

## JÓVENES EN EL TARGETING ELECTORAL: LA CAMPAÑA DE VOX EN ANDALUCÍA 2022

### YOUNG PEOPLE IN ELECTORAL TARGETING: VOX'S CAMPAIGN IN ANDALUSIA 2022

Alina Danet

Universidad de Granada

adanet@ugr.es

<https://orcid.org/0000-0002-9025-982X>

Lucas J. Ruiz Díaz

Universidad de Granada

lucasruiz@ugr.es

<https://orcid.org/0000-0002-3433-4477>

#### Resumen

Los jóvenes se han convertido en destinatarios principales de las campañas de los partidos de derecha radical populista europeos. El objetivo de esta investigación es analizar los mensajes emitidos al electorado juvenil, en el caso del partido político Vox, durante la campaña del 19J 2022 al Parlamento de Andalucía (España). El análisis crítico del discurso (ACD) de una selección de fuentes de prensa general y del programa electoral del partido desveló cómo los mensajes nativistas y conservadores generaron una visión unitaria, esencialista y estereotipada de la juventud como parte de la nación española. A partir de la emocionalización y espectacularización de la campaña y de sus actores protagonistas, los discursos retrotópicos se construyeron a partir de una doble retórica de confrontación y victimización de la población joven. Desde una perspectiva de género, el análisis también reveló que la conexión emocional con los jóvenes se basó en la supremacía masculina de Santiago Abascal y la subalternidad de la candidata a la presidencia, Macarena Olona, cuya proyección mediática combinó el modelo de feminidad tradicional con la imagen de mujer combativa y competente, exponente de la lucha por los valores españolistas.

**Palabras clave:** derecha radical; populismo; análisis crítico del discurso; discurso de género; campaña electoral; electorado joven.

#### Abstract

*Young people have become the main targets of campaigns of European radical right-wing populist parties. The aim of this research is to analyze the messages delivered to the youth electorate by the political party Vox during the 19 June 2022 campaign for the Parliament of Andalusia (Spain). Critical discourse analysis (CDA) of a selection of general press sources and the party's electoral program revealed how nativist and conservative messages generated a unitary, essentialist and stereotyped vision of youth as part of the Spanish nation. Based on the emotionalization and spectacularization of the campaign and its protagonists, the retrotopic discourses were constructed from a double rhetoric of confrontation and victimization of the young population. From a gender perspective, the analysis also revealed that the emotional connection with young people was based on the male supremacy of Santiago Abascal and the subordination of the presidential candidate, Macarena Olona, whose media projection combined the traditional model of femininity with the image of a combative and competent woman, an exponent of the struggle for Spanish values.*

**Keywords:** radical right; populism; critical discourse analysis; gender discourse; electoral campaign; youth vote.

## 1. INTRODUCCIÓN

La aparición de Vox en el panorama político y sociocultural nacional, rompiendo con la «excepcionalidad del caso español» (Rivera, Castro y Mo, 2021: 120), confirmó la llegada a España de la «ola populista» registrada en Europa a partir de los años ochenta, caracterizada por la presencia de formaciones políticas con claras posturas antiestablishment y un rechazo frontal hacia las poblaciones extranjeras (Antón-Mellón y Hernández-Carr, 2016; Hernández-Carr, 2011; Mudde, 2007). La consolidación paulatina de este fenómeno político en diversos contextos europeos trajo consigo numerosos debates y controversias en el ámbito académico internacional. El primero se refiere a la definición conceptual. Un amplio segundo enfoque integra diversas perspectivas de análisis sobre las diferencias con las formas de extrema derecha «tradicional», la delimitación de sus principios ideológicos comunes o las características de su (intento de) integración institucional dentro de las democracias liberales (Hernández-Carr, 2011: 142-143).

Pese a la asunción de ambigüedad conceptual y variedad definitoria (Charadeau, 2009: 257), la observación de estas nuevas familias políticas de derecha permitió en primer lugar su conceptualización como estilo político (Taguieff, 2007) y estilo de comunicación política (Jagers y Walgrave, 2007 en Hernández-Carr, 2011: 141), con modalidades y estrategias propias en la transmisión de contenidos ideológicos (Laclau, 2005). Taguieff (2007) situó estos rasgos políticos y discursivos dentro del «nacional-populismo», vertebrado en torno al nacionalismo como núcleo ideológico cultural (Bar-On, 2018) y orientado a construir una comunidad nacional interclasista, a partir del rechazo a un enemigo común externo (la población extranjera) y la oposición y denuncia de otro enemigo interno (los partidos políticos tradicionales).

La lógica discursiva de confrontación fue característica inequívoca también en el «populismo de derecha radical» (Betz, 2004), que incorporó, además de los condicionantes étnicos y culturales, las dimensiones socioeconómicas. Éstas explicarían la movilización política hacia la derecha en el contexto de las consecuencias devastadoras de la globalización para algunos grupos sociales y profesionales (Hernández-Carr, 2011: 152), en clave de percepción de pérdida de estatus social (Bolet, 2022).

En nuestro estudio, utilizamos el concepto «derecha radical populista», propuesto por Cass Mudde (2007). El politólogo neerlandés situó el nativismo (y no el nacionalismo) como elemento ideológico central de este modelo político, a lo que añadió en segundo plano, el autoritarismo y populismo. Para Mudde (2007), la derecha radical populista busca dotar de sentido democrático su propuesta de homogeneidad cultural a través de la construcción de una ciudadanía basada en la etnia (la «etnocracia») que, a su vez, legitima políticas sociales que cuestionan y limitan los «derechos de las minorías, el Estado de derecho y la división de poderes» (Mudde, 2021: 52). Estos principios de «chauvinismo del bienestar» catalizan la tendencia excluyente de los populismos de derecha, alejados de la lógica de justicia (re)distributiva y, por tanto, de los modelos de Estado de bienestar (Ennser-Jedenastik, 2017).

Por último, asumiendo la heterogeneidad discursiva de la derecha radical populista —dependiente del contexto histórico y sociopolítico de implantación—, cabe referir los tres elementos comunes sustanciales propios de la derecha radical, descritos por Charadeau (2009: 259-260): aparición en una situación de crisis social (identitaria, moral o política), presencia de un líder carismático fuerte y falta de homogeneidad ideológica.

Con respecto a las investigaciones centradas específicamente en Vox, desde que en 2018 la formación consiguiera representación en el Parlamento andaluz y, en 2019, entrar en el Congreso, en la literatura de especialidad proliferaron las publicaciones centradas en la emergencia y trayectoria política, la ideología, posicionamiento y discursos de este partido.

En primer lugar, la búsqueda de una definición en el ámbito de los estudios politológicos en España devolvió frecuentemente planteamientos interrogativos y fragmentarios. Así, ante preguntas como: «Vox: ¿una nueva extrema derecha en España?» (Rubio-Pueyo, 2019) o «Derecha radical y populismo: ¿consustanciales o contingentes?» (Ortiz y Ramos-González, 2021), Álvarez y Toscano (2021) parecían querer zanjar la cuestión al concluir que el término «extrema derecha» conllevaba «ciertas limitaciones y a su vez ciertas potencialidades», definiendo un “término tremendamente amplio”, bajo cuyo paraguas pueden caer diferentes definiciones, fenómenos y colectivos. El debate, sin embargo, sigue abierto a apreciaciones y matizaciones diversas sobre los elementos que componen las diferentes definiciones y apelativos («nueva» y «vieja», «extrema», «radical», «posfascista», etc.), según las disciplinas y el enfoque mantenido.

Un segundo elemento que suscitó especial interés académico sobre Vox tiene que ver con la asunción populista de su discurso, tema sobre el que no parece haber un pleno acuerdo en la bibliografía actual. Por una parte, Ortiz y Ramos (2021: 17) defendieron el «sobredimensionamiento populista», argumentando que la «narrativa esencialista y excluyente» pilota sobre la «nación» y la relación antagónica dentro/fuera, características del nacionalismo y nativismo. Pese a identificar elementos propios del populismo, con algunas «alusiones a la gente corriente o cierto tono anti-elitista», otras autorías observaron el carácter «suplementario» (Marcos-Marne, Plaza-Colofro y O’Flynn, 2021:13) de la lógica arriba/abajo (élites/sujeto popular) en el discurso de Vox. También Pallarés-Navarro y Zugasti (2022: 64) señalaron las alusiones populistas a la «España viva» por oposición a la «dictadura progre» en la campaña de las elecciones generales de 2019, inmersas, sin embargo, en un discurso general propio del nativismo y el nacionalismo español.

Por otra parte, algunos estudios destacan una presencia clara de atributos populistas en el discurso político de Vox. El abordaje homogéneo del pueblo o «la gente verdadera», la «auténtica patria», amenazada por unas élites desconectadas y guiadas por sus propios intereses (establishment económico y líderes de opinión) fueron los principales marcos metafóricos identificados en la campaña de 2019 (Capdevila, Moragas-Fernández y Grau-Massot, 2022: 4). Por su parte, Olivás Osuna (2021: 394-396) sintetizó el carácter populista del discurso de Vox, que «dirige su antagonismo contra inmigrantes, independentistas y la izquierda», «hace una interpretación moralista más que pragmática de la política» y apela al «liderazgo personalista con un tono desinhibido y agresivo».

Por último, los componentes ideológicos de Vox representan el tercer foco de interés de politólogos e historiadores españoles o hispanistas. Aranda Bustamante y Escribano (2022: 26-28) sintetizaron el «complejo entramado de sedimentaciones ideológicas» de Vox, destacando «el tradicionalismo, el nacionalismo autoritario y el conservadurismo moderno español», participantes en la defensa y exaltación de la unidad española. Arroyo Menéndez (2020) confirmó la presencia del nativismo, confluyente con el conservadurismo y tradicionalismo. Ferreira (2019) subrayó la visión autoritaria, tradicional y religiosa de la sociedad y coincidió con Turnbull-Dugarte,

Rama y Santana (2020) con respecto al sentimiento nacionalista, eje en la proyección y reclamo de la unidad nacional.

Interesados por los componentes antifeministas del ideario político de Vox, diversos estudios recientes señalaron la presencia de argumentos tradicionales considerados ya superados en el ámbito político, como la violencia de género, la reivindicación de la igualdad entre hombres y mujeres o la regulación de derechos sociales del colectivo LGTBIQ+, relacionadas con la diversidad sexual y la identidad de género. Varela Guinot (2021) explicó este retroceso discursivo como un claro ejemplo de contramovimiento que aspira a mantener el statu quo, descalificar los movimientos feministas y simultáneamente atraer el voto de ciertos sectores de la sociedad. Desde esta óptica, podríamos considerar que el discurso de Vox opera a partir de una estrategia doble: por una parte, defensiva (los «buenos» hombres españoles son víctimas de falsas denuncias feministas) y, por otra parte, con un marcado tono acusatorio, que busca deslegitimar la lucha del movimiento feminista. Arranz Sánchez (2022) amplió las vías de actuación de Vox, diagnosticando su carácter tridimensional —destruktiva, constructiva y oportunista—, en cuanto que la oposición a las políticas de género busca frenar la lucha feminista, a la vez que generar marcos antagónicos de construcción de identidades con fines electorales e imputaciones de tipo xenófobo.

