defensa</i>	5	<i>Soberanía</i>	8	<i>Imponer (v)</i>	2
<i>Expulsión</i>	2	<i>Ilegal (es)</i>	9	<i>Traicionar (v)</i>	2
<i>Frontera (s)</i>	22	<i>Dictadura</i>	2	<i>Silenciar (v)</i>	3
<i>Efecto llamada</i>	5	<i>Imposición</i>	3	<i>Denunciar (v)</i>	4
<i>Criminal (es)</i>	3	<i>Aliado(s)</i>	3	<i>Amenazar (v)</i>	4
<i>Yihadista</i>	2	<i>Socio(s)</i>	2	<i>Sufrir (v)</i>	6

<i>Yihadismo</i>	1	<i>Responsables</i>	2	<i>Asaltar (v)</i>	5
<i>Delincuente</i>	2	<i>Complicidad</i>	3	<i>Agredir (v)</i>	2
<i>Menas</i>	3	<i>Consecuencias</i>	4	<i>Demonizar (v)</i>	4
<i>Inseguridad</i>	4	<i>Mentiras</i>	2	<i>Atacar (v)</i>	2
<i>Enemigo</i>	2	<i>Ataque</i>	2	<i>Abandonar (v)</i>	2
<i>Violentos</i>	2	<i>Terrible</i>	2	<i>Permitir (v)</i>	5
<i>Violencia</i>	3	<i>Salvajes</i>	2	<i>Proteger (v)</i>	6
<i>Multiculturalismo</i>	2	<i>Ruina</i>	3	<i>Defender (V)</i>	12
<i>Islamismo</i>	2	<i>Abandonados</i>	2	<i>Exigir (v)</i>	7
<i>Masiva</i>	4	<i>Futuro</i>	5	<i>Expulsar (v)</i>	2
<i>Extranjero</i>	2	<i>Seguridad</i>	8	<i>Colaborar (v)</i>	4
<i>Manifestación</i>	6	<i>Libertad (es)</i>	14	<i>Impedir (v)</i>	2

Tabla 4: Número de ocurrencias registradas en la cuenta de Twitter de Santiago Abascal.

Elaboración propia

Analizando esta tabla de ocurrencias registradas podríamos concluir que existen unos patrones y temas clave en la comunicación política de Santiago Abascal.

En primer lugar, Abascal hace uso del término "invasión" para describir la situación en Ceuta, enfatizando su narrativa de una amenaza a la soberanía y la seguridad de España. Además, utiliza términos despectivos para referirse a los migrantes: "invasores", "yihadistas", "criminales", "delincuentes", "menas", "salvajes", "ilegales", "enemigo" y "violentos". Estos términos no solo deshumanizan a los migrantes, sino que también los retratan como una amenaza para la seguridad de España. Esto contribuye a una imagen negativa de estas personas, generando miedo y hostilidad hacia ellas.

En segundo lugar, Abascal utiliza repetidamente términos como "Defensa", "Expulsión", "Frontera(s)", "Seguridad" y "Proteger" al hablar temas de migración y fronteras. Estos términos crean la impresión de que Abascal está comprometido con la seguridad nacional y la protección de las fronteras, generando una imagen positiva sobre sí mismo.

En tercer lugar, Abascal recurre a palabras como "Dictadura", "Silenciar", "Imposición", "Criminal(es)", "Complicidad", "socios", "aliados", "responsables" y "Mentiras" al referirse al Gobierno de España y otros enemigos políticos. Estos términos crean una imagen negativa sobre las instituciones españolas.