Finalmente, para Álvarez Benavides y Jiménez Aguilar (2021: 6), la contraprogramación cultural de Vox se nutre de un argumentario religioso secularizado de corte ultranacionalista, que, en base a estándares éticos, étnicos y natalistas, promueve una construcción unitaria de la masculinidad y feminidad confluyentes en el seno de la familia española tradicional. En la misma línea, Rivas Venegas (2021: 76) situó el «carácter combinativo» de la contrarreacción ante la «ideología de género», cargada de «naciones y vocabularios antifeministas procedentes de los lobbies eclesiásticos».

## 2. VOX EN EL ESCENARIO DE RADICALIZACIÓN POLÍTICA DE LAS PERSONAS JÓVENES

La población joven es «el sector más excluido, subordinado y subposicionado en la sociedad actual», afirmaba recientemente Díaz Moreno (2023: 195). El difícil acceso al mercado laboral y su extrema precariedad, sumados a la percepción de una total desatención política a sus necesidades, ha desembocado en una importante crisis de confianza y «sensación de abandono» entre los jóvenes, con un efecto directo en su radicalización política, que, por otra parte, los partidos de extrema derecha han sabido aprovechar electoralmente.

Tal y como se ha reflejado en estudios previos, la radicalización hacia la derecha del sector juvenil no se fundamenta en componentes ideológicos, sino que se constituye como una forma de protesta, originada en el desapego hacia las instituciones. A la vez, la radicalización se manifiesta cada vez más en formas no convencionales de participación política (Ruiz-Díaz y Danet, 2022), opera principalmente en medios sociales e Internet y no necesariamente viene acompañada por una valoración positiva de los líderes políticos (Díaz Moreno, 2023).

Estas tendencias resultan especialmente activas entre la población joven del medio rural, tal y como mostraron González Rodríguez y Barreiro Castro (2023) en su reciente análisis sobre la participación y preferencia electoral en Andalucía y Galicia: edad, género y hábitat son las variables sociodemográficas que más influyen en el voto hacia la derecha radical.

Así, «Vox es el partido que más votantes jóvenes menores de 50 años (...) atrae», principalmente a través de un discurso político con componentes antiestablishment y nativismo, propios de la extrema derecha (Rivera, Castro y Mo, 2021: 135). A partir de 2019, además de dirigirse al electorado más radicalizado a la derecha en la escala ideológica (Mayordomo Zapata et al, 2019: 18), Vox centró sus esfuerzos electorales en el público joven, modificando el perfil de mediana edad de las autonómicas andaluzas de 2018 (Turnbull-Dugarte, Rama y Santana, 2020). La conexión con el «voto protesta» de los hombres jóvenes se realizó en las últimas campañas a través de discursos incendiarios a favor de la centralización del Estado, la derogación de la ley de violencia de género y en contra de la «inmigración fuerte» y del movimiento feminista (Mayordomo Zapata et al, 2019: 18).

Los resultados de las sucesivas elecciones generales y autonómicas, así como de los datos de las encuestas electorales recientes, avalan estas afirmaciones, que apuntan, con carácter general, a la «voxización» de la juventud (Hernández, 2021). Esta observación es especialmente relevante entre algunos varones, quienes parecen haber interiorizado en su día a día las principales premisas proclamadas por Vox en las campañas electorales y el debate político inter alia en temas como la inmigración y su conexión con la «inseguridad ciudadana», la corrupción de la élite e instituciones políticas, la «ideología de género» y el modelo de distribución territorial del poder .

En el caso de las elecciones al Parlamento andaluz del 19 de junio de 2022 (19-J), el 10,1% de los jóvenes entre 18 y 24 años consideraba en una encuesta preelectoral del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) que Vox encarnaba mejor que otros partidos políticos los intereses de Andalucía y el 14% que se aproximaba más a sus ideas, frente al 6,2% y 10,7% del conjunto de la población, respectivamente. Este respaldo se plasmaba en el apoyo al partido y su líder según las encuestas preelectorales –tanto como primera opción (9,6%), como segunda (16,3%)– y se tradujo en los resultados finalmente obtenidos en los comicios, tercera en número de escaños en el Parlamento andaluz .

Ante esta ampliación del electorado afín o simpatizante observada en el último lustro, Vox decidió incluir al público joven en su estrategia electoral para atraer su voto. En su programa electoral de las elecciones generales de 2015, el punto 11, titulado “La juventud como motor esencial de la sociedad” situaba los vectores estratégicos en torno a principios de protección, libertad, modernidad, compromiso, solidaridad, cooperación colectiva y colaboración intergeneracional como bases para la regeneración de España, mientras que la acción política anunciaba planes para emprendedores, programa de viviendas y abono transporte (Vox, 2015) .

La atención hacia la juventud en el programa electoral confirmaba la pretensión de constituirse no sólo en un partido de derecha radical, sino en un «movimiento social de base o plataforma ciudadana, donde los jóvenes constituyen el núcleo» (Aladro Vico y Requeijo Rey, 2020: 221). En este marco, los jóvenes encarnan el abandono de los modelos tradicionales de participación política y se configuran como el principal sector de actualizing citizens, un estilo de ciudadanía abierta y creativa arraigado en la autorrealización a través de la expresión social en redes poco vinculadas y una lógica comunicacional que vinculan la identidad personal con el compromiso político (Bennet, Weel y Freelon, 2011: 839-840).

En este nuevo contexto de comunicacional multigeneracional, la efectividad de las campañas electorales de Vox se basó principalmente en el uso de plataformas digitales y redes sociales (Del Castillo e Iturbe Tolosa, 2021), canales que aumentan el interés de los jóvenes por la política (Villanueva, Aguilar y Sánchez, 2017) y que

permiten una reconceptualización de la comunicación, en un entorno compartido por ciudadanía, medios y políticos y donde la prioridad es la producción y consumo de contenidos (Casero-Ripollés, 2018). Dentro de los recursos y estrategias políticas desplegadas por Vox en las redes sociales, la bibliografía más reciente reflejó el gran potencial populista y de «espectacularización» de las redes sociales, que permiten dinamizar la comunidad política, haciendo uso de la personalización —poniendo en el foco de atención al líder de la formación (a menudo en el rol «heroico» de Santiago Abascal)— y preservando la imagen de «amateurismo estratégico», con una alta «emocionalización» a través de mensajes simples y directos (López-Rabadán y Doménech-Fabregat, 2021: 15).

Por otra parte, el contacto directo de los líderes de la derecha radical con su electorado durante las campañas electorales, así como su relación con los medios de comunicación tradicionales no se ha debilitado en el proceso político (García-Hípola y Pérez-Castaño, 2021). La relación entre partidos políticos y medios de comunicación confiere prioridad a ciertos temas de interés político y social, tal y como la describe la teoría de agenda-setting (Van der Pas, Van der Brug y Vliegenthart, 2017). Además, la prensa detenta cierto control sobre la información política (Cazorla, Montabes y López-López, 2022) y, no menos importante, combina el encuadre estratégico y el temático, generando posicionamiento político y facilitando la toma de decisiones entre las audiencias (Muñiz, 2015).

Por estas razones, pese a la reciente proliferación de los análisis de mensajes e interacciones en redes sociales, no menos reveladores resultan los enfoques metodológicos que exploran la comunicación política a partir de contenidos de prensa general escrita. Éstos parten de un concepto holístico de comunicación política, como un proceso experiencial, representado y performatizado, con connotaciones específicas en el caso de la juventud.

Desde una perspectiva crítica, el análisis de fuentes periodísticas revela los procesos y estructuras sociales que dan lugar a la producción de los textos, a la vez que desvela cómo individuos y grupos socio-políticos participan en la creación de significados, no sólo de manera directa, sino también a través de su interacción con los textos. Desde esta óptica interrelacional compleja, “los medios funcionan como mecanismos de producción y reproducción ideológica de la sociedad a la que pertenecen” (Sánchez Ramos, 2021). Adicionalmente, una aproximación feminista a los mensajes periodísticos visibilizados y producidos durante una campaña electoral permite articular la complejidad de las relaciones entre grupos etarios, género, poder e ideología, desmitificar ciertos significados normalizados, a la vez que identificar las corrientes de resistencias discursivas.

Para profundizar en estas cuestiones, esta investigación estudia el caso de las elecciones andaluzas, ofreciendo una propuesta metodológica y empírica con perspectiva de género. El objetivo general es analizar el discurso articulado por Vox durante la campaña electoral de las elecciones al Parlamento andaluz del 19-J, a partir del estudio de los mensajes sobre la población juvenil y/o dirigidos a ésta. Por perspectiva analítica de género se entiende el «sistema de relaciones sociales entre hombres y mujeres en cuya formación intervienen factores estructurales [...], culturales y simbólicos» (Todaro, 2002: 71), considerando que la política y su representación mediática forman parte de un marco normativo que «atribuye a las mujeres una posición subordinada y a los hombres una de poder» (Bengoechea, 2015: 10), como parece verse reflejado en el caso de la última campaña electoral andaluza.

Como objetivos específicos, se trata de responder a las siguientes preguntas: 1) ¿cómo se integra y qué protagonismo tiene la población joven en el programa y mensajes electorales emitidos por Vox en Andalucía?; 2) ¿qué rasgos ideológicos presenta el discurso de Vox sobre la juventud?; 3) ¿qué recursos y estrategias comunicacionales emplea Vox para conectar con el electorado joven?; 4) ¿cómo enmarca y representa la prensa la campaña electoral de Vox en su relación con la juventud?; y 5) ¿qué elementos de género están presentes en la estrategia política de Vox y la candidatura de Macarena Olona a las elecciones al Parlamento de Andalucía?

### 3. MATERIALES Y METODOS

La metodología aplicada es cualitativa, descriptivo-analítica, basada en el análisis crítico del discurso de dos tipos de datos: por una parte, los programas electorales de Vox en las elecciones generales de 2019 y las andaluzas del 19-J y, por otra parte, los textos informativos de la prensa general publicados entre el 3 y el 19 de junio 2022, fechas de la campaña electoral y celebración de las mencionadas elecciones al Parlamento andaluz.

Mientras que el estudio de la dimensión discursiva de los programas electorales permite profundizar en los mecanismos que utiliza el partido para traducir su ideología en propuestas políticas, los contenidos de prensa visibilizan las articulaciones ideológicas más profundas (Álvarez y Jiménez, 2021: 3). Así mismo, las fuentes de prensa reflejan los mensajes directos de los líderes políticos hacia el electorado durante la campaña —al informar sobre los mítines electorales o a través de entrevistas concedidas— y presentan los cauces de contacto directo, en vivo, entre políticos y ciudadanía. Por otra parte, dado su potencial para recontextualizar los discursos políticos emitidos, los medios constituyen un elemento central en la construcción de emociones colectivas (Rivera, Jaráiz y López, 2021).

En esta investigación, consideramos que la combinación metodológica del ACD con la teoría del encuadre de los textos periodísticos y los programas electorales, habilita la comprensión de los mensajes electorales de Vox sobre la juventud y dirigidos a ésta, así como su representación por parte de la prensa.

En primer lugar, el enfoque del ACD contempla el lenguaje como condicionante y a la vez expresión de las ideologías (Fairclough y Wodak, 1997), desvela los componentes y significados simbólicos de la práctica discursiva en el marco dialéctico poder-saber (Foucault, 2003[1969]) y tiene una amplia variedad de aplicaciones en el ámbito de la comunicación política (Wodak, 2003). En este estudio combinamos las recomendaciones de Teun Van Dijk (2003) con las aportaciones del análisis histórico del discurso (Wodak, 2003). El primer enfoque establece tres líneas de análisis: temas (macroestructuras semánticas globales), significados locales (microestructuras léxica) y estructuras formales «sutiles» (significados implícitos e indirectos). El segundo propone tres categorías de análisis: temas y contenidos específicos, estrategias discursivas —referencia, predicación, argumentación, encuadre o representación del discurso y modificación de la posición epistémica— e instrumentos lingüísticos.

En segundo lugar, para el análisis específico de la prensa, partimos de la teoría del encuadre (framing): los medios no actúan como agentes neutrales, sino que participan en la estructuración y conceptualización de la realidad política, a través de la creación de marcos (encuadres o frames) (Sádaba, 2001: 172). Éstos operan, además, de manera dialéctica: los partidos transmiten a los medios un advocacy frame, a

través del cual expresan su posicionamiento político, y la prensa genera sus propios encuadres periodísticos (journalistic frames), diferenciados estratégico (strategy frame) y temático o informativo (issue frame) (Vreese, 2012).

En cuanto a la selección del corpus textual, por una parte, se eligieron los programas electorales de Vox en diferentes comicios celebrados en los niveles estatal y andaluz desde su creación e irrupción parlamentaria. En particular, centramos el análisis en los elementos de los programas para las elecciones generales de 2019 y las andaluzas del 19-J, si bien se compararon con programas anteriores para averiguar si se experimentaban cambios en el discurso mantenido o, por el contrario, éste se mantiene en el tiempo y los diferentes territorios.

En cuanto a las fuentes de prensa, la selección se realizó a través de la base de datos My News Online (Mediatech), que permitió el acceso a todas las publicaciones de prensa general de ámbito nacional y autonómico. La búsqueda se realizó en octubre de 2022, con los términos «Vox», «Abascal», «Olona» y «jóvenes» en todos los medios y sus secciones, en todo el cuerpo de los artículos (no sólo título y subtítulo). La sintaxis de búsqueda utilizada fue (Vox OR Abascal OR Olona) AND (joven\* OR juventud\*) y la fecha de publicación del 3 al 19 junio 2022. La búsqueda identificó un total de 2210 fuentes, que se filtraron según ámbito (Estado y Andalucía), cobertura (nacional y regional), tipo (periódicos en papel y con versión digital), lo que permitió la selección de 309 textos periodísticos. Una vez eliminados los duplicados y tras unificar en un único documento las páginas de una misma publicación, el total de textos completos elegibles fue de 68. De éstos, se excluyeron las fuentes que no respondieron al objetivo de estudio, lo que generó un corpus de 36 textos, publicados en varios periódicos, de ámbito territorial y corte ideológico variados.

Combinando los abordajes metodológicos de ACD (Análisis Crítico del Discurso) y enfoque histórico del discurso, se predefinieron una serie categorías de análisis, establecidas a partir de una revisión bibliográfica actualizada sobre Vox, su ideología y sus estrategias de comunicación política y social (Tabla 1). Éstas se completaron con categorías emergentes a medida que se fue avanzando en el análisis, que se llevó a cabo por los dos investigadores participantes, permitiendo así la triangulación de los resultados.

Para operativizar las categorías de análisis en relación con la teoría de encuadre se establecieron los cinco tipos de encuadre propuestos por Semetko y Valkenburg (2000): encuadre genérico de atribución de responsabilidad, interés humano, consecuencias económicas, conflicto y moralidad (Tabla 1).

**Tabla 1. Categorías de análisis del discurso en torno a la juventud en la campaña electoral de Vox**

Categorías (modelo metodológico utilizado)	Subcategorías
Temas (Van Dijk, 2003 y Wodak, 2003)	Protagonismo social y electoral Trabajo y empleabilidad Educación Vivienda y familia Acceso a recursos públicos Ámbito rural y agrario Elementos de género

Categorías (modelo metodológico utilizado)	Subcategorías
Significados locales e implícitos (Van Dijk, 2003 y Wodak, 2003)	Juventud como «constructo» Rasgos ideológicos Marco dialéctico Estrategia discursiva Personalización líder Las ausencias: lo no dicho
Instrumentos lingüísticos y léxicos (significados locales) (Van Dijk, 2003 y Wodak, 2003)	Lenguaje Registro Figuras de estilo
Tipo de encuadre (para el análisis de prensa) Semetko y Valkenburg (2000)	Atribución de responsabilidad Interés humano Consecuencias económicas Conflicto Moralidad

**Fuente:** elaboración propia a partir de las recomendaciones teóricas y metodológicas de Van Dijk (2003), Wodak (2003) y Semetko y Valkenburg (2000).

## 4. RESULTADOS

Los resultados están organizados siguiendo el orden de los objetivos específicos de investigación. El primer apartado de resultados responde a las preguntas: 1) ¿cómo se integra y qué protagonismo tiene la población joven en el programa y mensajes electorales emitidos por Vox en Andalucía? y 2) ¿qué rasgos ideológicos presenta el discurso de Vox sobre la juventud?

El segundo apartado de resultados responde a las preguntas: 3) ¿qué recursos y estrategias comunicacionales emplea Vox para conectar con el electorado joven?; 4) ¿cómo enmarca y representa la prensa la campaña electoral de Vox en su relación con la juventud?; y 5) ¿qué elementos de género están presentes en la estrategia política de Vox y la candidatura de Macarena Olona a las elecciones al Parlamento de Andalucía?

### 4.1. «Un cuento sobre la juventud». Rasgos ideológicos del discurso electoral y su encuadre temático en la prensa

La tabla 2 sintetiza el discurso político de Vox sobre la población joven en el programa del 19-J y los mensajes electorales emitidos en la prensa.

Primeramente, el programa electoral de Vox sólo enfocó de manera específica la problemática de los jóvenes en el quinto punto del decálogo de medidas propuesto: “Combatir el paro estructural que expulsa a los jóvenes de su tierra y condena a todos a una vida de subsidios” (Vox, 2022). En el resto del texto, todas las afirmaciones mantuvieron un tono generalista que, si bien podían ser representativas de las necesidades de los jóvenes, mostraron una visión uniformizante de los problemas sociales, integrando las posibles preocupaciones de los jóvenes en el marco de la población general. A saber, las prioridades políticas de Vox se organizaron en torno a: impuestos e infraestructuras, inmigración y seguridad, industria y familia, tal y como muestran algunos extractos del Programa, seleccionados a continuación:

«Andalucía necesita un cambio real y se merece un gobierno valiente dispuesto a devolver la prosperidad a nuestra tierra. (...) un gobierno que ponga a la familia en el centro de todas sus políticas» (Vox, 2022).

«Sólo VOX defiende el empleo estable, duradero y seguro ligado a la industria frente a unos partidos que han promovido la deslocalización industrial y la precarización laboral con sus políticas (...)» (Vox, 2022).

«(...) promoveremos el derecho al trabajo frente a la cultura del subsidio permanente» (Vox, 2022).

Por otra parte, las propuestas indicaban medidas derogativas como «eliminar de forma efectiva la administración paralela del socialismo y las subvenciones a los sindicatos corruptos» o «defender nuestro producto frente a la burocracia, el ecologismo radical y la competencia desleal extranjera» (Vox, 2022).

Segundamente, en los discursos electorales de Vox, la importancia del electorado joven se abordó desde una presunción de debilidad y victimismo: la población joven fue retratada en una situación de máxima precariedad socioeconómica, que justificó su referencia en términos de «hambre y rebeldía» (Redacción, 2022).

Si bien los “issues” principales concuerdan con el del resto de partidos políticos, la visión catastrofista de Vox se estableció en un marco de inespecificidad acerca de los problemas de la juventud, simplificado por la identificación y acusación de «los culpables»: élites políticas, sindicatos, movimiento feminista, «ecologismo radical» (dialéctica arriba/abajo) y población inmigrante (dialéctica dentro/fuera). Encontramos así críticas de corte nativista, en la conexión de la inmigración con la «delincuencia y la inseguridad» (González, 2022a), presentes igualmente en otros partidos europeos de extrema derecha<sup>1</sup>, y rasgos populistas en el rechazo a la ley de violencia de género (González, 2022a), a las políticas del «hembrismo en el que el hombre tiene que ser el enemigo» (Miranda, 2022) o al «PP asustado» y a la «derechita cobarde», frente al gran papel de una «única realidad nacional (...) española», dentro de la cual, «Andalucía no es una nacioncita» (García, 2022).

El discurso «martirizante» de la juventud —carente, por otra parte, de propuestas concretas para la población joven en el «decálogo» de la campaña del 19-J y de las elecciones generales y autonómicas de 2019<sup>2</sup>—, mantuvo, además, una pátina de nostalgia historicista y emocional, basada en una comparación intergeneracional que, contraria a toda memoria histórica, destacó los privilegios de las generaciones anteriores frente a una juventud actual política, laboral y educativamente damnificada por una clase política «corrupta», la «casta»<sup>3</sup> aburguesada. En defensa de los intereses del electorado joven, Vox sólo concretó en sus programas electorales y mensajes en prensa con relación al ámbito rural y agrario, «criminalizado» igualmente

---

1 Los programas electorales de Vox, Fratelli d'Italia (propuesta núm. 21, elecciones generales de septiembre de 2022), Vlaams Belang (elecciones federales, 2019) y la candidata a la presidencia de la República francesa Marine Le Pen (presidenciales de 2022) conectan directamente la inmigración irregular con la inseguridad ciudadana en las diferentes propuestas electorales.

2 El programa de las elecciones generales de 2015 sí dedicaba un apartado en exclusiva a los problemas de la juventud y medidas concretas para afrontar, por ejemplo, su empleabilidad y acceso a la vivienda. La comparación con el programa del 19-J permite observar la progresiva simplificación del discurso mantenido por la formación y la homogeneización de su discurso, a pesar de querer captar la atención del público joven.

3 Este término, introducido en el lenguaje político por Podemos, pronto fue adoptado por Vox en su discurso y la construcción del «nosotros/ellos».

por el gobierno «popular» de la Junta —«continuista», según la formación, de las políticas «nefastas» e «ideologizadas» del PSOE—, para cuya salvación y «arraigo» abogó por la reindustrialización y el proteccionismo (Gómez, 2022; Redacción Cádiz, 2022b), cuestión inviable si tenemos en cuenta las políticas de medio ambiente, agricultura y comercio vigentes en la Unión Europea y los compromisos internacionales adquiridos por España en la Agenda 2030.

Por tanto, en la campaña electoral andaluza, acorde a las estrategias de manipulación propias del discurso populista (Charaudeau, 2009), Vox construyó un relato unitario que apeló a las emociones y sentimientos de inclusión/exclusión en torno a una juventud representante de las grandes virtudes del españolismo tradicional, víctima de una pésima gestión y un sistema político-institucional corrompido por ciertos grupos de presión (*inter alia*, sindicatos, partidos y «ecologismo radical») o sociales (extranjeros, feministas), en un contexto socioeconómico catastrofista, ante los que, como veremos a continuación, el partido se presta como única formación política con potencial «salvador» de la ciudadanía y los valores tradicionales.