De este modo, Santiago Abascal proyecta cuatro imágenes en su discurso:

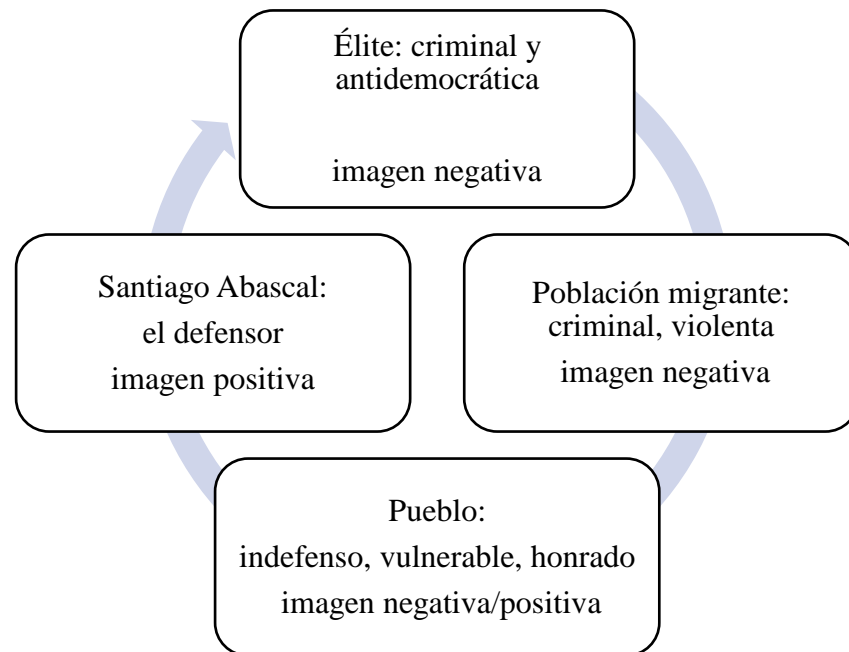


Figura 5: Elaboración propia.

En la construcción de su imagen y la destrucción de la de sus adversarios, he identificado cinco posibles fases en su estrategias, las cuales a su vez conectan con las imágenes proyectadas por Santiago Abascal en la construcción de su identidad.

– En las **fases 1 y 4**: ‘Anti-Elitismo’ y ‘Cuestionamiento de principios democráticos y libertades’: Abascal descredita y culpabiliza de las élites, calificándolas de malvadas, criminales, antidemocráticas y perjudiciales para el pueblo.

➔ Élite: imagen negativa.

➔ Abascal: imagen positiva.

– En la **fase 2**: ‘Empatía’, Abascal representación del pueblo como desvalido y desamparado por las élites incapaces de defender sus intereses, libertades y necesidades.

➔ Pueblo: imagen negativa / positiva

➔ Abascal: imagen positiva.

En ciertas ocasiones, Abascal describe al pueblo como ‘honorable’, ‘honrado’ o ‘coherente’ mientras que en otras ocasiones lo presenta como ‘vulnerable’ e ‘indefenso’. Por lo

tanto, la imagen del pueblo proyectada por Abascal varía de acuerdo con los objetivos de su discurso.

– En las **fases 3 y 5**: ‘Alarmismo’ y ‘Criminalización’, Abascal crea una alerta social criminalizando y señalando a la población inmigrante describiéndolos como salvajes y enemigos, relacionándolos con inseguridad y la ruina.

➔ Población inmigrante: imagen negativa.

➔ Abascal: imagen positiva.

En consecuencia, Abascal se proclama como el defensor del pueblo y sus intereses, posicionándose como el único líder que puede salvar al pueblo de la miseria y abogar por sus libertades y derechos.

Por otro lado, en cuanto a la descortesía de Abascal en su discurso, se evidencia cómo Santiago Abascal intenta crear un clima de hostilidad y desconfianza en mitad de una crisis humanitaria. Esta estrategia se evidencia, por ejemplo, con la relación de actos delictivos con la población migrante (“yihadistas”, “delincuentes”, “invasores) o poniendo en duda valores fundamentales de la democracia (“terroristas antifa de Sánchez”)

Como mencioné anteriormente, en las interacciones, la imagen de los individuos es vulnerable y puede verse ‘afectada o dañada’, ‘conservada’ o ‘mejorada’. El discurso político de Santiago Abascal en los tuits analizados no sigue las tres máximas de la cortesía de Lakoff (1973), que sugieren “-No imponer, Dar opciones, Hacer que el destinatario se sienta bien-”. En cambio, su discurso se enfoca en desacreditar y socavar la imagen de sus oponentes, tales como las élites, la población inmigrante, los medios de comunicación y sus adversarios políticos.