**Tabla 2. Discursos políticos de Vox sobre la población joven en el programa del 19-J y la prensa.**

Tema	Marco dialéctico	Rasgos ideológicos del discurso <sup>1</sup>	Representante del partido	Cita
Protagonismo social y electoral	Nosotros/ellos	Populismo autoritario Populismo compasivo <sup>2</sup> Nacional-populismo Tradicionalismo Etnonacionalismo	Macarena Olona Santiago Abascal Ignacio Garriga	«Macarena Olona no se olvidó de los casi 300.000 jóvenes andaluces que van a votar por primera vez este domingo. (...) La candidata de Vox le dijo a esos jóvenes: “Os necesitamos; necesitamos vuestra fuerza, ímpetu y ganas de comeros el mundo”» (Redacción Cádiz, 2022a) «Anima a que la ciudadanía pida a través del voto a Vox “patria, tierra, familia, libertad y seguridad” y expresa su convicción de que Andalucía “se va a poner en pie. Va a ser vuestra hambre y rebeldía lo que salga a votar a dos manos por Vox”» (Redacción, 2022).
	Arriba/abajo	Nacional-populismo Populismo autoritario Populismo compasivo <sup>2</sup> Populismo híbrido <sup>3</sup>	Macarena Olona Santiago Abascal	(En una reunión política en la Calle Asunción de Sevilla) (Abascal afirma sobre los jóvenes): “Si alguien va a defender el campo, la industria, a los obreros y a los compatriotas más débiles, es Vox” (Mora, 2022)
Trabajo y empleabilidad	Arriba/abajo	Nacional-populismo Populismo neoliberal	Macarena Olona Santiago Abascal Rocío Monasterio	«Miles de jóvenes andaluces han tenido que desplazarse fuera para encontrar un empleo digno mientras los políticos y sindicatos dilapidaban el dinero de su formación. Fomentaremos su regreso y promoveremos el derecho al trabajo frente a la cultura del subsidio permanente.» (Vox, 2022)

Tema	Marco dialéctico	Rasgos ideológicos del discurso <sup>1</sup>	Representante del partido	Cita
Educación	Presente/ pasado (Intergeneracional)	Neoliberalismo	Macarena Olona Andrés Gálvez	«Andrés Gálvez firma que solo Vox “defiende la cultura del esfuerzo para prosperar y tener las mismas oportunidades que tuvieron nuestros padres y abuelos”» (Medina, 2022)
	Arriba/ abajo	Conservadurismo Tradicionalismo Antimodernidad Moralismo dogmático Antifeminismo	Macarena Olona Rodrigo Alonso Fernández	«Derogaremos todas las leyes de género y memoria histórica que sólo han servido para enfrentar a los españoles y desalojaremos a los activistas de las aulas. (...) Protección de la libertad e igualdad en la enseñanza mediante el cheque escolar» (Vox, 2022) «Se sigue adoctrinando en los colegios, se continúa financiando a Infancia Libre que son madres secuestradoras y talleres de masculinidades en positivo y de cómo realizar una felación, en lugar de reforzar las temáticas y lengua» (Gómez, 2022)
Vivienda y familia	Arriba/ abajo	Antiecológico Populismo autoritario Tradicionalismo Capitalismo neoliberal Materialismo Conservadurismo liberal	Macarena Olona Santiago Abascal Rocío Monasterio	«La familia es la institución capital de la sociedad y un espacio crucial en el desarrollo de la persona. Por ello, es necesario proteger a las familias de los ataques progres y de la falta de apoyo económico e institucional.» (Vox, 2022) «Su formación política “sabe lo que los jóvenes necesitan, que no es otra cosa que “estabilidad, no basura: vínculos fuertes, no desarraigo; un hogar, no pisos compartidos; industrias donde trabajar y prosperar, no fanatismos climáticos; ingresos, no cheques para videojuegos; certezas para construir una familia, igualdad de oportunidades, no bancos de colores”» (Redacción, 2022)
	Arriba/ abajo Dentro/ fuera	Nacionalpopulismo Tradicionalismo	Macarena Olona Santiago Abascal	«Vox propone el “cambio real”, frente al “cambio de broma” del PP, una llegada del centro-derecha al poder que fue posible, recuerda Abascal, gracias a que apareció Vox. (...) (Vox propone) ideas claras con las que se puedan identificar muchos de los jóvenes que ayer tenían bastante presencia (en el acto electoral de Córdoba): (...) “empleo, vivienda, familia y patria”» (Miranda, 2022)

Tema	Marco dialéctico	Rasgos ideológicos del discurso <sup>1</sup>	Representante del partido	Cita
Acceso a recursos públicos	Dentro/ fuera	Nacional-populismo Nativismo Chauvinismo del bienestar Xenofobia Antinmigración	Macarena Olona Santiago Abascal Francisco Ortega-Smith	«Eliminaremos las ayudas públicas que promuevan el efecto llamada a la inmigración ilegal. Presionaremos para la devolución de MENA a sus países de origen, con sus familias. Estableceremos (...) colaboración con la policía para la persecución y expulsión de los inmigrantes ilegales del territorio nacional y exigiremos al gobierno de Sánchez el refuerzo de la seguridad frente a la creciente delincuencia, narcotráfico, robos en locales comerciales y ocupación ilegal de viviendas. (...) Además, se implantará la prioridad nacional en el acceso a ayudas sociales.» (Vox, 2022) «Vox ha incluido por vez primera en su programa la “preferencia nacional” en las ayudas sociales. Es decir, la prioridad de los españoles a la hora de recibir ayudas al alquiler o becas de comedor frente a los inmigrantes regulares o los ciudadanos comunitarios» (González, 2022a) «“Sí, lo decimos una y mil veces. Primero están los españoles: por cada joven español que se ha marchado de España, los recursos que se utilizan para mantener la inmigración ilegal deberían utilizarse para que pueda volver a su patria, que para eso es español”» (López, 2022)
	Dentro/ fuera Arriba/ abajo	Nacional-populismo Populismo etnicista Nativismo Chauvinismo del bienestar Xenofobia Antinmigración	Macarena Olona Santiago Abascal Rocío Monasterio Rodrigo Alonso Fernández	«“El pasado mes de julio solo Vox se opuso a la ley aprobada por todos los partidos que reconoce un derecho preferente a los MENA de acceso a viviendas públicas y ayudas, mientras vuestros hijos y vuestros nietos se tienen que marchar”» (Redacción, 2022) «“También apostamos por los servicios públicos sin medias tintas. (...) Acabar con el efecto llamada de la inmigración (...). Los tutelados por la Junta tienen privilegios al acceder a la vivienda o al mercado laboral que no tienen los de aquí”» (Gómez, 2022)
Ámbito rural y agrario	Arriba/ abajo	Antiglobalización Antiecológico Soberanía energética y alimentaria	Macarena Olona Rodrigo Alonso Fernández	«“El fundamentalismo climático tiene un impacto muy negativo en nuestros agricultores” (...). (Nosotros) “proponemos la reindustrialización de la provincia (...), es la mejor manera de mantener el talento de los jóvenes y generar arraigo a la tierra”» (Gómez, 2022)

Tema	Marco dialéctico	Rasgos ideológicos del discurso <sup>1</sup>	Representante del partido	Cita
	Dentro/ fuera Arriba/ abajo	Antieuro-peísmo Antieuro-craticismo Protec-cionismo económico	Macarena Olona Manuel Gavira	«(hay una) “seria amenaza que en su opinión supone la Agenda 2030 para el mundo” rural. Desde Vox, añadió Gavira, “defendemos a los jóvenes agricultores y por eso apostamos por el relevo generacional para garantizar esta forma de vida (...) Es necesario defender ante todo el producto nacional, evitando la competencia desleal que sufren nuestros productos” (Redacción Cádiz, 2022b)

- Se han utilizado las clasificaciones propuestas por Charaudeau (2009) y Aranda Bustamante y Escribano (2022)
- El «populismo compasivo» se basa en la estrategia discursiva de proximidad, en una apariencia de escucha de la demanda social, con fines autoritarios y de ejercicio de poder (Charaudeau, 2009: 274-275).
- El populismo híbrido hacer referencia a la combinación de liberalismo económico y protección de «los débiles», encontrado en la campaña de Nicolas Zargozy de 2007 (Charaudeau, 2009: 259)

#### 4.2. La marcha por un reclutamiento juvenil. Paradojas discursivas y liderazgo diferencial en un encuadre estratégico

La Tabla 3 sintetiza las principales estrategias discursivas, significados e instrumentos lingüísticos de los mensajes dirigidos por Vox al electorado joven durante los actos, mítines y entrevistas realizadas durante la campaña electoral en Andalucía. En segundo lugar, la tabla recoge los encuadres periodísticos que la prensa escrita utiliza al representar estos encuentros electorales.

La victimización de la población joven —tanto como de las personas mayores, de la clase trabajadora y de ámbito rural, así como de los propios representantes de un partido que se siente «demonizado» en el ámbito político (Sánchez-Villanueva, 2022)—, permitió proyectar con facilidad la lógica de la polarización discursiva entre «buenos» (yo, nosotros) y «malos» (ellos/ellas), a la vez que generar una ilusión de unión, identificación personal y horizontalidad entre ciudadanía y el cuerpo político de Vox, que sabe explotar su imagen de outsider político (López-Rabadán y Doménech-Fabregat, 2021).

La idea de intereses comunes y lucha compartida se fue elaborando a través de dos ejercicios de conexión con la audiencia joven: la primera de tipo identitario, guiando la construcción del «yo» individual como parte del «nosotros» colectivo, propio del «nacionalismo banal» y su intento de «significar el nosotros nacionalista frente a un ellos» (Corrochano, 2022: 192); la segunda de tipo propagandístico, en un camino inverso que volvió a transferir el protagonismo del «nosotros» al «yo», en este caso partidista, mostrando el potencial de los candidatos, a través de una autoproyección discursiva mesiánica.

Con la primera estrategia, Vox buscó conectar con la conciencia, identidad e integración de los jóvenes como parte de una nación española única y cohesionada en torno a unos valores tradicionales transmitidos por las generaciones anteriores. Desde este prisma, en el imaginario de la derecha radical, los jóvenes deben ser «guardianes» de la identidad nacional, protagonistas responsables de su preservación

y principales defensores (capacitados por su fuerza y energía característica de la edad) del espíritu nacional. Estamos, por tanto, ante una construcción de un modelo de juventud inspirada en los rasgos tradicionalmente atribuidos al varón en la construcción social del género de fuerza, determinación, egocentrismo y lucha. En el eje dentro/fuera, la supuesta idiosincrasia de la juventud española se retrató por antagonismo y confrontación con la población inmigrante, mientras que en el marco arriba/abajo, la posición de la juventud se situó en un máximo de vulnerabilidad, como consecuencia de las políticas sociales llevadas a cabo por los partidos tradicionales.

Por otra parte, a través de la estrategia propagandística, Vox hizo una clara llamada de reclutamiento político e ideológico escorado a la derecha. Siguiendo la lógica de sus aspiraciones continuistas, Olona y Abascal instaron a los jóvenes a abandonar la «resignación», para dar el paso a la «rebeldía». Apelando a este sentimiento característico de la juventud, los líderes de Vox pretendían legitimarse como abanderados de los intereses y necesidades de este grupo poblacional (Díaz Moreno, 2023).

Dispuestos a desenredar la paradoja discursiva de la victimización juvenil y su simultánea heroización, todos los representantes de Vox desarrollaron durante su campaña para el 19-J una fórmula de conexión directa, cuerpo a cuerpo con los jóvenes, basada en dos tácticas: por una parte, buscando la confianza y proximidad y, en segundo lugar, desde la proyección de un liderazgo vertical fuerte, encarnado por Santiago Abascal y secundado, desde un posicionamiento complementario y subalterno, por la candidata a la presidencia, Macarena Olona. La paradoja de la convivencia discursiva entre proximidad y autoritarismo se resolvió, como veremos a continuación, aplicando el discurso de género como base diferencial en la conexión con el electorado juvenil.

El abordaje discursivo de proximidad —confirmado por el escaso contacto con los medios de comunicación tradicionales, pocas entrevistas y ausencia de Vox en las ruedas de prensa— se basó en la organización de actos «a pie de calle», «muchos selfies que todavía están de moda» (Marzo, 2022), baños de masas, paseos en coche o andando por lugares públicos (Méndez, 2022; Ubajo, 2022) y varios mítines electorales. A nivel discursivo, la proximidad supuso el uso de un lenguaje informal y cercano en prensa y mítines, cargado de coloquialismos y frases hechas que se colaron incluso en el programa electoral del 19-J (por ejemplo, «administración paralela», «sindicatos y partidos subvencionados», «personal enchufado a dedo», «leyes ideológicas» y autonómicas «inútiles que sólo añaden burocracia», etc.), así como de una forzada afinidad de género, tinte característico del modelo de liderazgo femenino —amable, cómplice, comprometido y sacrificado—, promovido por Macarena Olona y la dirección del partido.

A nivel estético, la vestimenta informal y a veces de tipo militar, adaptada a los mensajes de mayor radicalización y agresividad, fue un guiño evidente al deseo de conectar con la población joven, a la vez que dar una imagen de naturalidad y cercanía. Por su parte, para la conexión con el público femenino, Olona buscó una imagen de mujer «guapa», sencilla y tradicional, muy respetuosa con los valores tradicionales y religiosos: el colgante en forma de cruz o la medalla de Nuestra Señora de Araceli durante el acto de Lucena, fueron los complementos elegidos como exponentes de la simbología religiosa, cultura local y tradiciones andaluzas más castizas.

En el otro extremo, el liderazgo al más puro estilo «pater noster» (atento, vigilante, seguro e inamovible) de Santiago Abascal, envuelto en un aura de seriedad, responsabilidad y fuerza, marcó de manera ininterrumpida la campaña de la candidata, en una especie de acompañamiento y tutela, aparentemente «necesaria» para avalar

su valía política y el respaldo del partido ante un electorado y perfil de simpatizantes eminentemente conservador y masculinizado. Con un lenguaje más directo, metáforas y uso de imperativos, la presencia del líder masculino quedó enaltecida a partir de evidentes notas de autoritarismo, orientado a marcar no sólo la supremacía masculina en la política, sino también fortalecer los lazos con el electorado joven masculino, por medio de la exaltación de valores tradicionales etno y androcéntricos, en contra del movimiento feminista, la globalización o la europeización económica «impuestas».

Acerca del encuadre periodístico, prevalecieron la atribución de responsabilidad, el conflicto y el interés humano. La prensa prestó atención a cuestiones relativas a la campaña y la estrategia política (Mancera Rueda y Villar-Hernández, 2020: 336) e incorporó una serie de elementos subjetivos, yendo más allá del mero objetivo informativo (Carrascosa Puertas, 2020: 117). Identificamos así el reflejo de la intensa emocionalización en la representación de la campaña electoral, así como la personalización diferencial con base de género.

Los periódicos analizados, de ámbito local y autonómico, así como ediciones locales de prensa nacional, mantuvieron en general un enfoque crítico con los mensajes electorales de Vox. La profunda ideologización, el carácter españolista, ajeno a los problemas concretos de la ciudadanía andaluza, la ambigüedad del programa electoral de Vox — «un panfleto de 10 puntos tan alucinante como que bajarán los impuestos al tiempo que mejorarán los servicios públicos, que se pagan con esos impuestos» (Torres, 2022)—, el posicionamiento contrario a los derechos sociales de las minorías sociales, étnicas, sexuales, etc. y los rasgos populistas fueron los principales aspectos negativos reflejados, en confirmación de la doble tendencia del panorama mediático tradicional en España, de ofrecer una cobertura negativa y/o crítica de los movimientos populistas (Enguix y Gallardo, 2020)<sup>4</sup>.

**Tabla 3. Mensajes electorales y estrategias de movilización del electorado joven en actos presenciales**

Sevilla, 3 junio (mitin)
Cita: «Esta tarde cientos de personas esperaban a su líder, en un acto convocado (...) en el que el indiscutible protagonista era él (Abascal). Y en el que las propuestas concretas para Andalucía brillaron por su ausencia. (...) No olvidó a ninguno de sus colectivos objetivo: los cazadores, los trabajadores de la industria, los jóvenes sin empleo. El caladero electoral del partido es variado: se ven en la concentración muchos mocasines, pero también muchas zapatillas. (...) Macarena Olona iniciaba su discurso asegurando que tras entregar el acta ya "soy toda vuestra". En su arenga, las ideas fuerza de su formación: la negación de la violencia de género, la defensa de la familia como "pilar de la sociedad", la crítica a un feminismo que "nos ha traicionado" y la crítica a la inmigración, en contra de un multiculturalismo que "no funciona con culturas que no son respetables" (...). Ninguna de ellas sobre Andalucía» (Montenegro, 2022).

4 Sería necesario ampliar el estudio de fuentes periodísticas afines a la derecha radical, para conseguir un enfoque comparativo que podría ser muy esclarecedor desde la perspectiva del ACD. Asimismo, como futura línea de investigación, surge la opción de ahondar, desde la perspectiva feminista, en las características del registro de «patriarcado mediático» (Ríos Sierra, 2017: 65) y su implantación en el caso de la construcción de la imagen política de las mujeres en la prensa española.

Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Victimización: razón de clase social (clase obrera), razón de valores y costumbres (cazadores), razón de vulnerabilidad (jóvenes)</p> <p>Confrontación: antifeminismo, antinmigración, proyección del «yo/nosotros» frente a «ellos». etnocentrismo y rechazo a la diversidad cultural</p> <p>Exaltación de valores: modelo de familia tradicional, cultura local, nacionalismo</p> <p>Lo no dicho: propuestas para Andalucía</p> <p>Lenguaje: verbos en primera persona singular (yo), verbos en primera persona plural (nosotros), negaciones, metáforas, frases hechas</p>	<p>Emocionalización</p> <p>Supremacía masculina: Centralidad de la figura masculina, Protagonismo del líder masculino, Inauguración del acto</p> <p>Liderazgo femenino: presencia en segundo plano, subalternidad, disponibilidad y entrega incondicional, tutela, acompañamiento y presentación por parte de Abascal</p>	<p>Atribución de responsabilidad: crítica al discurso populista</p> <p>Conflicto: oposición ideológica con otros partidos</p> <p>Interés humano: electorado afín heterogéneo, preocupación</p>
<b>Sevilla. 3 junio (viaje en coche)</b>		
<p>Cita: Vox evita las ruedas de prensa en campaña y convoca actos a pie de calle, con la «protección de fornidos guardaespaldas (...) y muchos selfies que todavía están de moda entre el público (...), algunos incómodos (...) como cuando algún propietario del móvil desliza indebidamente el brazo (...) que (Olona) no tildó de machistas quizás porque no es apropiado admitir que existan entre sus simpatizantes» (Méndez, 2022).</p>		
Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Proximidad con el electorado: relación directa con las audiencias, cercanía física y corporeidad, estrategias comunicacionales, relación mínima con los medios tradicionales</p> <p>Lo no dicho: silencio y pasividad ante muestras de comportamientos machistas</p>	<p>Espectacularización: fervor populista, exaltación, baño de masas, uso de imagen, autenticidad, imagen de éxito. <i>Buenrollismo</i>, producción de material documental propio</p> <p>Modelo de feminidad: necesidad de protección y seguridad, amabilidad, simpatía, cercanía, tolerancia, adaptabilidad, paciencia</p>	<p>Interés humano: reprobación, incomodidad</p> <p>Moralidad: crítica a tolerancia y permisivismo machista, desaprobación de actitudes y comportamientos machistas</p>
<b>Córdoba. 4 junio</b>		
<p>Cita: «Macarena Olona resumió su discurso en la dicotomía entre “resignación o rebeldía”. Lo primero es lo que proponen los partidos: “Aunque haya tanto paro juvenil no nos podemos coger porque no estamos tan mal. (...) No es tirar piedra, ni insultar, ni vandalizar. Ni siquiera es desobedecer a los padres. Es poner pie en pared y, cuando se está entre la espada y la pared, elegir la espada”, dijo la candidata a la Presidencia de la Junta, que instó a sus votantes a “elegir y ser protagonista”. (...) Frente a la resignación, (Abascal) invitó a los suyos: “Sed rebeldes y pedid patria, tierra, libertad, familia y seguridad”» (Miranda, 2022).</p>		

Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Victimización: razón de vulnerabilidad (jóvenes)</p> <p>Protagonismo: agencia, acción y responsabilidad</p> <p>Confrontación: antiestablishment, antimigración (seguridad), responsabilización del electorado joven, rebeldía contra «ellos», obediencia hacia «nosotros»</p> <p>Exaltación de la juventud estereotipada: espíritu combatiente, inconformismo, insurrección intergeneracional</p> <p>Exaltación de valores: tradicionalismo, familia, patriotismo, arraigo, voluntad de cambio</p> <p>Lo no dicho: propuestas políticas concretas</p> <p>Lenguaje: frases hechas, uso de vocativos e imperativos, antítesis, negaciones, asíndeton</p>	<p>Emocionalización</p> <p>Modelo de liderazgo: representación popular, legitimidad, autoritarismo, ethos de potencia</p> <p>Liderazgo femenino: explicativo, justificativo</p> <p>Liderazgo masculino: autoritario, reclamativo, impositivo</p>	<p>Interés humano: emocionalización</p> <p>Atribución de responsabilidad: crítica al discurso populista, crítica al autoritarismo («instó»)</p> <p>Conflicto: oposición ideológica con otros partidos</p>
<b>Córdoba. 4 junio</b>		
<p>Cita: «Olona se dirigió a la Andalucía rural, a los jóvenes, a los mayores y a las mujeres (...). "Veo muchas mujeres, todas guapas", y continuó apuntando que el feminismo actual "no es feminismo, sino hembrismo"» (Santos, 2022). Imagen: Abascal y Olona rodeados de sus seguidores en un baño de masas.</p>		
Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Proximidad: conexión entre iguales, complicidad entre mujeres</p> <p>Afinidad de género</p> <p>Confrontación: antifeminismo</p> <p>Uniformización: mensajes unitarios dirigidos a grupos sociodemográficos diversos</p> <p>Exaltación de valores: estereotipos sobre la belleza de las mujeres española</p> <p>Lo no dicho: concepción propia de feminismo, propuestas específicas para Andalucía</p> <p>Lenguaje: neologismos, negaciones, cumplidos, epítetos simples, coloquialismos</p>	<p>Liderazgo masculino: cercano (vestimenta informal -vaqueros y una camisa, cadena plateada con colgante de cruz) rostro serio, seguridad, autenticidad, responsabilidad</p> <p>Liderazgo femenino: cercano (vestimenta informal y juvenil -camisa y pantalones, pelo recogido en una coleta), rostro sonriente, familiaridad, complicidad</p> <p>Modelo de feminidad: amabilidad, cortesía, complicidad</p>	<p>Atribución de responsabilidad: falta de propuestas para Andalucía</p>