Por ello, ataca, daña, denigra u ofende la imagen social de estos enemigos, con actos comunicativos descorteses como groserías, desaprobaciones, ridiculizaciones, rechazo y discriminación, insultos y amenazas presentes en los tuits de Santiago Abascal durante el periodo analizado (Tabla 4), relacionadas con actos comunicativos descorteses.

La descortesía de Abascal tiene dos objetivos: uno propagandístico y otro identitario. En primer lugar, y remontándonos a Fuentes Rodríguez (2021), existe una “lucha agónica por la audiencia”. En esta lucha, Twitter se convierte en la herramienta de propaganda política idónea para propagar su mensaje político.

Por otro lado, recordemos que la descortesía es utilizada metadiscursivamente como rasgo identitario en algunos discursos (Fuentes Rodríguez, 2021). Por tanto, esta descortesía

política se convierte en una pieza clave de tanto de su estrategia de comunicación como en la construcción de su identidad en esta plataforma. Es decir, Santiago Abascal utiliza la descortesía en la construcción de su identidad. Identificarse como ‘políticamente incorrecto’ o ‘outsider’ le permite a Abascal justificar el uso de la descortesía.

En cuanto a las características de **mensajes populistas** en el discurso, se presencian rasgos de Anti-elitismo, el pueblo como eje y la restauración de la soberanía en la comunicación de Santiago Abascal. Para ello, veamos qué rasgos y estilos populistas de Ernst et Al. (2018) presenta el discurso de Abascal:

Anti-elitismo	Desacredita a la élite	Abascal acusa al Gobierno, al gobierno de Marruecos, a los dueños de las redes sociales o a los medios de comunicación de ser criminales y antidemocráticos.
	Culpa a la élite	Abascal culpa a la élite de la crisis migratoria España-Marruecos, señalándolos como perjudiciales o una amenaza para los españoles.
	Separa pueblo – élite	Abascal acusa al Gobierno de no luchar y preocuparse por las libertades, derechos y necesidades del pueblo.
El pueblo como eje	Destaca las virtudes del pueblo	Abascal señala virtudes del pueblo como la coherencia, el honor o la honradez.
	Elegía los logros del pueblo	Abascal alaba a los soldados regulares de proteger España.
	Demuestra cercanía al pueblo	Abascal se describe así mismo como representante del pueblo, la alternativa que lucha por sus libertades y derechos.
Restauración de la soberanía	Demanda de soberanía popular	Abascal aboga por una ‘reforma profunda’ del sistema (inmigración, seguridad...).
	Niega la soberanía popular	Abascal niega la soberanía del pueblo y acusa a las élites de privar al pueblo de su soberanía, como con la privación al derecho a la manifestación.

Tabla 5: Adaptada de "Structures for Populist Communication" de Ernst et Al. (2018, p.4)

En cuanto a rasgos estilísticos populistas, observamos:

Negatividad	Negativismo	Abascal atribuye a la crisis, a las élites y a los migrantes características negativas.
	Retórica de crisis	Abascal utiliza elementos retóricos de la exageración, alarmismo social, emergencia o retórica de guerra tratando la crisis.
Emocionalidad	Tono emocional	Abascal utiliza un lenguaje emocional al expresar emociones negativas hablando de la crisis humanitaria.
	Absolutismo	Abascal simplifica problemas complejos presentándolos como ‘blanco y negro’, sin matices.
	Patriotismo	Abascal enfatiza en la superioridad de España, utópica e idealizada.
Sociabilidad	Coloquialismo	Abascal utiliza un lenguaje vulgar o argot, empleando sarcasmo y se dirige a sus adversarios con apodos (los quintacolumnistas de Mohamed VI, los terroristas antifa de Sánchez)

Tabla 6: Adaptada de "Structures for Populist Communication" de Ernst et al. (2018, p.5).

Durante en análisis de los tuits, estas características de mensajes y elementos populistas nos ha permitido comprender algunas de las estrategias argumentativas que el líder político de VOX utiliza para comunicarse con sus seguidores, construir su identidad y proyectar su imagen pública.

6. CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

6.1 CONCLUSIONES

El 17 de mayo de 2021 se produjo un hecho sin precedentes de llegada de migrantes a España. Casi 9,000 migrantes, de los cuales 1,200 eran menores no acompañados, entraron en la ciudad autónoma de Ceuta, planteando uno de los mayores desafíos de la última década y originando una crisis humanitaria, migratoria y política.

En este Trabajo de Fin de Máster hemos buscado arrojar luz sobre las estrategias argumentativas utilizadas por el líder de VOX para la construcción de su imagen e identidad políticas en la red social Twitter durante una crisis humanitaria.

Las redes sociales, particularmente Twitter, adquirieron un papel fundamental en esta crisis. Debido a las características de esta plataforma y su capacidad para viralizar su contenido, convirtiéndose un escaparate perfecto para los actores políticos en este contexto.

Santiago Abascal, líder de VOX, cuenta con más de 782,4 mil seguidores en su cuenta de Twitter, @Santi_ABASCAL. Abascal es uno de los líderes políticos más ‘virales’ de esta plataforma debido a su gran actividad en la misma. Durante el periodo analizado, entre el 17 de mayo y el 29 de junio, el número de tuits de Santiago Abascal ascendieron a 63.

Esta crisis humanitaria entre España y Marruecos se presenta un escenario perfecto para analizar las estrategias utilizadas por el líder de VOX para la construcción de su imagen política durante una crisis humanitaria.

Una vez realizado el análisis de los tuits siguiendo un enfoque lingüístico pragmático sobre diversos aspectos de la comunicación política de Santiago Abascal durante el periodo mencionado, esta investigación arroja una serie de conclusiones.

En primer lugar, en el análisis de los tuits se identifican características de mensajes populistas en el discurso de Abascal, tales como el anti-elitismo, el pueblo como eje y la restauración de la soberanía, además de otros rasgos populistas como la negatividad, la emocionalidad o la sociabilidad.

En segundo lugar, identificamos que Santiago Abascal hace un uso de la plataforma Twitter como una herramienta de propaganda política. Mediante ella, Abascal transmite un discurso en el que teje una narrativa sobre la situación de la crisis migratoria. En esta narrativa presenta una clara dicotomía entre dos grupos: ‘Los enemigos de España y ‘La alternativa de España’.

En primer lugar, para Abascal los enemigos de España son, en este caso, aquellos que considera responsables de la crisis migratoria, incluyendo:

➤ "Los asaltantes", "MENAs", "los soldados del gobierno marroquí" y "los quintacolumnistas de Mohamed VI".

➤ El gobierno español por su "inacción cobarde y criminal" y particularmente a "Pedro Sánchez", futuros culpables de la "ruina e inseguridad" de España así como "los terroristas antifa de Sánchez".

➤ Medios de comunicación y redes sociales. Abascal ataca al "el señor Dorsey", CEO de Twitter y a "los oligarcas de Twitter" así como a periodistas y medios de comunicación.

A lo largo de su discurso, Abascal simplifica de manera extrema una situación tan compleja como la crisis migratoria España-Marruecos. Esto refleja una tendencia hacia el denominado 'maniqueísmo'. Abascal divide la sociedad en términos de 'blanco o negro' o 'buenos o malos', adoptando la lógica de amigo-enemigos. Esta simplificación no considera posibles matices o complejidades en la crisis. Su estrategia política se basa en la polarización, lo que fomenta la fragmentación de la sociedad y la división de la ciudadanía en bloques. El objetivo es presentar la sociedad en términos de 'amigo-enemigo', es que el individuo se sienta inclinado a formar parte del 'bando bueno', de los 'amigos de España'.

Esta lógica es la que permite a Abascal forjar su identidad y la su partido como 'la alternativa de España'. Si la identidad es lo que nos distingue de otros, en la construcción de su identidad, Abascal se coloca a sí mismo y a su partido político en un contraste total contra el 'establishment político'.

Por tanto, su identidad está fundamentada en la lucha contra todo aquello que se desvíe de su propia identidad. En otras palabras, todo lo que no se alinee con los principios de VOX es considerado como un oponente, un enemigo y una amenaza para los españoles.

En este punto es donde entra el juego la descortesía como estrategia política. Decidiendo ser verbalmente descortés, Santiago Abascal potencia el alcance de su discurso y aumentar la visibilidad del partido debido a las características 'virales' de la plataforma Twitter. Por otro lado, la descortesía de Abascal se convierte rasgo definitorio de su identidad, adquiriendo un rol 'políticamente incorrecto' u 'outsider'.

Por otra parte, Abascal utiliza la descortesía como una estrategia argumentativa para perjudicar la imagen de sus adversarios políticos. En Twitter, el líder de VOX proyecta diferentes imágenes de los actores involucrados en esta crisis migratoria. La denominada 'élite' es calificada como criminal y antidemocrática, la población inmigrante se describe salvaje y violenta, el pueblo se representa como indefenso y vulnerable. La imagen de VOX, y concretamente de Abascal, sale fortalecida puesto que se presentan ante la ciudadanía como 'salvadores' o 'héroes' ante esta situación de crisis.

Esta investigación ha determinado que la estrategia de descortesía de Abascal en Twitter presenta en 5 etapas o fases principales:

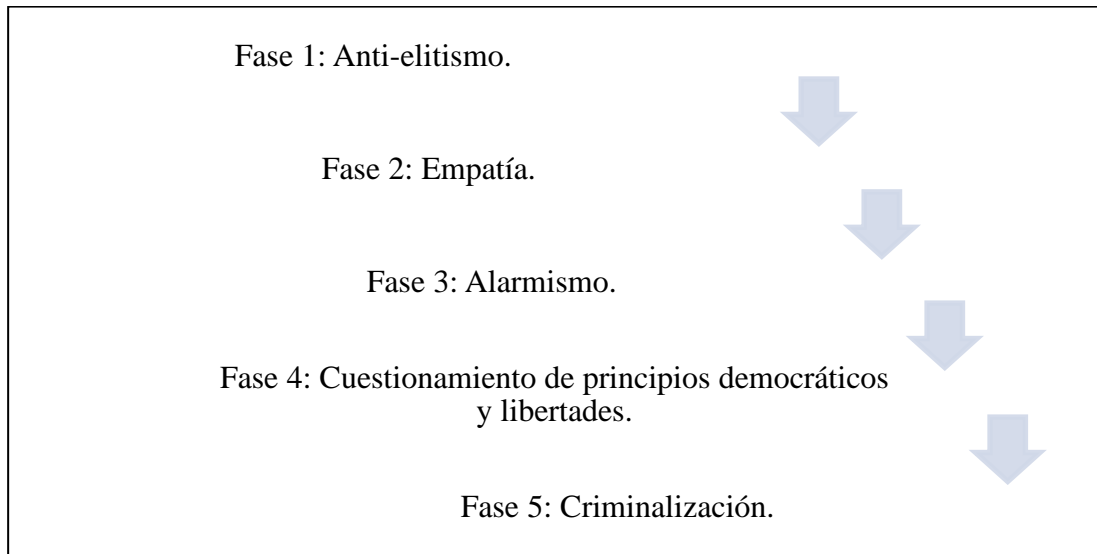


Figura 6: Elaboración propia.

En estas fases su estrategia política, su discurso político se fundamenta en la descortesía. Estos actos descorteses de Abascal incluyen la desaprobación, crítica, desprecio, burla, así como acusaciones e insultos con la intención de perjudicar la imagen o ‘face’ de sus adversarios políticos. En esta investigación, se observan cinco objetivos claros de la descortesía de Santiago Abascal:

- Desacreditar a las instituciones españolas y cuestionar el sistema jurídico.
- Enfatizar la narrativa de una alarma social y el ataque a la soberanía y la seguridad españolas.
- Deshumanizar a la población inmigrante y retratarla como una amenaza para la seguridad de España, generando prejuicios y hostilidad hacia este grupo minoritario.
- Culpabilizar y desacreditar a las élites o ‘la tripe P’ (políticos, periodistas y poderosos), alejándolos del pueblo.
- Crear la impresión de que solo el líder de VOX está comprometido con la seguridad nacional y la protección de las fronteras.