<b>Córdoba. 4 junio</b>		
<p>Cita: «(Olona)...hace campaña agitando la bandera de su liderazgo femenino. La estrategia de Olona (...), una fotocopia de la estrategia europea de la extrema derecha: defiende su rechazo a la inmigración utilizando el argumento de la defensa de los derechos de las mujeres como excusa. (Olona se dirige a las) (...) mujeres jóvenes con inclinaciones partidistas aún por definirse (y con un) (...) tono melodramático con el que, aludiendo a su experiencia personal como mujer de éxito profesional, relata sus angustias y sufrimientos ante la decisión de ser madre cuando el reloj biológico la apremió. Pura estrategia de activación de la afinidad de género (que) convierte la igualdad de género en una cuestión divisiva y altamente politizada» (Fraile, 2022).</p>		
Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Afinidad de género Confrontación: antifeminismo, antinmigración Lo no dicho: concepción propia de feminismo, propuestas específicas para Andalucía</p>	<p>Espectacularización Reproducción de otros modelos y estrategias de liderazgo de la derecha radical Liderazgo femenino: afinidad de género, cultura del esfuerzo, meritocracia</p>	<p>Atribución de responsabilidad: comparación con otros modelos de liderazgo, politización de las desigualdades de género Conflicto: crítica a las consecuencias políticas de los discursos populistas Interés humano: emocionalización, identificación del público diana de los mensajes populistas</p>
<b>Entrevista. 8 junio</b>		
<p>Cita: «Hila una idea con otra con memoria de opositora y eso también puede ser una habilidad escapista (...) (La Costa Tropical y Salobreña es) donde su hijo dio los primeros pasos (...) “Aquí me he sentido mamá Macarena. (...) Voy a vivir en Andalucía y, por decisión propia, mi hijo crecerá en Andalucía y tendrá el acento andaluz de su abuela y sus bisabuelos (...). Es necesario luchar contra la inmigración ilegal y devolver la seguridad a nuestros barrios. Estamos importando culturas de manera descontrolada que a mí como mujer me consideran inferior y a una persona homosexual le cuelgan o la lapidan (...). No voy a dar ayudas para abortar, sino para que se pueda formar una familia. Cada vez las clínicas abortivas están más llenas de españoles y los paritorios más vacíos de españoles (...). Lo que existe en la actualidad es la obligación por el Estatuto de que toda norma lleve un análisis de perspectiva de género. No sé qué utilidad tiene para los andaluces que veamos cómo impacta en las mujeres la construcción de una rotonda (...). Hablo desde el privilegio, ganado con mi esfuerzo, no por cuota –yo me examiné con llagas en la espalda y en el trasero- de no estar aquí para tener que ocupar una silla pública. (...) Si estoy en Vox es porque desde el instante en que conocí a Santiago Abascal tuve clarísimo que estábamos en una comunidad de sentimientos”» (Chirino, 2022).</p> <p>Imagen: Primer plano de Macarena Olona con Salobreña de fondo, día soleado y mar azul.</p>		

Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Exaltación de valores: maternidad, construcción de la identidad andaluza en base a rasgos lingüísticos, continuismo y tradicionalismo intergeneracional            Confrontación: antifeminismo, antimigración: xenofobia y etnocentrismo, antiestablishment            Demagogia: antipolíticas de igualdad de género, cultura del esfuerzo y meritocracia            Catastrofismo: baja tasa de natalidad, deficiencias de políticas públicas            Peligro, riesgo y amenaza: visión negativa de otras culturas            Lenguaje: cercano, vocabulario informal, generalizaciones, ironía, exageraciones, descripciones simples propias del realismo visual</p>	<p>Liderazgo femenino: agencial («por decisión propia»), cercano (vestimenta informal). dependencia emocional del liderazgo masculino            Liderazgo masculino: líder masculino como inspiración y guía            Modelo de feminidad: maternidad como núcleo existencial femenino</p>	<p>Atribución de responsabilidad: crítica a la estrategia comunicacional            Interés humano: emocionalización</p>
<b>Jaén. 10 junio</b>		
<p>Cita: «Sin relación alguna con la comunidad que aspira a presidir, Olona se ha rodeado de la imaginería folclórica que se asocia con Andalucía al norte de Despeñaperros: se ha vestido de gitana y su rostro en los carteles electorales evoca a la morena de Julio Romero de Torres, la de los antiguos billetes de 100 pesetas y la copla de Manolo Escobar. (...) Olona ha abanderado un discurso antifeminista, arremetiendo contra las cuotas, que asegura degradan a las mujeres (aunque ella ha sido designada a dedo por Abascal y no ha dado ningún mitin sin él), y contra las leyes que intentan combatir la violencia machista, que según Vox discriminan a los hombres» (González, 2022a).</p>		
Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Proximidad            Afinidad de género            Confrontación: antifeminismo, antiestablishment            Exaltación de valores: tradicionalismo, estética y cultura andaluza            Lo no dicho: concepción propia de feminismo, propuestas específicas para Andalucía</p>	<p>Espectacularización            Nacional-flamenquismo            Liderazgo femenino: afinidad de género, cultura del esfuerzo, meritocracia</p>	<p>Atribución de responsabilidad: irregularidad de la candidatura (padrón), relaciones internas y jerarquía de género, consecuencias del discurso antifeminista            Conflicto: electorado masculino-femenino            Interés humano: estética andaluza forzada</p>

<b>El Ejido. 14 de junio</b>		
<p>Cita: (La) «candidata que, pertrechada de pantalón verde militar y camiseta de tirantes, se desgañaba como si la campaña se hiciera en el campo de entrenamiento. (...) El líder y la candidata de Vox tiran al máximo de argumentario ideológico en el feudo ejidense (...). El idolatrado –por los suyos- líder de Vox (está ante un) (...) auditorio, más enfervorecido que numeroso (...): Nos quieren demonizar, en referencia a él mismo y a su opción política, pero la etiqueta bien se podría customizar al victimismo de cada oyente (...) Alrededor de 300 almas (...) hasta los niños llevaban globos a juego con el color corporativo. Porque había muchos niños, y muchos otros peinaban canas, también jóvenes, toda gente corriente, gente del pueblo. (...) También un sonriente Juan García Gallardo (líder de Vox en Castilla y León): “Ellos” –se vanaglorió- “tienen la respuesta para que los extranjeros no sean imprescindibles ante un más que evidente envejecimiento de la población que compromete el crecimiento de España y el futuro de las pensiones: ayudas a la natalidad”. De los españoles, por supuesto» (Sánchez-Villanueva, 2022).</p>		
Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Enquadre mediático
<p>Victimización: razón de autenticidad política e ideológica (Vox), razón demográfica (nación española)                      Catastrofismo: baja tasa de natalidad, inviabilidad de la gestión económica estatal                      Peligro, riesgo y amenaza: visión negativa de la inmigración                      Polarización                      Búsqueda de identificación y causa común                      Lenguaje: uso de primera personal plural, metáforas, estilo directo, argumentación causa-efecto, antítesis, hipérbole</p>	<p>Espectacularización                      Emocionalización                      Liderazgo femenino: militarización (estética y vestimenta), radicalización, fervor comunicativo                      Supremacía masculina: centralidad de figuras masculinas, protagonismo de líderes masculinos, inauguración del acto                      Modelo de feminidad: tutela/acompañamiento/ presentación masculina</p>	<p>Atribución de responsabilidad: ideologización                      Conflicto: fuerza del mensaje polarizador                      Interés humano: emocionalización, electorado pasional, preocupación por el futuro, presencia infantil</p>
<b>Lucena. 15 junio</b>		
<p>Cita: «Macarena Olona, candidata a la Junta de Andalucía, se dirigió, reiteradamente, a los 300.000 nuevos votantes que, por primera vez, acuden a las urnas, y los animó a no resignarse contra la “pena de destierro” que padecen por “el paro estructural y la falta de oportunidades” que han provocado “40 años de políticas socialista, con mercadeos, favores y enchufados” (...). Animó a los jóvenes a ponerse en pie y exigir “tierra, libertad, patria, familia y seguridad”. (...) Estimuló a la juventud a votar con dos manos a Vox porque así pagarán quienes han abandonado a vuestros padres y abuelos durante la pandemia.»                      Imagen: Olona sacándose una foto sonriente junto con un señor mayor (González, 2022b).</p>		

Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Victimización: razón de vulnerabilidad (jóvenes y personas mayores)</p> <p>Confrontación: antiestablishment, responsabilización del electorado joven, rebeldía contra “ellos”, obediencia hacia “nosotros”</p> <p>Acusación, resentimiento y venganza</p> <p>Exaltación de valores: tradicionalismo, familia, patriotismo, arraigo, voluntad de cambio</p> <p>Lenguaje: frases hechas, uso de vocativos e imperativos, vocabulario informal, palabras polisémicas (pena), antítesis, asíndeton</p>	<p>Emocionalización</p> <p>Producción de material documental propio</p> <p>Liderazgo femenino: fervor comunicativo, lógica de cuidados (referencia a las personas mayores)</p>	<p>Atribución de responsabilidad: fuerza del mensaje movilizador</p> <p>Interés humano: emocionalización</p>
<b>Lucena. 15 junio</b>		
<p>Cita: «Olona besó la medalla de la Virgen de Araceli de Lucena que llevaba colgada en el cuello y afirmó: “Primero nuestra casa y nuestra gente y pidió a los jóvenes: No os resignéis, poner os en pie y alzaos sobre nuestros hombros, estamos preparados para asumir la presidencia de Andalucía y de España y vamos a por ella para servirlos”» (García, 2022).</p>		
Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
<p>Victimización: razón de vulnerabilidad (jóvenes)</p> <p>Confrontación: antiestablishment, antinmigración, responsabilización del electorado joven, rebeldía contra «ellos», confianza hacia «nosotros»</p> <p>Exaltación de valores: patriotismo, arraigo</p> <p>Lenguaje: frases hechas, metáforas, uso de vocativos e imperativos, vocabulario informal</p>	<p>Emocionalización</p> <p>Espectacularización: fervor populista, exaltación, baño de masas, uso de imagen</p> <p>Liderazgo femenino: fervor comunicativo, religiosidad, respeto a los valores tradicionales, sacrificio, abnegación, martirio</p>	<p>Interés humano: emocionalización</p>
<b>Lucena. 15 junio</b>		
<p>Cita: Macarena Olona: «“Patria, tierra, familia, libertad y seguridad”. Ese es el grito que les lanzó este miércoles a los jóvenes (...) en el mitin que celebró en Lucena. (...) Exaltación de los principios más radicales de Vox, con una mensaje absolutamente ideologizado (...) y monopolizado por los dirigentes nacionales» (Rodríguez, 2022)</p> <p>Imagen: Abascal tocando su pecho con la mano derecha, cogiendo a Olona, sonriente, con la medalla visible de la Virgen Araceli.</p>		

Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
Victimización: razón de vulnerabilidad (jóvenes) Confrontación: antiestablishment, antinmigración, responsabilización del electorado joven, rebeldía contra «ellos», confianza hacia «nosotros» Exaltación de valores: patriotismo, arraigo Lenguaje: simplificación, reiteración, metáforas	Emocionalización Liderazgo femenino: fervor comunicativo, religiosidad, respeto a los valores tradicionales	Atribución de responsabilidad: ideologización, radicalismo, agresividad, verticalidad corporativa, liderazgo vertical
<b>Granada. 17 junio</b>		
«La candidata se dio un baño de masas (...tuvo) un respiro que le dieron los besos (...). Quieren foto con Olona las chicas jóvenes, las señoras, las madres de familia que le enseñan con ilusión a sus hijas y a las que la candidata dice que “tienen caras de ser unos bichitos”. (...) (Olona es) embajadora del comercio local granadino (...) ha llevado distintas prendas compradas en estas tiendas, ya que “sin lo privado, lo público no come”. (...) Las señoras le dicen pero “qué delgadita te has quedado” (...) que tiene mucha ternura y el corazón lleno de amor por Andalucía y por los andaluces» (Ubago, 2022).		
Estrategia discursiva y lenguaje	Personalización líder y elementos de género	Encuadre mediático
Proximidad: relación directa con las audiencias, conexión entre iguales, cercanía física y corporeidad, complicidad entre mujeres Afinidad de género Exaltación de valores: modelo de consumo, arraigo Lenguaje: lenguaje informal, frases hechas, metáforas, coloquialismos	Espectacularización: fervor populista, exaltación, baño de masas, uso de imagen, <i>buenrollismo</i> Liderazgo femenino: afinidad de género, responsabilidad, calidad de relaciones intergeneracionales, dedicación, compromiso Modelo de feminidad: amabilidad, simpatía, cercanía, heterogeneidad de rol, cariño, amor, ternura, dulzura	Interés humano: emocionalidad

## 5. CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

En las elecciones al Parlamento andaluz del 19-J, pese a considerarles población «diana» en su estrategia electoral, Vox no llegó a formalizar un discurso específico destinado al electorado joven, ni a trasladar al programa electoral medidas concretas consagradas a sus demandas y necesidades específicas. Del análisis de los programas electorales –simplificados en las sucesivas elecciones hasta el «Decálogo» de los comicios andaluces –, se desprendió un halo de nativismo y conservadurismo, mezclado con una crítica (banal) antiestablishment en su discurso político, propia del mensaje generalizado por Vox en otros territorios, así como por los partidos de derecha radical asentados en los países de nuestro entorno sociopolítico más inmediato.

Durante la campaña electoral, Vox mantuvo una visión unitaria en torno a la población joven. Con afán homogeneizador, su intención fue insertar a la juventud dentro de las características, necesidades e intereses comunes de una única nación española, cohesionada en torno a valores del ideario continuista nacionalcatólico. En

este sentido, el ACD (Análisis Crítico de Discurso) realizado identificó discursos de índole nacional-populista y nativista, con notas de autoritarismo, tradicionalismo y conservadurismo liberal, tanto en los programas electorales como en los mensajes en prensa analizados.

La estrategia de comunicación directa —cuerpo a cuerpo— con el electorado joven durante la campaña andaluza fue muy similar a la realizada por Vox en las redes sociales, siendo visible el efecto de «celebrificación» de los candidatos y su reverso de construcción de seguidores fandom.

Vox mantuvo una aproximación esencialista y estereotipada, que, a la vez, tuvo el objetivo de fortalecer la idea de unión y lucha común; programando una intensa emocionalización alrededor de las personalidades políticas y envolviendo toda la campaña en marcos de espectacularización, Vox ideó un discurso «retrotópico», buscando la conexión de la juventud con un pasado idealizado y el anhelo de un nuevo resurgir nacional glorioso. La retórica del enfrentamiento y de la guerra, el uso de metáforas bélicas y de la estética militar en la campaña, contribuyeron además a concretar el perfil de la juventud como grupo etario «escudo» en la lucha contra los partidos políticos tradicionales, el movimiento feminista o la población inmigrante.

En una maniobra dialéctica repleta de paradojas, la campaña permitió hacer un traspaso del protagonismo del yo individual y colectivo del electorado joven al liderazgo político de Vox. Con este objetivo discursivo de tintes totalitaristas, Vox combinó la estrategia comunicacional de victimización y catastrofismo con la de confrontación, a la vez que demandó el voto joven desde fórmulas aparentemente opuestas, de proximidad y autoritarismo.

La prensa se hizo eco, desde una marcada perspectiva analítico-crítica, en algunos casos, muy cercana a la denuncia, de estas estrategias discursivas y su ideologizada puesta en escena. Por otra parte, el ACD permitió perfilar el enfoque periodístico observacional y descriptivo, propio de su fin informativo.

En la campaña andaluza, la doble dialéctica para conectar con la juventud se manifestó desde la proyección de un liderazgo masculino y femenino diferencial (y desigual). La supremacía masculina, con un Santiago Abascal presente y constante en todos los actos, quedó patente en la relación con la subalternidad de la candidata a la presidencia a la Junta. Los elementos del modelo de feminidad tradicional —belleza, amabilidad, disponibilidad, cercanía— se fueron integrando en la lógica de un liderazgo femenino abnegado, a la vez que altamente emocional y apasionado, comprometido con la lucha común.

En esta lógica forzada, nos encontramos con la doble faceta de Macarena Olona: por una parte, depositaria fiel de profundos valores castizos (más propios del «nacional-flamenquismo» que de la cultura local andaluza) y, por otra parte, en modo Tomb Ryder tutelada, competente, fuerte, guerrera y combativa contra el establishment, pero acompañada por un omnipresente y «todopoderoso» Santiago Abascal. En este caso, la modernización del modelo de feminidad en Vox, defensor de la cultura del esfuerzo y de la inexistencia de las desigualdades de género parece sólo parcial, siendo muy marcados aún los rasgos identitarios de un modelo conservador de feminidad arraigado en el catolicismo y ciertos grupúsculos sociales tradicionales.

### **Contribuciones de los autores**

Concepto y diseño, Alina Danet y Lucas Ruiz; Metodología, Alina Danet; Recogida de datos, Alina Danet y Lucas Ruiz; Análisis e interpretación, Alina Danet y Lucas Ruiz;

Redacción del artículo: preparación del borrador original, Alina Danet.; escritura: revisión y edición, Alina Danet y Lucas Ruiz.

### Conflictos de intereses:

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aladro Vico, Eva y Requeijo Rey, Paula (2020). Interés y participación política de los pre-universitarios madrileños en el nuevo escenario político. *Observatorio*, 14(2), 93-120.
- Álvarez Benavides, Antonio y Jiménez Aguilar, Francisco (2021). La contraprogramación cultural de Vox: secularización, género y antifeminismo. *Política y sociedad*, 58(2), e75488. <https://doi.org/10.5209/poso.74486>
- Álvarez Benavides, Antonio y Toscano, Emanuele (2021). Nuevas articulaciones de la extrema derecha global: actores, discursos, prácticas, identidades y los retos de la democracia. *Política y Sociedad*, 58(2), e74471. <https://doi.org/10.5209/poso.74471>
- Antón-Mellón, Joan y Hernández-Carr, Aitor (2016). El crecimiento electoral de la derecha radical populista en Europa: parámetros ideológicos y motivaciones sociales, *Política y Sociedad*, 53, 17-28.
- Aranda Bustamante, Gilberto y Escribano, Rodrigo (2022). Las múltiples hibridaciones del posfranquismo populista de Vox. *Desafíos*, 34(2), 1-36. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.11063>
- Arranz Sánchez, Laura (2022). El marco de la «ideología de género» en el discurso de Vox. *Más Poder Local*, (49), 10-25. <https://doi.org/10.56151/mas poder local.107>
- Arroyo Menéndez, Millán (2020). Las causas del apoyo electoral a VOX en España. *Política y Sociedad*, 57(3) 693-717. <https://doi.org/10.5209/poso.69206>
- Bar-On, Tamir (2018). The radical right and nationalism. En J. Rydgren (ed). *The Oxford handbook of the radical right* (pp. 17-41). Oxford: Oxford University Press.
- Bengoechea, Mercedes (2015). *Lengua y género*. Madrid: Síntesis.
- Bennet, W. Lance, Well, Chris y Freelon, Deen (2011). Communicating civic engagement: Contrasting models of citizenship in the youth web sphere. *Journal of Communication*, 61 (5), 835-856. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01588.x>
- Betz, Hans G. (2004). *La droite populiste en Europe. Extrême et démocrate?* París: Autrement.
- Bolet, Diane (2022). The janus-faced nature of radical voting: Subjective social decline at the roots of radical right and radical left support. *Party Politics*, 1-14. <https://doi.org/10.1177/13540688221085444>
- Capdevila, Aarantxa, Moragas-Fernández, Carlota M. y Grau-Masot, Josep M. (2022). Emergencia del populismo en España: marcos metafóricos de Vox y de su comunidad online durante las elecciones generales de 2019. *Profesional de la información*, 31 (3), e310317. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.17>
- Carrascosa Puertas, Lara (2020). Liderazgo político femenino: una comparativa del tratamiento mediático de la primera semana de mandato de Ana Botella y Manuela Carmena. *Política y Sociedad*, 57(1), 99-119. <http://dx.doi.org/10.5209/pos2023o.64329>

- Casero-Ripollés, Andreu (2018). Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *El profesional de la información*, 27(5), 964-974. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>
- Casero-Ripollés, Andreu (2012). *Periodismo político en España. Concepciones, tensiones y elecciones*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Cazorla, Angel, Montabes Juan y López-López, Paulo C. (2022). Medios de comunicación, información política y emociones hacia partidos políticos en España. *Revista Española de Ciencia Política*, 58, 83-109. <https://doi.org/10.21308/recp.58.03>
- Charaudeau, Patrick (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y sociedad*, 3(2), 253-279.
- Corrochano, David (2022). La normalización de Vox y su ideología del día a día. Nacionalismo banal y cotidianeidad desbordada. *Revista de Estudios Políticos*, 197, 167-201. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.197.06>
- Del Castillo Aira, Itxaso e Iturbe Tolosa, Andoni (2021). Masculinidad, cuerpo y nación en la comunicación visual de Santiago Abascal (Vox) en Instagram en 2020. Análisis de la imagen del ámbito privado en su cuenta personal. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, 83-105. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5836>
- Díaz Moreno, Verónica (2023). La juventud ante la irrupción de la extrema derecha. En MJ.Vicente-Vicente (coord). *Las nuevas extremas derechas en el mundo* (pp. 193-210). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Enguix Oliver, Salvador y Gallardo Paúls, Beatriz (2020). Coverage of the far-right in the Spanish written press: the case of Vox. En M. Fuster-Márquez et al (eds). *Exploring discourse and ideology through corpora*. Berna: Peter Lang.
- Ennser-Jedenastik, Laurenz (2017). Welfare Chauvinism in Populist Radical Right Platforms: The Role of Redistributive Justice Principles. *Social and Policy Administration*, 52(1), 293-314. <https://doi.org/10.1111/spol.12325>
- Fairclough, Norman y Wodak, Ruth (1997). Critical Discourse Analysis. En T. A. Van Dijk (Ed.), *Discourse as Social Interaction: Discourse Studies 2 (A Multidisciplinary Introduction)* (pp. 258-284). London: Sage.
- Ferreira, Carles (2019). Vox como representante de la derecha radical en España: Un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73-98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>
- Foucault, Michel (2003[1969]). *La arqueología del saber*. Madrid: Siglo XXI.
- García Hípola, Giselle L. y Pérez Castañón, Sergio (2021). Las emociones como estrategia de comunicación en las elecciones europeas de 2019: VOX. *Más Poder Local*, 43, 20-27.
- González Rodríguez, Juan Jesús y Barreiro Castro, Luis (2023). El tamaño importa. Estudio comparado del efecto del hábitat sobre el voto (Galicia y Andalucía, España, 2000-2020). *Ager*, 37, 39-66
- Hernández, Marisol (2021). La semilla de Vox germina en las aulas: logra su mayor apoyo entre los menores de 24 años. *El Periódico de España*, 19-10-2021. <https://www.epe.es/es/politica/20211019/semilla-vox-germina-aulas-logra-12305518>
- Hernández-Carr, Aitor (2011). La derecha radical populista en Europa: discurso, electorado y explicaciones. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 136, 141-160.