6.2 LIMITACIONES DEL TRABAJO Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Debido a la brevedad del periodo analizado, la crisis humanitaria España-Marruecos, la muestra de datos es limitada. Durante un periodo de 104 días, Santiago Abascal publica 63 tuits relacionados con la crisis. Por lo tanto, nos enfrentamos ante una muestra limitada tanto en

términos de duración temporal como de cantidad de tuits, y esta muestra pertenece a un solo líder del panorama político español. El tiempo disponible para esta investigación era limitado, lo que afectó al alcance y enfoque de este. Por ello, es importante señalar que existen áreas de estudio y futuras líneas de investigación que podrían enriquecer aún más esta investigación. Algunas de estas áreas podrían incluir:

Un análisis comparativo entre el discurso de Abascal y otros líderes como Pedro Sánchez, Feijoo o Pablo Iglesias. Esto permitiría arrojar luz sobre otras estrategias argumentativas para construcción de la imagen e identidad políticas en el contexto de las redes sociales. Al realizar un análisis de este tipo, lograríamos identificar diferentes enfoques y estilos comunicativos empleados por otros líderes políticos.

Un análisis de la recepción de los tuits publicados por Santiago Abascal en este periodo. Al analizar cómo la ciudadanía reaccionó a la estrategia política de Abascal, podríamos revelar la efectividad de su estrategia argumentativa. Esto podría incluir, entre otros, la identificación de respuestas negativas y positivas por parte de la ciudadanía ante su descortesía, el grado de interacción, el grado de ‘engagement’ o el grado de alcance o ‘viralidad’ de los mensajes. Estas áreas o líneas de investigación podrían enriquecer esta investigación y proporcionarían una comprensión más completa del discurso y estrategias políticas de los actores políticos del panorama español.

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1 BIBLIOGRAFÍA CIENTÍFICA

- Bimber, B., & Davis, R. (2003). *Campaigning online: The Internet in US elections*. Oxford University Press.
- Blanco Pérez, M., & Sánchez-Saus Laserna, M. M. (2020). Viralidad y agresividad comunicativa en Twitter durante la covid-19. Visualización de redes y análisis de palabras clave a partir del hashtag #niñosenlacalle. *Pragmalingüística*, (28), 28–50.
- Brown, P. & Levinson S.C (1978), *Politeness: Some Universals in language use*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Campillo Muñoz, S. M. (2019). Propuesta de clasificación de actos verbales violentos en las redes sociales. *E-Aesla*, 5, 199-207.
- Campos Domínguez, E. M. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785-794.
- Castro, J. G. (2021). Comunicación y populismo 2.0 en la nueva política española: El caso de Unidas Podemos y Vox. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 26(26), 76-103.
- Congosto Martínez, M. L., Fernández, M., & Moro, E. (2011). Twitter y política: información, opinión y ¿predicción? *Cuadernos de Comunicación Evoca*, 4 (Comunicación política 2.0), 10-15.
- Díaz Pérez, J. (2012). Creatividad léxica y descortesía en los medios de comunicación virtual, *Revista de Filología* 32, 81-97.
- Ernst, N., Esser, F., Blassnig, S., & Engesser, S. (2019). Favorable opportunity structures for populist communication: Comparing different types of politicians and issues in social media, television and the press. *The International Journal of Press/Politics*, 24(2), 165-188.
- Fuentes Rodríguez, C. (2020). *El discurso en su contexto de realización: lingüística pragmática, argumentación y cortesía*. Editorial Universidad de Sevilla. Colección Lingüística.
- Fuentes Rodríguez, C. (2009). El análisis lingüístico desde un enfoque pragmático. *Estudios de lingüística: investigaciones lingüísticas en el siglo XXI*, 23, 63-102.
- Fuentes Rodríguez, C. (2013). Argumentación, (des) cortesía y género en el discurso parlamentario. *Tonos digital: Revista de estudios filológicos*, (25), 1-26.

- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual. Essays on face-to-face behaviour*. New York: Doubleday.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Jiménez-Zafra, S. M., Sáez-Castillo, A. J., Conde-Sánchez, A., & Martín-Valdivia, M. T. (2021). How do sentiments affect virality on Twitter? *Royal Society Open Science*, 8(4), 201756.
- Kaul de Marlangeon, Silvia (2005). “Descortesía de fustigación por afiliación exacerbada o refractariedad”, en Diana Bravo (ed.), *Estudios de la (des) cortesía en español. Categorías conceptuales y aplicaciones a corporal orales y escritos*, Buenos Aires: Programa EDICE-Dunken, 299-318.
- Ramos, M. (2021). *La irrupción de Vox. De los neocon a los neonazis: La derecha radical en el estado español*. Madrid: Fundación Rosa Luxemburgo, 33-124.
- Laing, R. D. (1974). *El yo y los otros*. México DF, Fondo de Cultura Económicas.
- Lakoff, R. (1973). “The logic of politeness: Or, minding your p’s and q’s”. In Weiser (Eds.), *Papers from the 9th Regional Meeting of the Chicago Linguistic Society. Chicago Linguistic Society*, 292-305.
- Mayer, B. (2009). *Staying with conflict: A strategic approach to ongoing disputes*. San Francisco: John Wiley.
- Mudde, C. (2004). “The populist zeitgeist”. *Government and Opposition*, 39 (4), 541-563.
- Mudde, Cas. 2007. *Populist Radical Right Parties in Europe*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Parselis, M. (2014). Función e innovación social: el caso Twitter. *Revista iberoamericana de ciencia tecnología y sociedad*, 9(25), 53-71.
- Rodríguez Andrés, R., & Ureña Uceda, D. (2011). Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. *Comunicación Y Pluralismo*, (10), 89–116.
- Santiago Guervós, J. (2010). Retórica y cortesía. En *Dic, mihi, musa, virum* (pp. 629-637). Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Santos, M. del C. M. (2020). La construcción de la identidad lingüística de Santiago Abascal en Twitter. *Revista De Estudios Del Discurso Digital (REDD)*, (3), 50–77.
- Simon, B., & Trötschel, R. (2008). *Self and social identity*. 88-110. New Jersey: Blackwell publishing.

Spence, P. R., Lachlan, K. A., Lin, X., & Del Greco, M. (2015). Variability in Twitter content across the stages of a natural disaster: Implications for crisis communication. *Communication Quarterly*, 63(2), 171-186.

Wodak, R. (2015). The politics of fear: What right-wing populist discourses mean. *The Politics of Fear*. 1-256. London: Sage

7.2 ARTÍCULOS DE PERIÓDICOS

EL ESPAÑOL. (19 de mayo de 2021). Abascal pide construir un muro infranqueable en la frontera con Marruecos [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=V1XhFcqnKzM&ab_channel=ELESPA%C3%91OL

Fernández Lázaro. (2021). La delegación del Gobierno prohíbe una manifestación de Vox este lunes en Ceuta por motivos de seguridad. EL MUNDO, <https://www.elmundo.es/espana/2021/05/23/60aa2ddffc6c833a0b8b4680.html>

7.3 WEBGRAFÍA

La Moncloa. (2021a). Intervención del presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, con motivo de la crisis migratoria en Ceuta. <https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/intervenciones/paginas/2021/prsp18052021.aspx>

La Moncloa. (2021b). Resumen de la reunión del Consejo de ministros del 18 de mayo de 2021. La Moncloa. <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/paginas/2021/180521-cministros.aspx>

Ministerio del Interior. (2019). Procesos Electorales - Elecciones celebradas. Información Electoral. Recuperado de <https://infoelectoral.interior.gob.es/opencms/es/elecciones-celebradas/procesos-electorales/>

Parlamento Europeo. (2021). Resolución 2021/2747 RSP. https://www.usc.es/export9/sites/webinstitucional/gl/institutos/ceso/descargas/PE_TA-9-2021-0289_ES.pdf

Real Academia Española. (año). "Populismo". En Diccionario de la lengua española. Recuperado de <https://dle.rae.es/populismo>

Twitter. (2019, 9 de abril). Twitter es la red donde la información política tiene mayor relevancia. https://blog.twitter.com/es_es/topics/insights/2019/twitter-es-la-red-donde-la-informacion-politica-tiene-mayor-rele

8. ANEXOS

Anexo A

Tabla 1: Conceptualización y Operacionalización de Mensajes Clave del Populismo (Ernst et al., 2018, p.5).

Dimension	Populist Key Message	Underlying Ideology	Categories
Anti-Elitism	Discrediting the elite	Elites are corrupt.	Elites are accused of being malevolent, criminal, lazy, stupid, extremist, racist, undemocratic, etc. The elite are called names and denied morality, charisma, credibility, intelligence, competence, consistency, etc.
	Blaming the elite	Elites are harmful.	Elites are described as a threat/burden, responsible for negative developments/situations, or as having committed mistakes or crimes. Elites are described as not being a source of enrichment or responsible for positive developments/situations.
	Detaching the elite from the people	Elites do not represent the people.	Elites are described as not belonging to the people, not being close to the people, not knowing the people, not speaking for the people, not caring for the people, or not performing everyday actions.
People-Centrism	Stressing the people's virtues	The people are virtuous.	The people are bestowed with morality, charisma, credibility, intelligence, competence, consistency, etc. The people are exempt from being malevolent, criminal, lazy, stupid, extremist, racist, undemocratic, etc.

Dimension	Populist Key Message	Underlying Ideology	Categories
	Praising the people's achievements	The people are beneficial.	The people are described as being enriched or responsible for a positive development/situation. The people are described as not being a threat/burden, not being responsible for negative developments/situations, nor as having committed mistakes or crimes.
	Stating a monolithic people	The people are homogenous.	People are described as sharing common feelings, desires, or opinions.
	Demonstrating closeness to the people	The populist represents the people.	The speaker describes himself as belonging to the people, being close to the people, knowing the people, speaking for the people, caring for the people, agreeing with the people, or performing everyday actions. The speaker claims to represent or embody the people.
Restoring Sovereignty	Demanding popular sovereignty	The people are the ultimate sovereign.	The speaker argues for general institutional reforms to grant the people more power by introducing direct-democratic elements or increasing political participation. The speaker argues in favor of granting more power to the people within the context of a specific issue (e.g., election, immigration, security).
	Denying elite sovereignty	The elites deprive the people of their sovereignty.	The speaker argues in favor of granting less power to elites within the context of a specific issue (e.g., election, immigration, security).

Anexo B

Tabla 2: Conceptualización y Operacionalización de Estilos de Comunicación Populista
(Ernst et al., 2018, p. 5).

Dimension	Populist Style Elements	Underlying Style Element	Categories
Negativity	Negativism	Paint society and its members (part of the people) “in black” by attributing negative characteristics or condemning actions/situations with negative outcome.	Targets are accused of being malevolent, criminal, lazy, stupid, racist, and so on or are denied being benevolent, likable, intelligent, credible, loyal, consistent, etc.
	Crisis rhetoric	Portraying a situation/development as a crisis using exaggerations, emergency rhetoric, or declaring a scandal.	Speaker uses rhetorical elements of immorality, exaggeration, scandal, emergency, or war rhetoric.
Emotionality	Emotional tone	Sharing positive and negative emotions or revealing feelings.	Speaker uses emotional language by expressing discrete positive (e.g., happiness, contentment, hope, pride, trust) or negative (e.g., anger, uneasiness, sadness, fear, regret, affection) emotions.
	Absolutism	Using an assertive tone and lacking relativizing words. Tendency to paint world in black and white without any shades of gray.	Speaker uses rhetorical figure of absolutism by presenting something as the only conceivable option or as preposterous or unbearable.
	Patriotism	Emphasizing of the superiority of own country by referencing an idealized and utopic heartland.	Speaker uses rhetorical figure of patriotism by emphasizing superiority of own country or some obscure heartland.

Dimension	Populist Style Elements	Underlying Style Element	Categories
Sociability	Colloquialism	Preference for a simple, dialect, colloquial, or vulgar language and use of nicknames to reach the ordinary people.	Speaker uses vulgar language or slang, employs sarcasm or rhetorical questions and address targets with nicknames.
	Intimization	Recounting personal and intimate details about personal life.	Targets are described in their predominately personal life by emphasizing their family or love life and making references to personal way of life or leisure activities.