- Jagers, Jan y Walgrave, Steffan (2007). Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties' Discourse in Belgium. *European Journal of Political Research*, 46 (3), 319-345.
- Laclau, Ernesto (2005). Populism: What's in a Name? En F. Panizza (ed.). *Populism and the Mirror of Democracy* (pp- 32-49). Londres: Verso.
- Laguna Platero, Antonio (2024). *Historia de los medios de comunicación en España*. Madrid: Catarata Editorial.
- López-Rabadán, Pablo y Doménech-Fabregat, Hugo (2021). Nuevas funciones de Instagram en el avance de la «política espectáculo». Claves profesionales y estrategia visual de Vox en su despegue electoral. *Profesional de la información*, 30(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.20>
- Mancera Rueda, Ana y Villar-Hernández, Paz (2020). Análisis de las estrategias de encuadre discursivo en la cobertura electoral sobre Vox en los titulares de la prensa española. *Doxa Comunicación*, 31, 315-340. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n31a16>
- Marcos-Marne, Hugo, Plaza-Colodro, Carolina y O'Flynn, Ciaran (2021). Populism and new radical-right parties: The case of Vox. *Politics*. <https://doi.org/10.1177/02633957211019587>
- Mayordomo Zapata, Claudia, Moreno Moreno, Salvador, Rojo Martínez, José M., Ruiz Oltra, Laura y Soler Contreras, Alejandro (2019). La vuelta a España en tres elecciones: análisis, claves y estrategias. *Más poder local*, 38, 17-21.
- Mudde, Carl (2021). *La ultraderecha hoy*. Buenos Aires: Paidós.
- Mudde, Carl (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Muñiz, Carlos (2015). La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. *Comunicación y sociedad*, 23, 67-95.
- Olivas Osuna, José J. (2021). Populismo en España: fundamentos teóricos y relatos dominantes. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía Política, Humanidades y Relaciones Internacionales*, 47, 371-401. <https://doi.org/10.12795/araucaria.2021.i47.17>
- Ortiz, Pablo y Ramos-González, Jorge (2021). Derecha radical y populismo: ¿consustanciales o contingentes? Precisiones en torno al caso de Vox. *Encrucijadas*, 21(2), a2111.
- Pallarés-Navarro, Sandra y Zugasti, Ricardo (2022). Santiago Abascal's Twitter and Instagram strategy in the 10 November 2019 General Election Campaign: A populist approach to discourse and leadership? *Communication & Society*, 35(2), 53-69. <https://doi.org/10.15581/003.35.2.53-69>
- Ríos Sierra, Jerónimo (2017). Liderazgo político y patriarcado mediático: las imágenes políticas de Cristina Fernández y Dilma Rouseff. *RIPS*, 16(1), 65-86.
- Rivas Venegas, Miguel (2021). Contra las mujeres: el discurso misógino de Vox. "Palabras gruñido" del nacional-populismo español. *Investigaciones feministas*, 12(1), 67-77. <https://doi.org/10.5209/infe.69585>

- Rivera Otero, José M., Castro Martínez, Paloma y Mo Groba, Diego (2021). Emociones y extrema derecha: el caso de VOX en Andalucía. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 176, 119-140. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.176.119>
- Rivera, José M., Jaráiz, Erika, López, Paulo C. (2021). Emociones y política. En: Levoyer, Saudia y Escandón, Pablo (eds.). *Comunicación pública, pandemia y elecciones*. Quito: Corporación Editora Nacional.
- Rubio Pueyo, Vicente (2019). Vox: ¿Una nueva extrema derecha en España? *Rosa Luxemburg Stiftung*, 1-24. [https://rosalux.nyc/wp-content/uploads/2021/01/RLS-NYC\\_VOX\\_Spain\\_ES.pdf](https://rosalux.nyc/wp-content/uploads/2021/01/RLS-NYC_VOX_Spain_ES.pdf)
- Ruiz Díaz, Lucas J. y Danet, Alina. (2022). De lo ideológico a lo afectivo. Lecturas actuales sobre la participación y la polarización juvenil ante el auge de la derecha radical. *Revista Internacional de Pensamiento Político*, 17(1), 177–200. <https://doi.org/10.46661/revintpensampolit.7493>
- Sádaba, Teresa (2001). Origen, aplicación y límites de la «teoría del encuadre» (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 143-175.
- Sánchez Ramos, María (2021). *La prensa andaluza ante el caso de la manada. Violencias sexuales y deontología periodística: aproximaciones desde la perspectiva crítica feminista*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Sánchez Traver, Santiago (2012). *El informe periodístico en la prensa andaluza: su origen y desarrollo*. [Tesis Doctoral]. Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Semetko, Holli A. y Valkenburg, Patti M. (2000). Framing European Politics: a Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50, 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Taguieff, Pierre A. (ed.) (2007). Interpretar la ola populista en la Europa contemporánea: entre resurgencia y emergencia. En M. A. Simón. *La extrema derecha en Europa desde 1945 a nuestros días* (pp. 3-66). Madrid: Tecnos.
- Todaro, Rosalba (2002). Mujeres ejecutivas en Chile: una empresa difícil. En: G. Zabudovsky. *Mujeres en cargos de dirección en América Latina. Estudios sobre Argentina, Chile, México y Venezuela* (pp. 69-91). México: UNAM.
- Turnbull-Dugarte, Stuart J., Rama, José y Santana, Andrés (2020). The Baskerville's dog suddenly started barking: voting for VOX in the 2019 Spanish general elections. *Political Research Exchange*, 2(1). <https://doi.org/10.1080/2474736X.2020.1781543>
- Van der Pas, Daphne J., Van der Brug, Wouter y Vliegenthart, Rens (2017). Political parallelism in media and political agenda-setting. *Political Communication*, 34 (4), 491-510. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1271374>
- Van Dijk, Teun A. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad. En Wodak, Ruth y Meyer, Michael (eds.). *Métodos del análisis crítico del discurso* (pp. 143-178). Barcelona: Gedisa.
- Varela Guinot, Helena (2021). Neoconservadurismo, contramovimientos y estrategias para posicionar la agenda antifeminista. El caso de VOX en España. *Femeris: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 6(3), 101-122. <https://doi.org/10.20318/femeris.2021.6406>

- Villanueva, Sergio, Aguilar, Carlos y Sánchez, Lydia (2017). Participación Política, Medios de Comunicación y Redes Sociales en los Adolescentes Catalanes. *International Journal of Sociology of Education*, 6(1), 61-84.
- Vreese, Claes H. (2012). New avenues for framing research. *American Behavioral Scientist*, 56(3), 365-375. <https://doi.org/10.1177/0002764211426331>
- Vox (2023). Vox. Un programa para lo que importa. *Voxespaña.es* [web], 23-03-2024. Disponible en: <https://www.voxespana.es/programa/programa-electoral-vox>
- Vox (2015). Tu voz en el Congreso. Programa electoral Vox 2015. *Mediaset.es* [web], 23-11-2020. Disponible en: [https://files.mediaset.es/file/10002/2020/11/23/VOX-Programa-Generales-2015\\_30b8.pdf](https://files.mediaset.es/file/10002/2020/11/23/VOX-Programa-Generales-2015_30b8.pdf)
- Wodak, Ruth (2003). El enfoque histórico del discurso. En Wodak, Ruth y Meyer, Michael (eds.). *Métodos del análisis crítico del discurso* (pp. 101-142). Barcelona: Gedisa.
- Materiales analizados
- Chirino, Quico (2022). Tengo tan pocas ganas como el señor Moreno de gobernar juntos... *Ideal*, 8-6-2022, pp. 6-7.
- Fraile, Marta (2022). Vox y la afinidad de género en campaña. *El País*, 9-6-2022, p. 12.
- García, José M. (2022). Vox apela en Lucena a los jóvenes y a quienes votan por primera vez para llegar a la Junta. *ABC Córdoba*, 16-6-2022, p. 15.
- González, Miguel (2022a). Vox trata de resistir el empuje de un PP en ascenso. *El País*, 12-6-2022, p. 21.
- González, Manuel (2022b). Olona alienta a la juventud a luchar contra el «sectarismo ideológico». *Diario Córdoba*, 16-6-2022, p. 7.
- López Sampalo, Manuel (2022). Ortega-Smith enciende la campaña en El Puerto. *La Voz de Cádiz*, 11-6-2022, p. 4.
- Marzo, Irina (2022). Alea iacta est. *Diario Córdoba*, 18-6-2022, p. 7.
- Medina, Juan J. (2022). Candidatos de «resaca», entre el campo, los despachos y el exilio. *Granada hoy*, 8-6-2022, pp. 6-7.
- Méndez, Antonio (2022). Olona recorre Andalucía sin preguntas. *Diario de Almería*, 4-6-2022, p. 28.
- Miranda, Luis (2022). Abascal avisa al PP... *ABC Sevilla*, 5-6-2022, p. 18.
- Montenegro, Raquel (2022). Vox abre campaña sin propuestas andaluzas. *Diario de Almería*, 4-6-2022, p. 28.
- Mora, Sonia (2022). Lo que está en juego en las elecciones andaluzas del 19 J. *Expansión*, 18-6-2022, pp. 28-29.
- Redacción. Olona pide a los jóvenes que el 19J reclamen con Vox “patria, tierra, libertad y seguridad” (2022). *Ideal*, 16-6-2022, p. 6.
- Redacción Cádiz (2022a). Abascal avisa a los narcos en Algeciras: «o cárcel o plomo». *Diario de Jerez*, 17-6-2022, p. 16.
- Redacción Cádiz (2022b). Elecciones autonómicas. Vox se autoproclama «el partido del campo» y alerta de la amenaza del «falso ecologismo». *Europa Sur*, 10-6-2022, p.16.

Sánchez-Villanueva, Antonia (2022). Abascal y Olona agitan demonios en El Ejido y salen como los Rolling. *Sur*, 16-6-2022, p. 6.

Santos, Noelia (2022). Abascal y Olona protagonizan un mitin en clave nacional sin tintes andaluces. *Diario Córdoba*, 5-6-2022, p. 4.

Stuber, Matías (2022). Vox resume sus propuestas para gobernar Andalucía en un decálogo. *Sur*, 17-6-2022, p. 10.

Torres, Susana (2022). Sobre sonrisas y programas. *La Opinión de Málaga*, 17-6-2022, p. 21.

Ubago, Laura (2022). Si el resultado para Vox es proporcional a lo que veo en la calle, viene el cambio real, *Ideal*, 19-6-2022, p. 4.

Vox (2022). Programa electoral de Vox para las elecciones en Andalucía 2022 («Decálogo»). *Cambioreal.es* [web], 17-12-2022. Disponible en: [https://cambioreal.es/wp-content/uploads/2018/12/10\\_MEDIDAS\\_VOX\\_ANDALUCIA.pdf](https://cambioreal.es/wp-content/uploads/2018/12/10_MEDIDAS_VOX_ANDALUCIA.pdf)



© 2024 por los autores Licencia a ANDULI, Editorial de la Universidad de Sevilla. Es un artículo publicado en acceso abierto bajo los términos y condiciones de la licencia "Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional"