

**COMILLAS**  
UNIVERSIDAD PONTIFICIA

ICAI

ICADE

CIHS

Trabajo de fin de grado

# Análisis del discurso populista español:

los discursos de cierre de campaña de Podemos y VOX

Madrid, a 23 del 11 de 2020

**Alumno: Konstantin Alekseev Varbanov**

**Directora: Birgit Strotmann**

**Grado: Traducción e Interpretación**

**Departamento de Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe**

**Facultad de Ciencias Humanas y Sociales**

*Quisiera agradecer este trabajo a mi tutora Birgit,  
por su paciencia conmigo y por su dedicación a enseñarme.*

*A todos los que me han acompañado durante todo este proceso.*

*Y a mis padres.*

## Índice general

1. Finalidad y motivos .....	1
2. Marco teórico.....	4
2.1 Populismo y características del discurso populista .....	4
2.2 Análisis del discurso efectivo .....	8
2.2.1 Análisis crítico del discurso .....	8
2.2.2 Estructura aristotélica .....	11
2.3. Técnicas persuasivas: <i>framing</i> .....	12
3. Metodología .....	17
4. Análisis .....	22
4.1 Descripción catastrófica de la realidad .....	22
4.2 Culpabilización de las élites .....	24
4.3 Exaltación de los valores patrióticos.....	25
4.4 Presentación del candidato como el pueblo .....	26
4.5 <i>Exordium</i> .....	28
4.6 <i>Narratio</i> .....	29
4.7 <i>Argumentatio</i> .....	30
4.8 <i>Peroratio</i> .....	32
4.9 Villanos, víctimas y héroes .....	34
4.10 Valores del oponente .....	35
4.11 <i>Meta-framing</i> .....	37
4.12 Jugando con perspectivas opuestas .....	39
5. Conclusión .....	40
6. Bibliografía .....	43
7. Anexo .....	46
7.1 Transcripción del discurso de Pablo Iglesias .....	46
7.2 Transcripción del discurso de Santiago Abascal .....	52

## **Índice de tablas**

Tabla 1. Elementos del populismo de Charaudeau (2009) .....	8
Tabla 2. Recursos de «Jugando con perspectivas opuestas» de De Brujin (2017) .....	16
Tabla 3. Codificación de los elementos.....	22
Tabla 4. Variables para el análisis .....	22
Tabla 5. Carácter del <i>argumentatio</i> de Podemos .....	31
Tabla 6. Carácter del <i>argumentatio</i> de VOX.....	32
Tabla 7. Carácter del <i>argumentatio</i> de Podemos y VOX .....	32
Tabla 8. Codificación de los elementos.....	46

## **Índice de figuras**

Figura 1. Promedio de encuestas para el 26-J .....	18
Figura 2. Promedio de encuestas para el 10-N .....	18
Figura 3. Imagen del mitin de Santiago Abascal .....	26

## 1. Finalidad y motivos

En la política española, la segunda mitad de la década de 2010 se caracteriza por una enorme inestabilidad electoral. Los españoles fueron llamados a las urnas hasta en cuatro ocasiones en un período electoral de cuatro años: el día 20 de diciembre de 2015, el día 26 de junio de 2016, el día 28 de abril de 2019 y el día 10 de noviembre de 2019 (Ministerio del Interior [MIR], s.f.). Esta inestabilidad electoral coincide con el surgimiento de tres nuevos partidos relevantes en el marco político nacional de España, haciendo que el bipartidismo que caracterizaba este campo durante las últimas décadas se tambaleara seriamente. No obstante, es importante resaltar que, a pesar de los distintos resultados en elecciones municipales y autonómicas, los hechos de los datos del Ministerio son que, por el momento, este bipartidismo todavía no se ha roto en unas elecciones generales, pues a nivel nacional, ninguno de los dos partidos tradicionales ha quedado en un tercer puesto o por debajo.

Los dos partidos que tradicionalmente han dominado el panorama político español durante las últimas décadas han sido el Partido Socialista Obrero Español y el Partido Popular. Sin embargo, las elecciones generales de 2015 supusieron una pérdida de popularidad de este bipartidismo con la irrupción de dos partidos, Podemos y Ciudadanos, que llevaron a los dos partidos tradicionales a un mínimo histórico del 51 % de los votos (Simón, 2018). Cuatro años más tarde, en las elecciones del 28 de abril de 2019, un tercer partido, VOX, irrumpía en el Parlamento como quinta fuerza política (MIR, 2019), llegando hasta la tercera fuerza política en la que se sitúan en la actualidad.

Podemos es un partido del espectro político de la izquierda, Ciudadanos ocupa el centro-centro derecha y VOX se mueve por el espacio de la derecha (Prieto, 2019). Estos tres partidos han ganado notoriedad durante los últimos años debido a la enorme cantidad de votantes que han conseguido movilizar. No obstante, me centraré en el caso de Podemos y VOX debido a la naturaleza de este trabajo: el análisis del discurso populista. Y es que, al igual que Vestrynge (2019), una parte importante de la sociedad española cataloga la ideología de ambos partidos como populista.

Las dos elecciones que van a ser objeto de este estudio son las del 26 de junio de 2016 (las segundas) y las del 10 de noviembre de 2019 (las terceras). Se han elegido

estos dos discursos en concreto debido a que han tenido lugar en las dos elecciones en las que cada uno de los partidos esperaba sus mejores resultados históricos según las encuestas, ya que, de lo contrario, los tonos de los discursos de ambos líderes serían desiguales (más pesimistas, con menos convicción, etc.). Por un lado, en las elecciones del 26 de junio, la nueva coalición electoral entre Podemos e Izquierda Unida, Unidos Podemos, esperaba el llamado «sorpasso» o adelanto electoral al PSOE (Manetto, 2016). Por otro lado, para las elecciones del 10 de noviembre, VOX esperaba irrumpir con alrededor de 52 escaños en el Congreso (Cervilla, 2019).

La finalidad de este trabajo de investigación es comprobar a través de la bibliografía seleccionada si ambos partidos constituyen, en efecto, movimientos populistas. Además, también se buscará poder analizar cómo dos partidos nuevos y de espectros ideológicos totalmente contrarios podrían utilizar estrategias y estructuras discursivas similares a la hora de apelar a sus votantes debido a su carácter político de corte populista. Para ello, se ha establecido como objetivo el análisis de las estructuras y de las técnicas de persuasión (*framing*)<sup>1</sup> que se encuentran presentes en los discursos. Se estudiarán dos discursos de cierre de campaña de cada uno de sus líderes en las elecciones en las que mayores expectativas electorales esperaban. Si bien, debido a que se trata únicamente del estudio de un caso en concreto los resultados no podrán ser representativos, sí que darán una cierta idea de las similitudes y las diferencias que poseen mediante el análisis de sus elementos comunes.

La motivación del análisis es poder entender el impacto cada vez mayor y más decisivo que tienen los movimientos populistas en el mundo y, en este caso concreto, en España. Resultan ya conocidos fenómenos tales como la victoria de Donald Trump en EE.UU., el referéndum sobre el *brexít* y las distintas elecciones europeas que vieron un gran avance de los partidos que se muestran contrarios al *establishment*<sup>2</sup> (Simón, 2018). Como dice Clinton (2017), su derrota en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016 frente a Donald Trump se debió en gran parte a la percepción que tenía de ella el electorado como parte de este *establishment*. No obstante, también indica que algunos votantes defendían que si hubiese dirigido una campaña de corte más populista,

---

<sup>1</sup> «*Framing*» se utilizará indistintamente con «estrategias de persuasión». «*Frame*» se utilizará como «marco».

<sup>2</sup> «Grupo dominante que ostenta el poder y la matriz de relaciones oficiales y sociales dentro de las cuales se ejerce». (Fundéu, 2016)

posiblemente hubiese podido obtener otro resultado electoral. De ahí, la necesidad de entender esos elementos del discurso que pueden resultar clave en la política.

El antecedente que originó la inquietud por este tema es el gran interés que siento por las técnicas que ambos partidos utilizan a la hora de apelar al sentimiento más visceral y emotivo de los votantes. Este interés viene dado por razones puramente personales, y es que mis expectativas profesionales son, en un futuro, poder llegar a trabajar en el ámbito de la consultoría política. Es por ello que comprender estas técnicas y recursos que sirven para ganar elecciones supone una gran ventaja y un enorme aprendizaje. La razón que motivó este tema en concreto es que ambos partidos poseen una influencia muy notoria en la dirección que ha llevado el país durante los últimos cinco años, por lo que también resulta de gran interés comprender estos dos fenómenos que han marcado la política española.

En este caso en vez de desarrollar una pregunta de investigación, se formulará una hipótesis previa. Se espera que ambos discursos tengan unas estructuras y estrategias semejantes, al igual que un enorme carácter emotivo y de apelación a los sentimientos de descontento del electorado, independientemente de la orientación política. También se espera poder confirmar el carácter populista de ambos discursos. Sin embargo, también se prevé un fuerte contraste a la hora de buscar esos sentimientos: en el caso de Podemos se buscará una unión de sus votantes basada en la diversidad y en sentimientos positivos y de esperanza, buscando representar distintas identidades nacionales; mientras que VOX buscará la unión de sus votantes pero frente a un enemigo común (la izquierda, el presidente, los liberales...), con unos sentimientos más pesimistas y de enmendar los errores anteriores, enfocado en el pasado y en la crítica de los anteriores partidos que han gobernado.

Por lo tanto, los objetivos principales de este trabajo de investigación serán analizar ambos discursos para dilucidar si se trata propiamente de discursos que beben del populismo, y analizar tanto su estructura discursiva como las estrategias de persuasión a las que recurren cada uno de sus representantes.

## **2. Marco teórico**

El marco teórico incluye la selección de una serie de temas sobre elementos propios del populismo, estructura del discurso y *framing* para poder entender verdaderamente las similitudes y diferencias existentes ambos discursos. Se han elegido en concreto estos temas debido a tres razones principales. La primera razón es poder dirimir de una manera fehaciente, gracias a la bibliografía consultada a continuación, los objetivos propuestos en el apartado anterior. La segunda razón es que, debido al reciente desarrollo de los hechos, de tan solo un lustro, no existe una bibliografía ni lo suficientemente extensa ni lo suficientemente profunda para explicar las técnicas de construcción de la realidad a las que recurren ambos partidos. La tercera y última es el conocimiento previo que tengo, debido a mis estudios y e intereses personales, de la temática que engloba todo este tema.

Se espera que este estudio sirva de base futura a otros investigadores para análisis más extensos de este fenómeno discursivo en la política española. Para poder hacer un análisis que permita obtener resultados concretos para la hipótesis, se han propuesto los siguientes temas: populismo, análisis crítico y estructura aristotélica del discurso y técnicas persuasivas.

### **2.1 Populismo y características del discurso populista**

Es importante entender la situación en la que se encuentran los análisis discursivos y las técnicas persuasivas en la actualidad y profundizar en sus contenidos. En mi caso, me centraré en los discursos populistas, ya que resulta esencial presentar la situación que tiene populismo en la actualidad, así como sus principales características.

La Real Academia Española [RAE] (s.f.) define el término «populismo» como una «tendencia política que pretende atraerse a las clases populares». Sin embargo, esta definición puede concretarse todavía más para poder comprender cómo se enmarcan ciertos partidos políticos o incluso plataformas y movimientos sociales en este ámbito. Si recurrimos únicamente a esta definición, podríamos entender prácticamente cualquier movimiento ciudadano como populista, ya que, en su esencia, si su fin último es resolver un problema que afecta al conjunto de la sociedad, todos buscarían sostenerse sobre las clases populares. De manera más concreta, Molloy (2018) define «populismo» como una idea en la que se presenta una sociedad dividida y enfrentada en dos bandos.



El primero de ellos se encuentra compuesto por un pueblo «verdadero» que lucha por el poder que le pertenece frente al segundo, integrado por una élite corrupta que se ha adueñado de él. También defiende que el populismo no tiene una ideología concreta, ya que se puede adscribir a cualquier punto del espectro ideológico, tanto a la derecha como a la izquierda.

No obstante, el eje de la cuestión reside en la manera en la que se pueden reconocer los elementos populistas en el marco del discurso político. El modelo populista presenta una serie de características enumeradas por Charaudeau (2009) que resultan esenciales a la hora de construir la imagen del político. De manera breve, las cuatro principales son:

- La presentación de una crisis social muy aguda que cause división entre la ciudadanía
- Buscar un objetivo al que culpar de esta crisis, que por lo general siempre suele ser la élite política o *establishment*
- La exaltación de la historia y de los valores nacionales y tradicionales de la nación en cuestión, sin distinción de ideologías
- La presentación del líder del partido como el candidato del pueblo, como la persona que va a representar verdaderamente sus intereses en la política

El primer elemento o recurso de Charaudeau (2009) es la descripción catastrófica de la realidad social de un determinado país. Se trata de apelar al resentimiento popular ante una situación crítica, que puede ser una crisis de identidad nacional con la pérdida de referencias tradicionales, una crisis económica que implique una situación de precariedad del trabajador nacional o un aumento de la brecha entre pobres y ricos, incluso una crisis de seguridad debido a un aumento de la inseguridad o una corrupción rampante que amedrente al pueblo.

El segundo elemento o recurso es la necesidad de encontrar a un culpable ante la precaria situación que están pasando los ciudadanos. Por lo general, es conveniente que no exista un único culpable, sino que la idea dé lugar a que se trata de todo un sistema corrupto que trabaja en contra del bienestar social y que se encuentra controlado por unos poderes que quieren lucrarse de las penurias de la sociedad. Este sistema corrupto y estos poderes indeterminados se asocian con las élites políticas del país, la clase que ha dirigido el destino del país, el así llamado «*establishment*». Además, para que no

exista un único culpable, es decir, una persona determinada, se puede aludir a conjuntos de adversarios agrupados por ideología (fascistas, comunistas, liberales...) o incluso por su condición personal (inmigrantes, musulmanes, gitanos...) (Charaudeau, 2009).

El tercer elemento del populismo es la exaltación de los valores patrios. La identidad social y nacional constituye un punto clave a la hora de apelar a los sentimientos de la ciudadanía. Esta exaltación se encuentra principalmente enfocada en la historia y las tradiciones del país en cuestión. La identidad nacional busca explotar la legitimidad de poseer los recursos nacionales frente al explotador extranjero o privado que evita que el pueblo tenga acceso a sus propias riquezas (Charaudeau, 2009).

Es importante realizar un inciso en este tercer elemento y es que, según el autor, el populista también pretende restablecer la soberanía popular de manera directa e inmediata frente al yugo impuesto por las élites. Niega la dimensión temporal y cree que puede hacerlo de manera instantánea, que un cambio a gran escala sobre la nación es perfectamente realizable en un período de tiempo muy reducido.

El último elemento de Charaudeau (2009) es la aparición de la figura de un líder carismático y que se presenta como un candidato distinto al del resto de los actores políticos. Se trata a sí mismo como el representante del pueblo y busca su aceptación, no de una manera divisoria e ideológica, sino de una forma emotiva y sentimental, intentando presentarse lo más cercano posible al pueblo. Su principal recurso para conseguir este objetivo es la utilización del *ethos* aristotélico a través de dos variantes. La primera de ellas es la autenticidad, tratando de establecer una relación de confianza ciega con el pueblo afirmando que habla con total sinceridad. La segunda variante es la de potencia, pues el emisor afirma que puede conseguir cualquier cosa si el pueblo así lo quiere, es decir, que se compromete a cualquier cambio en función de la voluntad popular.

Para Arias Maldonado (2017), la demanda esencial del populismo es otorgarle el poder al pueblo. La comunidad debe encontrar las injusticias para justificar una rebelión popular y así poder instaurar una democracia directa, «auténtica». Asimismo, el populismo también goza de una característica esencial: el factor emotivo. La afectividad orienta al público más hacia los sentimientos que hacia la razón o los hechos. Un lenguaje con una mayor carga emocional da lugar a un discurso mucho más eficaz, ya que permite una conexión mucho más cercana al estado de ánimo de la audiencia. De

esta forma, se permite una canalización de los sentimientos de descontento, de decepción o de indignación de una gran parte de la sociedad hacia la clase política. Este factor emotivo se relaciona sobre todo con la presentación de una crisis social muy aguda y con la presentación del líder como el «verdadero» representante del pueblo de Charaudeau (2009), ambos elementos cargados de gran emotividad y sentimientos.

De Santiago Guervós (2016-17) analiza la cuestión del populismo, en este caso de izquierdas, de una manera mucho más práctica, concreta y fuertemente relacionada con este trabajo. El objetivo de su análisis es el estudio del discurso populista de España en la actualidad, para lo que se centra en uno de los discursos pronunciados por el líder de Podemos, Pablo Iglesias, ante el Parlamento Europeo en el año 2014. Defiende que el lenguaje y los argumentos de Pablo Iglesias acumulan numerosas características pertenecientes al populismo: habla del pueblo como protagonista absoluto, sus propuestas son difíciles de aplicar o la canalización del hartazgo de los ciudadanos frente a la llamada «casta» política.

Arias Maldonado (2017) y de Santiago Guervós (2016-17), el primero de una manera general y el segundo de una manera particular sobre el discurso de Pablo Iglesias, coinciden en que el populismo puede no ser entendido únicamente como una ideología o una estrategia, sino como un discurso, un modo particular de expresarse. Este populismo entendido como discurso se materializa en el lenguaje (emotivo) según el primer autor o en la propia construcción del relato (elementos populistas) según el segundo, todas características pertenecientes a la propia estructura discursiva.

Además, Arias Maldonado (2017) también utiliza en su análisis de las bases afectivas que caracterizan al populismo el recurso de los relatos de las historias para representar los asuntos públicos o *storytelling*. Como ya se ha comentado anteriormente, el factor de la emoción resulta clave a la hora de construir el discurso populista. Es por ello que las narraciones construyen un vínculo entre una figura política y su audiencia, pues permiten una interiorización mucho más fácil para esta última.

De esta forma, se han definido los principales elementos y características del populismo y, más concretamente, las cuatro variables de Charaudeau (2009) que se utilizarán de cara al análisis:

1. Crisis social aguda
2. Élite política culpable
3. Exaltación de los valores nacionales
4. Presentación del líder carismático

**Tabla 1. Elementos del populismo de Charaudeau (2009)**

Estas cuatro variables servirán para poder realizar el posterior análisis de los discursos de Pablo Iglesias y de Santiago Abascal, donde se espera confirmar su condición populista.

## **2.2 Análisis del discurso efectivo**

### **2.2.1 Análisis crítico del discurso**

El discurso político se encuentra íntimamente ligado a la ideología política de sus representantes, en este caso populista. Es por ello que el desarrollo de las teorías del discurso resulta muy importante para poder comprender las distintas estructuras a las que recurren estos partidos.

Van Dijk (1999) argumenta que el objetivo del análisis crítico del discurso es analizar el abuso del poder social, las desigualdades y el dominio a través del contexto social y político. El discurso es una forma de acción social y, por lo tanto, está vinculado a la sociedad y a las cuestiones que giran en torno a la misma.

En su artículo, Hallahan (2008) sostiene la misma aplicación que van Dijk (1999) a la hora de enmarcar las cuestiones sociales como parte de los discursos. Se trata de crear los discursos de tal manera que ayuden a construir una realidad social, pero de la manera en la que se quiera abordar en función de las posiciones y metas. Estos esquemas sociales se utilizan para manipular distintos símbolos y medidas que los partidos utilizan para poder tener acceso a la agenda pública que engloba los problemas sociales que se han de resolver. Además, no solo se busca apelar a los problemas de la ciudadanía, sino también relacionar las responsabilidades políticas atribuyendo problemas tales como la corrupción o la irresponsabilidad a figuras políticas. Por el contrario, esos mismos modelos también son utilizados para atribuir los éxitos y obtener rédito.

No obstante, para el análisis del discurso propiamente populista, la aplicación clave del análisis crítico del discurso de van Dijk (1999) es la identificación del emisor del discurso como parte de un grupo social. Generalmente, se dan dos clases de grupos sociales: unos más poderosos y otros que lo son menos. Este poder se transmite a través del habla y de los textos, que en su vertiente más directa son los discursos. Se puede concluir que el poder y el discurso se encuentran ligados; ergo a mayor capacidad discursiva, más poder social. Van Dijk (1999) define el poder social como la capacidad de dominar en mayor o menor medida las opiniones, las creencias y los actos de las personas. Todo ello implica que un discurso poderoso puede dirigir los actos de los sectores más permeables, creando de esta forma la estrategia divisoria entre el «nosotros» (carácter más positivo) y el «ellos» (carácter más negativo). Esta estrategia divisoria se enlaza en gran medida con dos de los elementos del discurso populista de Charaudeau (2009): culpabilizar a las élites de una crisis social («ellos») y presentar a la figura política populista en cuestión como el auténtico representante del pueblo («nosotros»).

La relación discurso-poder también ha sido estudiada en términos de hegemonía y dominación por Fairclough (2008). Para su análisis crítico del marco discursivo, se emplea una estructura tridimensional que incluye los siguientes elementos: un texto tanto oral como escrito (incluso imágenes), una práctica discursiva que implica la producción de dicho texto y una práctica social. El texto representa la descripción de las palabras, la práctica discursiva representa la interpretación que se hace de él, mientras que la práctica social es la explicación que se realiza. Se entiende que el lenguaje permite cambiar el comportamiento de la audiencia, por lo que la propia lengua sirve como herramienta de poder (Fairclough, 2008).

La elección de determinadas palabras permite realizar una interpretación distinta de la realidad, una construcción social para explicar una actitud de un hablante hacia ese concepto. Aslam Sipra y Rashid (2013) argumentan que las palabras que utilizamos nos permiten formar parte de una determinada comunidad, pues reducen las desigualdades dentro de las relaciones sociales. No obstante, los discursos son capaces de producir el efecto contrario al del sentimiento de pertenencia e inclusión, pueden producir relaciones de poder poco equilibradas sobre todo mediante la división social: edad, género, ingresos... Van Dijk (1997) también apoya la reproducción política del poder y de la dominación a través de los discursos. Defiende que el análisis de las condiciones

del discurso lidia con las desigualdades políticas y sociales que son fruto de esa dominación.

Un ejemplo de la aplicación práctica del análisis crítico del discurso de Fairclough (2008) y de las desigualdades de poder entre los distintos grupos sociales y políticos es el que emplea Chumaceiro Arreaza (2003) sobre los discursos del ex presidente de Venezuela Hugo Chávez. Como se ha hablado en el párrafo anterior, el análisis crítico del discurso muestra la relación de poder basada en la dominancia. En el discurso de Chávez, la temática esencial es la figura de Simón Bolívar (héroe de la patria venezolana) y el objetivo esencial es relacionar su imagen a la de Bolívar.

El análisis crítico del discurso en este ejemplo también confirma una estrecha relación con los elementos populistas, pues Chumaceiro Arreaza (2003) destaca una fuerte apelación a los sentimientos y a las emociones, así como a los valores históricos y patrióticos de Venezuela. También se muestra un proceso de victimización donde Chávez señala a la oposición y la culpabiliza de diversas traiciones y ofensas (culpabilización de las élites, de las «oligarquías», como elemento populista). Por último, en su estilo discursivo Chávez recurre con enorme frecuencia al plural sociativo para dar sensación de inclusión y de unidad nacional: los «grupos bolivarianos». No obstante, la utilización de este plural sociativo (los «bolivarianos», los «patriotas», «nosotros») implica necesariamente la existencia de un «ellos», por lo que de nuevo el análisis crítico del discurso en este caso permite crear una conexión con la estrategia divisoria de van Dijk (1999) y con la dinámica pueblo-élite de Charaudeau (2009).

El plural sociativo constituye a su vez un punto muy importante, no solo como estrategia de Hugo Chávez en sus discursos, sino también dentro de las estrategias del discurso y su análisis. Para Sánchez (2011), la utilización de los pronombres plurales pretende dar, como se menciona en el párrafo anterior, una sensación de inclusión. Para profundizar todavía más en esta intención se busca una reducción en cuanto al uso de la primera persona del singular, posiblemente con el fin de incidir especialmente en el mantenimiento de la cercanía con la audiencia.

La aplicación del análisis crítico del discurso abarca tanto el análisis del discurso populista, más enfocado en el contenido, como el análisis del discurso según la retórica clásica, más centrado en la propia estructura y que se comenta a continuación.

### 2.2.2 Estructura aristotélica

La retórica clásica de Aristóteles va a servir para poder analizar la estructura de ambos discursos desde un punto de vista más técnico, con el fin de observar si ambos líderes utilizan estructuras semejantes incorporando los elementos característicos de la retórica clásica (Instituto Cervantes Virtual [CVC], s.f.).

La retórica aristotélica consta de cinco elementos principales (CVC, s.f.). El *inventio* permite elegir un tema dominante e interesante para la audiencia. Una vez identificado el tema, se deberán determinar los argumentos, que pueden ser de dos tipos: los que están basados en pruebas y los que no. Estos últimos se encuentran a su vez divididos en tres tipos: los que apelan a la razón (*logos*), los que apelan a las emociones y a los sentimientos (*pathos*) y los que se basan en la credibilidad personal de una figura pública (*ethos*). El *pathos* se encuentra de esta forma fuertemente relacionado con los elementos populistas de una crisis social aguda y de la presentación del líder como el «verdadero» representante del pueblo de Charaudeau (2009), así como con el característico factor emotivo en el populismo defendido por Arias Maldonado (2017).

El segundo elemento es la *dispositio*, es decir, cómo se encuentra organizado el discurso. Este elemento también se divide en cuatro partes: la primera es captar la atención del público (*exordium*), la segunda consiste en presentar el tema y la tesis del orador de una manera clara y breve para que el público permanezca atento (*narratio*), la tercera parte presenta las pruebas que van a confirmar la tesis expuesta en la *narratio* o las que van a refutar las tesis del rival (*argumentatio*), y la última parte buscará inclinar la voluntad del oyente (llamada a la acción) con una síntesis del desarrollo, de los puntos más fuertes de las propuestas y generar una opinión final positiva de la figura del orador (*peroratio*) (CVC, s.f.).

El resto de elementos de la retórica clásica son la *elocutio* (cómo se presentan los argumentos: figuras literarias, registro...), la *memoria* (proceso de memorización del discurso) y el *actio* (la práctica del discurso junto al lenguaje no verbal y el paralenguaje) (CVC, s.f.).

Para este estudio, se ha decidido dar la mayor importancia a la *dispositio*, ya que se trata de la variable que no es englobada por ningún otro elemento del marco teórico (el *inventio* se incluye en los temas del populismo), ni tampoco pertenece al ámbito de

las características no verbales (*memoria y actio*), que no forma parte del presente estudio. De la *elocutio* se espera un registro idéntico al tratarse ambos de discursos populistas, por lo que tampoco se ha priorizado esta variable. Además, esta la *dispositio* constituye una base suficiente para poder analizar las semejanzas y las diferencias de ambos discursos con el fin de poder comparar sus estructuras y ver si el discurso populista las utiliza de una manera concreta.

### **2.3. Técnicas persuasivas: *framing***

Tras haber analizado tanto la condición del populismo en la actualidad como las teorías más importantes del análisis (crítico) del discurso y algunos ejemplos de sus aplicaciones en estudios más prácticos, resulta esencial comentar la cuestión de las técnicas de persuasión o *framing* con el fin de poder tener unas nociones básicas de cara a su posterior utilización en el análisis.

Para Scheufele (2004), los marcos o esquemas mentales permiten establecer relaciones a través de las cuales una audiencia puede clasificar mejor la información que recibe. La activación de determinados marcos resulta en cambios de comportamiento: los marcos positivos resultan en comportamientos positivos y los marcos negativos resultan en comportamientos negativos. Los medios y el entorno son los que se encargan de moldear la información que recibe la audiencia general.

Precisamente, esa activación de marcos es la que trata de analizar Lakoff (2007) en su libro *Don't think of an elephant* («No pienses en un elefante»). Su obra no constituye únicamente una teoría útil para esta cuestión, sino que también muestra las aplicaciones que sus ideas tienen sobre el discurso en la política estadounidense y, de una manera más concreta, sobre el modelo de los marcos a los que recurren los políticos para presentar la realidad de una manera u otra.

Según Lakoff (2007), el lenguaje constituye en toda su esencia la estructura con la que moldear el marco. Pone un ejemplo muy concreto: George W. Bush cuando habla de «alivio fiscal». El lenguaje que utiliza lo relaciona con el heroísmo, pues se presenta a sí mismo como una persona que va a hacerle un favor a su país, va a rebajar la carga fiscal con la que contribuyen sus ciudadanos. Por lo tanto, el propio marco que construye mediante su lenguaje conlleva a que el rival que quiera disputarle unas elecciones pase a ser visto como una persona malvada que no desea ese «alivio fiscal»



para sus votantes si se opusiese a esa medida. De esta forma se crea un marco de referencia que presenta la realidad de una manera positiva que favorece a Bush y con la que las personas se pueden identificar independientemente de su ideología política. Por realizar una breve aproximación al contenido del análisis de este trabajo que se mostrará más abajo, tanto Pablo Iglesias con sus «élites» o «fascistas» como Santiago Abascal y sus «progres» o «golpistas» construyen sus propios marcos de referencia. Ambos políticos consiguen a través de un lenguaje muy concreto caracterizar una imagen muy clara de sus enemigos políticos con el fin de convencer a sus propios partidarios de sus posiciones. Consiguen construir su realidad en la que nadie quiere ser un fascista y todos quieren derrotar a las élites, del mismo modo que nadie quiere ser un golpista y todos quieren derrotar a los «progres».

Estos marcos pueden ser activados en cualquier momento, pues según el propio Scheufele (2004), ya se encuentran en nuestra memoria. Cuando la audiencia recibe una información antes desconocida, esta nueva información permite la activación de los marcos. Una vez que un marco ha sido activado mediante el flujo de nueva información, este queda en una posición mucho más accesible para la memoria, por lo que en un futuro será más fácil poder volver a activarlo.

El éxito de un discurso viene dado en la medida en la que los marcos de uno mismo dominen sobre los marcos del rival, es decir, que sean más accesibles (Ferree, Gamson, Rucht y Gerhards, 2002). De esta manera, en su estudio se sigue la misma línea conceptual del lenguaje como guía de los marcos que moldean a las personas y de que son esos mismos marcos los que determinan la actitud final de la audiencia, pues su comportamiento político se rige por la visión del mundo que tengan según el modelo de marco que tengan, ya sea de una manera activa o una manera pasiva (Lakoff, 2007). Los dos modelos existentes son el del padre estricto (relacionado con un mundo peligroso por naturaleza, la necesidad de proteger a la familia, la disciplina o la prosperidad a través del individualismo), frente al padre protector (con personas buenas que pueden seguir mejorando, la empatía, la responsabilidad colectiva o la cooperación).

No obstante, es importante realizar una distinción entre la accesibilidad a los marcos y su aplicabilidad. El estudio que realizan Cacciatore, Scheufele e Iyengar (2016) determina que los efectos de la accesibilidad funcionan sobre la audiencia al menos hasta cierto punto (una única exposición de información puede servir para activar un

marco, independientemente de la experiencia previa), mientras que los efectos de la aplicabilidad se encuentran subordinados a los esquemas cognitivos, que son los que finalmente determinan el efecto que tendrá dicho marco. Un esquema cognitivo que una persona tenga, su manera de pensar podrá producir un determinado efecto si coincide con el marco que recibe, mientras que, si no coincide, no podrá tener ningún efecto.

Para el análisis de las técnicas de persuasión política en concreto, se recurrirá a las estrategias persuasivas de De Bruijn (2017) y los recursos que presenta en su obra *The art of framing*, pues incluye numerosas variables que permitirán un análisis más variado.

El impacto de los discursos de los políticos depende en gran medida de la manera en la que sean presentados: las metáforas, las palabras, las frases, las imágenes... Para ello, el autor presenta seis estrategias de *framing* que los políticos utilizan con el fin de dar un marco propio a sus ideas y propuestas. En este caso se han seleccionado cuatro de las seis estrategias debido a la idoneidad que tienen con respecto a los discursos seleccionados.

La primera de ellas se denomina «Víctimas, villanos y héroes». La estrategia de De Bruijn (2017) se centra en la idea de presentar, por lo general, a la figura del pueblo, de la nación, de la sociedad o de los votantes, como las víctimas de unas determinadas políticas que promulgan desde el bando político contrario. Ese bando político contrario, denominado a través de diferentes apelativos o a través de la figura de su líder y candidato representa la imagen del villano que debe ser derrotado, tal y como ocurre con el elemento de las élites (o «villanos» en este caso) de Charaudeau (2009). Finalmente, esa derrota debe venir de la mano de un héroe que será representado por el líder político que pronuncia el discurso. De esta manera se consigue una triple identificación plena con un candidato político que vela y lucha constantemente por su pueblo, el cual se encuentra oprimido por las políticas de un malvado político rival que actúa como el villano.

La segunda estrategia de De Bruijn (2017) es «Valores del oponente», la cual se encuentra focalizada en los valores que caracterizan a cada figura presente. La estrategia se basa en dos movimientos clave que tienen como fin darle la vuelta al marco o esquema utilizado por el adversario para mostrar los puntos débiles de este. El primer movimiento es relacionar los valores del rival (liberalismo, socialismo,

conservadurismo, populismo...) con las desventajas que pueden generar en caso de llevarse a cabo. No obstante, esta acción por sí sola no tiene un efecto demasiado potente, pues generalmente la audiencia ya tiene presentes estos argumentos. Es por ello necesario llevar a cabo una segunda acción: dar ejemplos concretos de cómo estas desventajas pueden impactar contra la vida diaria de la audiencia. De esta forma, se consigue un argumento mucho más sólido y consistente frente a un debate ideológico que pretende enfrentar los valores de dos puntos del espectro político.

La tercera estrategia es el «*Meta-framing*» (De Bruijn, 2017). Esta técnica consiste en cambiar el foco sobre el que se centra un argumento, es decir, cambiar la manera en la que la audiencia observa el debate. El objetivo es pasar de un tema delicado para el emisor a un tema que sea delicado para el rival. Así, una vez que se ha conseguido mover el foco sobre el rival, el emisor es libre de volver al tema inicial para defenderse, pues puede hacerlo argumentando que ese ya no es el tema en el que hay que centrarse. Para completar esta estrategia, es importante recurrir a alguna de las otras estrategias de persuasión que muestra el autor con el fin de hacer entrar al rival en el marco del emisor. Es importante destacar que el *meta-framing*, el recurso que se utiliza para cambiar el tema delicado del emisor al tema delicado del receptor, puede ser tanto un juicio moral como otro medio: elementos técnicos o propiamente políticos.

La última estrategia de las cuatro que se utilizan es «Jugando con perspectivas opuestas». Dicha técnica defiende la existencia de una serie de herramientas y recursos que siempre tienen un opuesto: idealismo-realismo, normashechos, estrategia-operación, proceso-contenido o creencias-propuestas. El objetivo de esta técnica es analizar el discurso del rival para poder relacionarlo con su desventaja en la perspectiva opuesta a la suya propia. Se trata de un recurso parecido al de «Valores del oponente», no obstante, en la técnica anterior se relacionan necesariamente los valores del rival con desventajas claras, aparezcan o no en el propio elemento discursivo, mientras que en esta técnica se busca cómo actúa el rival en la perspectiva opuesta, la cual no necesariamente debe ser una desventaja, hecho que podría anular su efectividad. Del mismo modo, el emisor puede aplicar esta técnica a su propio discurso para mostrar una mayor consistencia a la hora de defender sus propias posiciones (De Bruijn, 2017).

A continuación, una breve explicación sobre el significado de las cinco parejas de opuestos. El idealismo defiende unos valores políticos que caracterizan a cada

corriente ideológica. No obstante, estos ideales pueden no ser factibles a la hora de ser implementados, lo que los convierte en poco realistas (ej.: aumentar mucho los impuestos a las clases más pudientes ya que reduciría las inversiones). Las normas son lo que en principio se debería hacer por parte de la figura en cuestión, mientras que los hechos son lo que realmente se hace (ej.: los políticos que prometen evitar colocar a personas cercanas en puestos importantes frente a los políticos que realmente cumplen su palabra). La estrategia se encuentra relacionada con la teoría que se pretende llevar a cabo, mientras que la operación es cómo realmente va a ser llevada a la práctica esta teoría, remarcando especialmente las dificultades (ej.: subir los impuestos a los ricos como estrategia, pero en qué tramos como operación). Por un lado, el contenido muestra únicamente lo que se ha realizado, concepto que puede ser malinterpretado ya que no se conoce el fin último de determinadas acciones. Por otro lado, el proceso muestra en su totalidad el conjunto de las acciones, de principio a fin, para que se pueda llevar a cabo una evaluación completa de las medidas tomadas (ej.: un político que siempre obedece a la Unión Europea, pero que al final, cuando se opone a sus directrices, su opinión es tomada muy en serio por el resto de dirigentes europeos). Por último, las creencias demuestran las intenciones de cada figura política, que pueden poner de acuerdo a una gran parte de la audiencia. Sin embargo, a la hora de la verdad, son las propuestas eficientes las que consiguen cumplir dichos objetivos (ej.: un político cuyo discurso es odiar al inmigrante frente a un político que propone métodos de integración) (De Bruijn, 2017).

Idealismo	Realismo
Normas	Hechos
Estrategia	Operación
Proceso	Contenido
Creencias	Propuestas

**Tabla 2. Recursos de «Jugando con perspectivas opuestas» de De Brujin (2017)**

Gracias a este marco teórico, se podrán comprobar los objetivos propuestos en el apartado de la introducción. El análisis permitirá observar las semejanzas y los contrastes en las estructuras de ambos discursos. Además, se podrá verificar si, efectivamente, se trata de discursos de corte populista, siempre tomando como punto de partida la bibliografía disponible. Por último, las estrategias de persuasión a las que

recurren las figuras políticas en cada uno de sus discursos permitirán realizar una observación crítica de sus parecidos y diferencias a la hora de apelar a sus respectivos públicos. Con todo ello se podrá realizar un estudio pleno sobre los dos discursos seleccionados.

Una vez expuestas algunas de las teorías más importantes y sus correspondientes estudios sobre los principales elementos de este trabajo, el siguiente paso es presentar las teorías y las variables que han sido elegidas para verificar los objetivos de investigación de este trabajo, así como la metodología que se empleará para el análisis.

### **3. Metodología**

Como se ha expuesto previamente, el objetivo principal es realizar un análisis de las estrategias populistas, de la estructura y de las técnicas persuasivas de ambos discursos. Se trata de un estudio cualitativo, ya que se sustenta en elementos basados en la descripción «profunda» del fenómeno con la finalidad de comprenderlo. Busca entender los hechos a través de la aplicación de distintos métodos y técnicas, y no a través de la medición de sus elementos (análisis cuantitativo) (Sánchez Flores, 2019).

Además, al tratarse de un estudio cualitativo, también se trata de un estudio inductivo, el cual realiza un razonamiento general a través de pequeñas observaciones particulares hasta llegar a una conclusión (Sánchez Flores, 2019).

El análisis de este trabajo de investigación consiste en la aplicación de las teorías y variables seleccionadas en el marco teórico sobre dos discursos de cierre de campaña de los partidos políticos españoles Podemos y VOX. Para la parte de análisis del discurso populista se han seleccionado los elementos del populismo según Charaudeau (2009), pues se trata de elementos concisos y notorios en los discursos. En el caso del análisis de la estructura del discurso se han seleccionado los cuatro elementos de la *dispositio* del discurso aristotélico con el fin de permitir la comparación de los textos de ambos discursos de los líderes políticos. Por último, las técnicas de persuasión serán analizadas a través de las cuatro estrategias expuestas (de las seis totales) de *framing* de De Bruijn (2017) que se han seleccionado en el apartado del marco teórico.

Para cada uno de los dos partidos, se han elegido los discursos de cierre de campaña en las elecciones en las que mayores expectativas electorales tenían, ya que se cree que así se podrán analizar ambos discursos de una manera mucho más igualitaria y equitativa.

A continuación se muestran dos tablas con el promedio de las encuestas durante ambas elecciones sobre las que se va a trabajar, en las cuáles se muestran los buenos resultados a los que aspiraban Podemos (primera tabla) y VOX (segunda tabla):

PUBLICACION	NOMBRE	PP	PSOE	UP	C'S	DESVIACION
20-6	ELECTOBAROMETRO	28,8	19,6	27,4	14,2	14,7%
18-6	METROSCOPIA	29,0	20,5	26,0	14,5	12,5%
17-6	DYM	29,0	21,0	24,9	15,2	11,6%
20-6	A+M (20 MINUTOS)	28,8	21,7	24,3	16,2	11,5%
17-6	MY WORD	28,9	20,4	24,8	14,4	11,4%
20-6	INVYMARK	30,1	19,9	26,1	13,8	11,4%
9-6	CIS	29,2	21,2	25,6	14,6	11,3%
17-6	ADV (EUROPA PRESS)	29,6	20,5	25,1	14,8	11,3%
13-6	JM&A PUBLICO	29,2	21,1	24,4	15,1	10,7%
19-6	REDONDO Y ASOCIADOS	29,4	21,5	24,9	15,1	10,6%
20-6	TNS DEMOSCOPIA	29,6	21,0	24,7	14,8	10,4%
17-6	SONDAXE	29,2	21,4	26,1	12,9	10,2%
16-6	EL ESPAÑOL NETQUEST	30,4	20,4	24,0	15,2	9,9%
17-6	HAMALGAMA	30,4	21,0	26,2	12,5	9,9%
16-6	SIGMA DOS	30,5	20,0	24,8	14,1	9,9%
20-6	GESOP	29,0	21,5	23,7	14,9	9,6%
20-6	SIMPLE LOGICA	29,2	22,5	23,5	15,9	9,2%
20-6	GIPEyOP	29,5	22,0	24,5	14,5	9,0%
20-6	GAD3	30,7	21,2	24,9	14,1	8,6%
19-6	CELESTE TEL	30,2	21,5	25,0	13,1	7,9%
20-6	NC-REPORT LA RAZON	31,1	21,2	25,4	13,2	7,8%
17-6	SYM CONSULTING	29,7	22,9	24,4	13,4	7,2%
20-6	ENCUESTAMOS	30,6	22,0	23,9	13,6	6,4%
17-6	JUAN JOSE DOMINGUEZ	30,0	23,5	21,5	15,0	6,2%
<b>RESULTADO 26-J</b>		<b>33,03</b>	<b>22,66</b>	<b>21,10</b>	<b>13,05</b>	

Figura 1. Promedio de encuestas para el 26-J (Electomanía [EM], 2016)

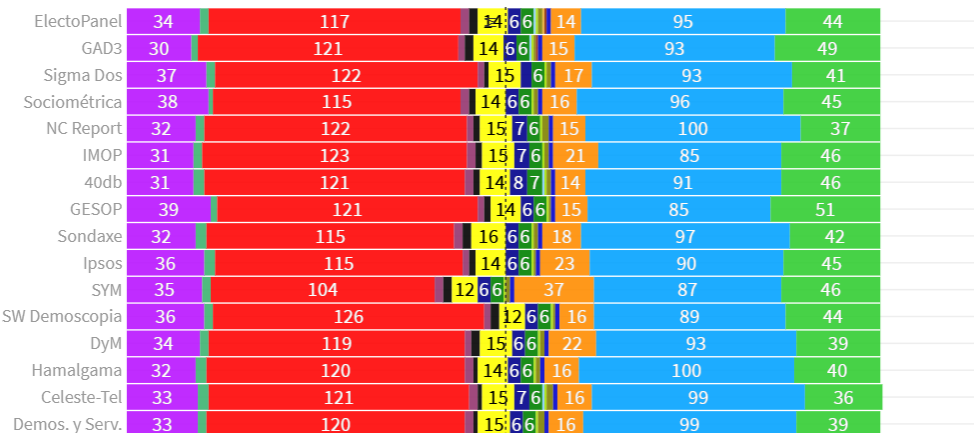


Figura 2. Promedio de encuestas para el 10-N (EM, 2019)

Por un lado, las encuestas mostraban que, para las elecciones del 26 de junio de 2016, Podemos se encontraba claramente encaminado a ocupar la segunda posición, desde un tercer puesto que previamente habían conseguido en las anteriores elecciones. Por otro lado, las encuestas para las elecciones del 10 de noviembre de 2019 también mostraban un avance de VOX con respecto a las pasadas elecciones, desbancando a Ciudadanos como tercera fuerza política y superando en número de escaños a Unidas Podemos (nombre de la coalición en la que se encuentra Podemos en la actualidad).

La selección de estos procesos electorales en concreto para cada uno de los dos partidos se debe a la necesidad de poder analizar la expresión del discurso y del populismo en su máximo exponente. Se espera que los líderes de los partidos realicen discursos mucho más libres y con mucha más confianza en una situación favorable para sus formaciones políticas que cuando esperan malos resultados, pues en caso de seleccionar discursos de las mismas elecciones se encontrarían en situaciones desiguales ya que no hay unas elecciones en las que ambos esperen resultados semejantes.

La transcripción de los vídeos se ha realizado mediante la descarga de los subtítulos en español de los vídeos colgados en la plataforma de *Youtube*. Como estos no siempre están bien escritos y adaptados, se ha realizado una posterior corrección frase a frase de los textos en cuestión.

Con los discursos ya transcritos correctamente, se procede a realizar un análisis de los textos mediante la aplicación de los tres puntos expuestos en el marco teórico: características del populismo, estructura del discurso y técnicas persuasivas. El análisis será esencialmente cualitativo, ya que se realizarán extractos de ambos discursos para mostrar la comprobación de cada variable elegida, y se incluirá una breve explicación para cada caso.

Para analizar los elementos que caracterizan al populismo en cada uno de los discursos y comprobar si, efectivamente, se trata de discursos de ámbito populista, se han seleccionado las cuatro variables de Charaudeau (2009):

1. Descripción catastrófica de la realidad
2. La culpabilización de las élites
3. La exaltación de los valores patrios
4. La presentación del candidato como una figura del pueblo

Con el fin de realizar un análisis de la estructura de ambos discursos y poder realizar así una comparación eficaz de la manera en la que organizan sus discursos y sus argumentos mientras los pronuncian, se han elegido cuatro variables del discurso aristotélico:

1. *Exordium*: captar la atención de la audiencia
2. *Narratio*: presentar el tema o los temas
3. *Argumentatio*: confirmar o refutar las pruebas de los temas
4. *Peroratio*: llamar a la audiencia a la acción

A pesar de que haya más variables en el discurso aristotélico, el *inventio* ya se encuentra cubierto gracias al análisis de los elementos del populismo. En cuanto a la *elocutio*, se entiende que, al ser discursos políticos en el ámbito del populismo, utilizarán un registro muy parecido en sus dos textos. Por último, para la *memoria* y el *actio*, al tratarse de un análisis centrado en la comunicación verbal, los elementos no verbales no se incluyen.

Es importante resaltar que, debido a que se trata de discursos de cierre de campaña, se trata temática muy diferente en la *narratio* y *argumentatio*. Es por ello que para la *narratio* se comentará la temática de cada uno de los discursos en orden de aparición y se subrayarán los ejemplos en el anexo. Para el *argumentatio* se realizará un análisis de los argumentos positivos, negativos y neutros para ver el tono general del discurso. Igualmente, los argumentos también quedarán subrayados con colores en el apartado del anexo. Se ha decidido moverlo el *argumentatio* al anexo para evitar una extensión excesivamente larga de este apartado, ya que queda de la misma manera claro en esa sección.

Por último, en el caso de las técnicas de persuasión, se han seleccionado cuatro de las seis variables de De Bruijn (2017) para poder exponer algunos de los principales recursos de ambos líderes a la hora de enmarcar las realidades:

1. Víctimas, villanos y héroes
2. Valores del oponente
3. *Meta-framing*
4. Jugando con perspectivas opuestas



Se han elegido esas variables en concreto únicamente debido a que son las que mejor se pueden observar al leer los discursos. Además, en el caso de las técnicas de persuasión, al existir numerosas estrategias muy distintas entre sí, no hace falta realizar un análisis exhaustivo con todas ellas, sino que basta con una selección adecuada.

Para poder presentar las comparaciones y los contrastes entre ambos discursos de una forma mucho más clara para el lector, se ha decidido realizar el análisis de cada variable sobre los dos partidos políticos en lugar de hacer un análisis de todas las variables en uno de los partidos y luego otro análisis de todas las variables en el otro partido. Así, se podrán ver y analizar los parecidos y las diferencias de un modo mucho más evidente, y se podrán extraer las conclusiones de una manera más práctica.

Por último, se ha decidido, para mayor concreción del lector, realizar subrayados en distintos colores sobre los textos de los discursos en el apartado del anexo. Se adjuntará asimismo una leyenda informativa tanto a continuación (Tabla 3) como en el anexo (Tabla 8), con la explicación de qué color representa cada elemento. En caso de que dos elementos coincidan en alguno de sus textos, se finalizará con el color del texto más grande y el del más pequeño por el medio (Ejemplo: **Yo soy Konstantin...**). Además, también se tratará de incluir más ejemplos en la parte del anexo para dar más solidez al análisis de los elementos, sobre todo en los elementos del populismo ya que son los que más carga de argumentos necesitan, aunque no todos ellos aparezcan en la parte del análisis. Finalmente se ha decidido no realizar un subrayado de las secciones del *argumentatio* para no sobrecargar el anexo ya que se entiende que los argumentos aparecen justo después de sus respectivos temas.

A continuación se muestra la tabla con la codificación por color de cada elemento del anexo, la cual aparecerá igualmente al inicio del anexo para facilitar su acceso:

Elementos del populismo	Verde
<i>Exordium</i>	Rosa
<i>Narratio</i>	Azul
<i>Peroratio</i>	Amarillo
Estrategias persuasivas	Rojo

**Tabla 3. Codificación de los elementos**

## **4. Análisis**

La metodología servirá para realizar una comprobación eficiente de los objetivos expuestos. El análisis incluirá todas las variables seleccionadas de cara a su posterior comparación.

A continuación se muestra una tabla de elaboración propia para indicar a qué variable se refiere a cada punto:

Variable 1	Descripción catastrófica de la realidad	Charaudeau
Variable 2	Culpabilización de las élites	Charaudeau
Variable 3	Exaltación de los valores patrios	Charaudeau
Variable 4	Presentación del candidato como el pueblo	Charaudeau
Variable 5	<i>Exordium</i>	Aristóteles
Variable 6	<i>Narratio</i>	Aristóteles
Variable 7	<i>Argumentatio</i>	Aristóteles
Variable 8	<i>Peroratio</i>	Aristóteles
Variable 9	Víctimas, villanos y héroes	Bruijn
Variable 10	Valores del oponente	Bruijn
Variable 11	<i>Meta-framing</i>	Bruijn
Variable 12	Jugando con perspectivas opuestas	Bruijn

**Tabla 4. Variables para el análisis**

### **4.1 Descripción catastrófica de la realidad**

#### **Podemos**

Esta variable se encuentra claramente presente en el discurso de Pablo Iglesias cuando trata de presentar la realidad de una manera crítica debido a la corrupción: «La corrupción son sinvergüenzas, la corrupción son ladrones, pero la corrupción también es un modelo que no funciona» (p.49).

Mediante el uso de la anáfora, relaciona la idea de la corrupción, que es una cuestión de apropiación indebida de bienes, con una situación de crisis que estaba

atravesando España en esa fecha. Se presenta una realidad terrible, con millones de parados que se encuentran sin posibilidad de recibir ayudas, un riesgo de pobreza al alza, una industria destruida, en otras palabras, presenta un futuro sin esperanza para sus ciudadanos:

La corrupción es el paro, la corrupción es que haya 2,7 millones de parados que no reciben ninguna prestación, la corrupción es un modelo político que permite que uno de cada tres compatriotas esté en riesgo de pobreza, la corrupción es la disminución de la población activa y poner en riesgo las pensiones, la corrupción se sostiene sobre ese modelo de pelotazos urbanísticos y burbujas inmobiliarias que destruyó la industria y el futuro de nuestro país. (p.49)

## **VOX**

De la misma manera, Santiago Abascal también presenta una descripción catastrófica de la realidad, aunque se centra más en una crisis política y social que en una crisis económica.

En un momento de desafío a la unidad en forma de crisis separatista, en un momento de desafío social en forma de crisis económica; nos encontramos divididos por el separatismo regional, por el sectarismo de los partidos y por los viejos odios que quieren rescatar los antipatriotas, que quieren que los españoles volvamos a pelearnos cuando más unidos teníamos que estar. (p.53)

En una de las partes de su discurso, presenta la catástrofe de una manera tan exacerbada que incluso alude a la Guerra Civil al hablar de que algunos políticos pretenden que los ciudadanos se enfrenten como sus «bisabuelos»: «Esos sí que son patriotas de hojalata, esos sí que no aman a nuestra patria, esos que quieren destruir la concordia y la convivencia diciéndonos que nos tenemos que volver a enfrentar como lo hicieron nuestros bisabuelos» (p.53).

## **Conclusión**

En ambos casos se busca presentar una situación crítica para la sociedad española, pero mientras que Podemos lo presenta como una crisis más enfocada en lo económico y en un sistema corrupto que ha lastrado las expectativas del país, VOX se

centra en una crisis política y social relacionada con el separatismo catalán y con los remanentes de la Guerra Civil que siguen presentes en el discurso político.

## **4.2 Culpabilización de las élites**

### **Podemos**

En el caso de Podemos, las élites a las que se culpabiliza son los millonarios, los cuales se encuentran alejados de la gente corriente, pues no recurren a lo público y guardan su dinero en paraísos fiscales: «Los millonarios no necesitan hospitales y escuelas públicas, se pueden pagar las privadas. Los millonarios desprecian la ley, tienen su dinero en paraísos fiscales y en cuentas en Suiza» (p.51).

Se dirige incluso a ellos y les advierte de que no pronuncien la palabra «patria» o «España»: «Que no se atreva esa gente a pronunciar la palabra «patria» a pronunciar la palabra «España», si los impuestos no los pagan aquí» (p.51).

### **VOX**

Abascal primero hace referencia a las fronteras y al derecho de todos los españoles a defenderse, a vivir en libertad y de una manera segura:

Y por supuesto es obvio que hay que defender las fronteras de nuestra patria porque no hay ninguna nación sin fronteras y porque tenemos el derecho y el deber de defender todo lo que protege nuestra prosperidad, nuestra libertad, nuestra seguridad y nuestra identidad. (p.58)

El inicio de ese mismo argumento le sirve para enlazarlo con unas élites «progres» que viven alejadas de la realidad, haciendo hincapié en que viven en buenas zonas y con unas casas protegidas: «Tenemos al menos el mismo derecho que los «progres» que viven cómodamente sin vecinos alejados en buenas zonas y que protegen sus casas, no solo con altos muros, sino con la seguridad pública» (p.58).

### **Conclusión**

La culpabilización de las élites en el partido de Pablo Iglesias está únicamente enfocada a las personas que controlan la economía del país, es decir, a los millonarios y a las élites que desprecian lo público y que viven ajenos a la sociedad. VOX, en cambio,

de corte algo más liberal, no se centra en los millonarios sino en los que ellos denominan «progres», a los que equiparan con las propias élites por estar alejados del resto de españoles, en zonas buenas y con protección.

### **4.3 Exaltación de los valores patrióticos**

#### **Podemos**

Los valores patrios del discurso de Iglesias se centran en diversos eventos históricos de la historia nacional, sobre todo relacionados con el progresismo, los derechos e incluso figuras femeninas y diversos intelectuales:

Y hoy quiero pronunciar esa palabra «España», y decir que estoy orgulloso de esa España que inventó la palabra «liberal», orgulloso de esa España que expulsó a las tropas de Napoleón, orgulloso de los militares progresistas como Riego y como Torrijos, orgulloso de los liberales y demócratas españoles de la Gloriosa, orgulloso de Joaquín Costa y de la Institución Libre de Enseñanza, orgulloso de esa clase obrera que defendió los derechos sociales y el sufragio, orgulloso de esas mujeres que parió nuestra patria (...). (p.47)

#### **VOX**

En el caso de VOX, se critica los valores históricos relacionados con la memoria histórica y la legislación:

Una Ley de Memoria Histórica que quiere imponer a la mitad de los españoles una lectura concreta de nuestra historia. Que quiere decirnos que había abuelos buenos y que había abuelos malos. Que quiere decirnos que en la Transición nuestros abuelos se equivocaron con el gran abrazo de la concordia, y que quiere decirnos que otra vez tenemos que pelear. Y nosotros venimos a decir exactamente todo lo contrario. (p.56)

Se encuentran en contra de la manipulación que ellos consideran que se realiza sobre la historia de España. Además, como en la primera variable, vuelven a hacer

alusión a la Guerra Civil y a los abuelos de los españoles, reivindicando de esta manera los valores patrios de los todos los españoles. También resulta curioso destacar el contexto del discurso, pues a diferencia del discurso de Pablo Iglesias, el de Santiago Abascal cuenta con dos elementos extratextuales relacionados con los valores patrióticos: la celebración se realiza en la plaza de Colón (figura clave en el desarrollo de la historia de España) y el mitin se encuentra repleto de banderas de España que han llevado los asistentes.



Figura 3. Imagen del mitin de Santiago Abascal (VOX, 2019)

## **Conclusión**

Pablo Iglesias recurre a una gran variedad de elementos y recursos de distintas épocas de la historia de España, mientras que Santiago Abascal tan solo recurre a la Guerra Civil y a la Transición española hacia la democracia. Sin embargo, como elementos extratextuales, es importante destacar la puesta en escena del discurso de VOX, con gran sintonía con los valores patrios como banderas o la ubicación simbólica, mientras que el discurso de Podemos carece de tales conceptos.

## **4.4 Presentación del candidato como el pueblo**

### **Podemos**

Pablo Iglesias se refiere a sus candidatos como el «viento del pueblo» (p.47) y a su partido no como una alianza electoral, sino como un compromiso con el pueblo:

Esto no es una alianza electoral, esto es un compromiso con nuestra patria y con nuestro pueblo. Estamos escribiendo la historia, estamos convirtiéndonos en un instrumento en manos de la gente, y eso va más allá de cualquier alianza electoral y de cualquier acuerdo entre partidos. Estamos aquí para servirlos, estamos aquí como decía Miguel Hernández para ser viento del pueblo: muchas gracias pueblo, muchas gracias a España por empujarnos. (p.46)

Se refiere a él y a sus compañeros como un instrumento al servicio del pueblo cuyo único propósito es servirle. De esta manera se presenta, no únicamente a sí mismo, sino a todo su movimiento como el mismo pueblo.

### **VOX**

En el caso de VOX, se hace mención (como se ha explicado en la foto del apartado anterior) a que no se trata solo de un partido pues «no ondeaban las banderas verdes de VOX» (p.52), sino a un movimiento que forma parte del pueblo español ya que «ondeaba nuestra bandera rojigualda, la de todos los españoles» (p.52).

Se encuentran por encima de la ideología y abogan por defender a todos los españoles sin distinción, una responsabilidad para con su patria:

Porque VOX es mucho más que un partido político, es una alternativa patriótica que quiere llamar a todos los españoles sin distinción. Y porque VOX sabe que en este momento de zozobra tenemos la responsabilidad patriótica de poner el acento en todo lo que une a millones de españoles por encima del sectarismo ideológico. (p.52)

### **Conclusión**

Ambas figuras muestran un mensaje de unidad y de que sus respectivos partidos se encuentran al servicio de la unidad de los españoles frente a sus enemigos. Advierten de que los dos movimientos políticos trascienden las siglas de los partidos y van más allá. También defienden los temas de la libertad y la responsabilidad en sus discursos y, en el caso de Podemos, Pablo Iglesias también recurre a parafrasear al poeta Miguel Hernández sobre su «viento del pueblo».

## **4.5 Exordium**

### **Podemos**

Pablo Iglesias busca captar la atención de su público pidiendo un aplauso para todas las personas que han ayudado durante la campaña.

Quiero pedirlos en primer lugar un aplauso cerrado para todos los militantes, para todos los voluntarios que han hecho posible esta campaña, compañeros y compañeras anónimas que se han dejado la piel para que el mensaje del cambio político llegue a todas partes. Un aplauso para los intérpretes de signos que llevan la lengua de signos a las personas sordas. ¡Muchas gracias compañeros! (p.46)

Los intérpretes de signos se encuentran evidentemente sobre el escenario junto a Iglesias, por la que la petición de aplauso obliga al público a localizarles y le permite centrarse sobre los elementos y las figuras que se sitúan en la escena. No se trata únicamente del aplauso, sino del recurso que permite hacer que la gente atienda y centre su mirada en el escenario.

### **VOX**

Santiago Abascal capta la atención de una manera que apela mucho más a las personas que se encuentran en su mitin de cierre de campaña, pues a diferencia de Iglesias, que solo agradece a los militantes y voluntarios anónimos, Abascal sí que alude a todos sus «partidarios» en general.

Esta plaza de Colón es ya la plaza de la España viva, es la plaza de VOX, es nuestro talismán y es el lugar donde solo VOX se atreve a convocar a sus partidarios. Muchas gracias por haber acudido otra vez a la llamada de la España viva. (p.52)

### **Conclusión**

En ambos casos el agradecimiento es utilizado como manera de llamar la atención de su audiencia. Sin embargo, mientras que Pablo Iglesias dirige sus elogios a una parte concreta de su audiencia (las personas que han sido voluntarios y los militantes, así como los que trabajan para el partido como intérpretes), Santiago Abascal



se dirige a todas las personas que se consideren partidarias de VOX, lo que permitiría extender ese intento de captar la atención a todas y cada una de las personas que se encontraban esa noche en la plaza de Colón.

#### **4.6 Narratio**

##### **Podemos**

Al ser un mitin con un espacio de tiempo marcado y debido a la naturaleza del discurso (político en cierre de campaña), el emisor busca presentar muchos de los temas recurrentes en la campaña para poder exponer sus principales ideas y argumentos.

Tras una breve introducción en la que agradece a diversas figuras su apoyo (los militantes y voluntarios, las distintas corrientes de Podemos, los ayuntamientos del cambio y las personas que han luchado por las mismas ideas en el pasado), presenta los siguientes temas en orden de aparición. Comienza con una serie de temas del pasado: sus abuelos socialistas, los hechos y figuras históricas de España y el primer discurso de Pablo Iglesias en el Parlamento Europeo. Del pasado, pasa al presente con el efecto de los cambios históricos que ha causado el 15M y a cómo Podemos ha sido «la mejor traducción electoral de aquel movimiento» (p.49).

A continuación empieza la temática más contundente en el siguiente orden: corrupción (muy extensa), europeísmo, ley y orden (pequeño comentario), una anécdota sobre la pobreza infantil, los millonarios (pequeño comentario) y la patria.

Finalmente termina con la *peroratio* y el llamamiento a la acción de sus votantes en las urnas.

##### **VOX**

En el caso de VOX, de la misma manera se empieza con un agradecimiento a sus apoyos y una pequeña introducción sobre la campaña electoral, para continuar después con la siguiente presentación de los temas.

Los dos primeros vienen juntos: la crisis separatista y la crisis económica. Después continúa con los momentos más destacables del debate electoral (muy extenso). Sigue con la demonización y los ataques que sufre su partido y sus miembros, críticas al

Partido Popular, de nuevo la crisis separatista y social, la Ley de Memoria Histórica, la responsabilidad patriótica que tiene VOX como partido político, la defensa de las fronteras nacionales, la prioridad nacional en ámbitos como el empleo o las ayudas sociales. Por último, pasa al tema de las elecciones con la petición de voto al electorado y las críticas hacia algunos partidos por sus posibles pactos con el PSOE después de las elecciones; todo ello para terminar con el tema de su éxito en las últimas elecciones y la *peroratio* para llamar a sus votantes a las urnas.

### **Conclusión**

Ambos políticos mantienen unas estructuras muy similares, con sus respectivas introducciones y cierres de discurso muy claros y marcados. Si bien, el discurso de Santiago Abascal recurre a muchos más temas que el de Pablo Iglesias.

Además, cada uno toca los temas que más les benefician para cada uno de sus partidos, que son la corrupción para Podemos y España (defensa de las fronteras, prioridad para los españoles...) para VOX. Todos los temas incluyen varios argumentos que son analizados en el *argumentatio*.

Las secciones del discurso en las que se encuentra la *narratio* y sus temas, aparecen claramente explicitados en el anexo junto a la leyenda que indica sus colores.

## **4.7 Argumentatio**

### **Podemos**

Se muestra una tabla con los temas principales (*narratio*), el número de líneas que ocupan los argumentos y si el carácter de estos es a favor o en contra del tema seleccionado (se subrayará en verde si estos son positivos, en rojo si son negativos y en azul si son argumentos claramente mixtos, solo en esta tabla):

Abuelos socialistas	<b>2,5 líneas</b>
Hechos y figuras históricas de España	<b>13 líneas</b>
Primer discurso	<b>11,5 líneas</b>
El 15M y el cambio	<b>14 líneas</b>
Podemos	<b>13 líneas</b>

Corrupción	<b>41 líneas</b>
Europeísmo	<b>9 líneas</b>
Ley y orden	<b>5,5 líneas</b>
Pobreza infantil	<b>11,5 líneas</b>
Millonarios	<b>4 líneas</b>
Patria	<b>18 líneas</b>

**Tabla 5. Carácter del *argumentatio* de Podemos**

El total de líneas con argumentos positivos asciende a 66,5, el de líneas con argumentos negativos a 50,5 y el de argumentos mixtos a 27 líneas. Hay cierta tendencia a los argumentos positivos, siendo los argumentos negativos un 25 % menos que los positivos.

### **VOX**

Se muestra una tabla con los temas principales (*narratio*), el número de líneas que ocupan los argumentos y si el carácter de estos es a favor o en contra del tema seleccionado (se subrayará en verde si estos son positivos, en rojo si son negativos y en azul si son argumentos claramente mixtos, solo en esta tabla):

Crisis separatista/económico-social	<b>13,5 líneas</b>
Debate electoral	<b>31,5 líneas</b>
Demonización	<b>21,5 líneas</b>
Partido Popular	<b>20,5 líneas</b>
Crisis separatista/económico-social	<b>15 líneas</b>
Ley de Memoria Histórica	<b>20,5 líneas</b>
Responsabilidad patriótica	<b>27 líneas</b>
Fronteras nacionales	<b>11 líneas</b>
Prioridad nacional	<b>11 líneas</b>
Petición de voto	<b>12,5 líneas</b>
Críticas a pactos con el PSOE	<b>11 líneas</b>
Éxito electoral en las anteriores elecciones	<b>16 líneas</b>

**Tabla 6. Carácter del *argumentatio* de VOX**

El total de líneas con argumentos negativos asciende a 28,5, el de argumentos negativos a 133,5 y el de argumentos mixtos a 49 líneas. Se da por lo tanto una clara prioridad a los argumentos negativos frente a los positivos, a razón de 5:1.

### **Conclusión**

En varios temas es difícil extraer los argumentos de los temas, ya que los líderes comienzan los temas pero no necesitan dar argumentos ni a favor ni en contra, pues únicamente la descripción de estos temas es suficiente para atraer la atención de sus votantes y provocar su reacción positiva o negativa.

	<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>	<b>Mixtos</b>
<b>Podemos</b>	<b>46,2 %</b>	<b>35 %</b>	<b>18,8 %</b>
<b>VOX</b>	<b>13,5 %</b>	<b>63,3 %</b>	<b>23,2 %</b>

**Tabla 7. Carácter del *argumentatio* de Podemos y VOX**

Se puede apreciar claramente la enorme diferencia que muestran los argumentos de ambos políticos. Si en el caso de los temas con argumentos más o menos mixtos presentan datos prácticamente iguales, la gran diferencia se da en los positivos y negativos, teniendo Pablo Iglesias mayor cantidad de argumentos positivos que Santiago Abascal y este mayor cantidad de argumentos negativos que Iglesias.

Las secciones del discurso en las que se encuentra el *argumentatio* de los temas no aparecen subrayadas en ningún color en el anexo, ya que se sobreentiende que los argumentos a los que recurren los líderes políticos aparecen a continuación de los temas, los cuales sí aparecen subrayados en color azul.

## **4.8 Peroratio**

### **Podemos**

El cierre del mitin y la llamada a la atención recurre principalmente a la repetición del «adelante» a modo de anáfora para dar más énfasis e impulso a los votantes.

¡Adelante! Adelante que podemos. Adelante que estamos muy cerca llenando con dignidad, con sonrisas y con orgullo las urnas el 26 de junio. Adelante que podemos ganar. Adelante la sonrisa de un país. Adelante la gente humilde. Adelante este pueblo. Adelante España, que podemos ganarles, que estamos muy cerca. Y como decía Salvador Allende: la historia es nuestra y la hacen los pueblos. (p.52)

Además, también destaca la utilización de sentimientos positivos como «sonrisas» («La sonrisa de un país» como lema de campaña), «orgullo», «humildad» o «dignidad». Asimismo, también hace alusión a Salvador Allende, expresidente socialista de Chile, para finalizar con una referencia hacia la historia, la cual según él pertenece a los pueblos.

## **VOX**

Santiago Abascal llama a la atención principalmente con la palabra «España» para despertar el sentimiento más patriótico de sus votantes. No en vano, su lema de campaña para las elecciones fue «España siempre».

España es una gran patria y merece toda nuestra ambición, y por eso en VOX decimos que no tenemos sitio para sueños pequeños. Por eso decimos que no nos basta con tener 24 diputados y ejercer una influencia. Tenemos el deber, tenemos el deber este 10 de noviembre de salir a ganar las elecciones. Y si no lo logramos, de intentarlo dentro de cuatro años, y si no dentro de ocho, pero lo que os decimos es que jamás dejaremos de intentarlo porque España merece toda nuestra ambición. Y por eso os decimos lo de siempre: adelante españoles, sin miedo a nada ni a nadie. Todo por España. España siempre. ¡Viva España! (p.60)

También es importante destacar el deseo de constancia que pretende mostrar: «dentro de cuatro años», «y si no dentro de ocho», «jamás dejaremos de intentarlo», «no nos basta con tener 24 diputados» o «merece toda nuestra ambición» (p.60).

## **Conclusión**

Ambos líderes apelan de manera ferviente a sus votantes y oyentes. Buscan la repetición y utilizan sus respectivos lemas de campaña. Como contraste es importante destacar que mientras que VOX no tiene reparo en usar España, Pablo Iglesias tan solo menciona el nombre del país en una ocasión.

### **4.9 Villanos, víctimas y héroes**

#### **Podemos**

Por eso hoy decimos patria, orden, ley e instituciones frente a los antisistema, frente a los que han fracasado, frente a los responsables de la crisis, frente a los responsables de que haya compatriotas que no puedan llegar a fin de mes ni llenar la nevera. Y hay que decir cuál es el significado de nuestro proyecto político, hay que leer a Luis Alegre y a Carlos Fernández Liria, los mejores intérpretes de los clásicos, cuando dicen que el nuestro es el proyecto político de la Ilustración. (p.51)

En el discurso de Pablo Iglesias, en parte por su talante populista, se representa la figura del pueblo español como la víctima, aquellos «compatriotas que no pueden llegar a fin de mes ni llenar la nevera» (p.51). Los villanos son los antisistema, los que han fracasado y los responsables de la crisis, es decir, las élites que han dirigido el país que no han sabido ayudar a su gente. Por último, se identifica a dos héroes, Luis Alegre (Alegre, 2014) y Carlos Fernández Liria (Fernández Liria, 2018), ambos personajes muy cercanos a Podemos, y que por ende extienden su parte de héroes al partido político.

#### **VOX**

En el caso de VOX, y también en parte debido a su misma naturaleza, la figura que se identifica como víctima es España. Del mismo modo, la figura que actúa como héroe es su propio partido político, mientras que el villano es el Partido Socialista y el presidente Pedro Sánchez, que lleva «políticas sectarias y totalitarias» (p.55), frente a las que solo VOX puede «devolver la libertad» (p.55).

Pero que votar a VOX es echar a Sánchez y es echar a las políticas totalitarias de la izquierda. Y hace falta que VOX tenga una gran fuerza porque si no, al Partido Popular y Ciudadanos les tiemblan las piernas, y eso es absolutamente necesario como ha quedado demostrado en Andalucía, en Madrid y en Murcia. Así que lo útil ya sabéis lo que es si lo que queréis es que las políticas sectarias y totalitarias del Partido Socialista se vayan para no volver nunca. Votar a VOX que es la única opción valiente que quiere devolver la libertad a todos los españoles y no solo que tengan libertad los de izquierdas. (p.55)

Además de la identificación de Pedro Sánchez y del PSOE como la figura del villano, Abascal también relaciona al Partido Popular y a Ciudadanos con el mismo elemento, pues «les tiemblan las piernas» para hacer frente a sus políticas, aunque eso sí, en menor medida y de una manera menos directa.

### **Conclusión**

Ambos discursos, al ser políticos, buscan atraer al votante, para lo cual se presentan a sí mismos como héroes y a su pueblo como las víctimas de unas políticas perjudiciales. En el caso de Pablo Iglesias, los villanos no tienen un nombre concreto, sino que son representados por las élites que han destruido el país. En el caso de VOX, Santiago Abascal sí que identifica con nombres y apellidos quién es el villano causante de estas políticas perjudiciales: Pedro Sánchez y su Partido Socialista.

## **4.10 Valores del oponente**

### **Podemos**

Pablo Iglesias aplica esta técnica persuasiva sobre los partidos neoliberales (de los que Podemos dista ideológicamente) y asocia ese valor a la corrupción que ha asolado a España.

El problema de la corrupción es que se ha convertido en el conjunto de dispositivos de aplicación del neoliberalismo en España. La corrupción son sinvergüenzas, la corrupción son ladrones, pero la corrupción también es un modelo que no funciona. La corrupción es el paro, la

corrupción es que haya 2,7 millones de parados que no reciben ninguna prestación, la corrupción es un modelo político que permite que uno de cada tres compatriotas esté en riesgo de pobreza, la corrupción es la disminución de la población activa y poner en riesgo las pensiones, la corrupción se sostiene sobre ese modelo de pelotazos urbanísticos y burbujas inmobiliarias que destruyó la industria y el futuro de nuestro país. (p.49)

De esta manera consigue crear un efecto en el que se relaciona de una manera clara que siempre que haya un partido neoliberal en el gobierno, habrá corrupción y ladrones. Para dar mucho más énfasis, expone algunas consecuencias concretas de los estragos que causa la corrupción, la cual llevará a más ciudadanos al paro, a la pobreza y a la disminución del poder adquisitivo.

### **VOX**

En el caso de VOX, Abascal relaciona los valores del voto útil al que apela el Partido Popular con su ineficiencia:

El Partido Popular ha encontrado una nueva estrategia contra VOX. Ahora se les ha ocurrido el «voto útil» (...). Y dice Casado que votar a VOX es votar a VOX. Ya, ya sabemos (risas). Y que votar al PP es echar a Sánchez. Pero eso mismo nos dijeron cuando había que echar a Zapatero. Decían: votar a Rajoy es echar a Zapatero, y muchos españoles votaron para echar a Zapatero. Pero no echaron las leyes de Zapatero, ni las de memoria histórica, ni nada, ni las de género. Defendieron ciegamente las autonomías, no combatieron el golpe de Estado en Cataluña y encima subieron los impuestos. (p.55)

Se produce esta relación de una manera muy breve, pero se expone de una manera mucho más amplia a la hora de dar todos los ejemplos concretos que demuestran su argumento de una manera más sólida y le confieren un efecto más potente: leyes de memoria histórica, leyes de género, autonomías, aumento de impuestos...



## **Conclusión**

Ambos políticos consiguen enmarcar sus argumentos de una manera muy eficaz. Además, ninguno de los dos se queda únicamente en la relación de los valores con las desventajas, sino que ambos proporcionan ejemplos concretos que demuestran las relaciones que ellos mismos establecen. Si bien, Pablo Iglesias utiliza argumentos más enfocados en la economía, Santiago Abascal utiliza argumentos más sociales e ideológicos.

### **4.11 Meta-framing**

#### **Podemos**

Pablo Iglesias realiza un cambio de marco o esquema mental pero de manera inversa. El marco en el que los demás partidos suelen situar a Podemos («radicales», «extremistas», «antisistema») se nombra el final del párrafo. Mientras tanto, Iglesias ya empieza a realizar el cambio de marco unas frases antes, pues mueve el foco de los que son antisistema (las acusaciones que en un principio se realizan a su partido) al Ministerio del Interior.

Decimos que somos la fuerza política de la ley y el orden, y lo decimos hoy, que hemos visto a policías mandados por el Ministerio del Interior, entrando sin orden judicial en la redacción de un periódico. ¿A quién hay que tener miedo?, ¿a quién hay que tener miedo en este país? Han hablado de radicales y de extremistas, y yo digo que los antisistema son los que prostituyen las instituciones poniéndolas a jugar en favor de los privilegiados. (p.51)

Precisamente a lo largo de este párrafo, y con el fin de completar el marco, también recurre a «Villanos, víctimas y héroes» con una «fuerza política de la ley y el orden» (el héroe), unos «privilegiados» (los villanos) y una redacción afectada (la víctima), que cuando se recurre al término «país» en las preguntas retóricas, también se hace extensible a la ciudadanía. De esta manera su estrategia de persuasión cobra aún más fuerza.

## **VOX**

Santiago Abascal es consciente de que su argumentario puede ser algo repetitivo, lo admite: «Españoles, que creo que están bastante hartos de los dimes y diretes de los partidos políticos. Probablemente también de algunas de las cosas que decimos nosotros y no tengo inconveniente en hacer autocrítica» (p.55).

Sin embargo, tras poner el foco de atención en sí mismo, continúa con otro argumento común (el hartazgo) que le permite centrar la atención del público en un tema que le beneficia: «Y están bastante hartos porque mientras asisten atónitos a esos dimes y diretes, y a esas ocurrencias, enfrentamos una auténtica emergencia nacional en Cataluña y una emergencia social en forma de la crisis que llega» (p.56).

Consigue relacionar la temática del hartazgo, para pasar de VOX a la emergencia y a la crisis que van a vivir los españoles. Abascal también recurre inmediatamente después a «Villanos, víctimas y héroes» presentando a VOX como los héroes («nos apoyan», «no nos temblará el pulso»), a los españoles anteriormente nombrados como las víctimas y a Torra<sup>3</sup> y a los separatistas como los villanos.

Y esta es la emergencia, que nosotros decimos que hacen falta soluciones drásticas, y que si los españoles nos apoyan, no nos temblará el pulso para suspender la autonomía, para ilegalizar a los partidos separatistas y para ordenar la detención y puesta a disposición judicial del golpista Torra. (p.56)

## **Conclusión**

En ambos casos, los líderes de los dos partidos cumplen con éxito el desarrollo de esta técnica de persuasión, pues no solo consiguen mover el foco de atención de sus argumentos admitiendo las críticas a sus partidos y relacionando esas críticas con elementos más positivos, sino que también aplican otra técnica de persuasión para dar más efecto a sus respectivos discursos.

---

<sup>3</sup> Presidente de Cataluña

## **4.12 Jugando con perspectivas opuestas**

### **Podemos**

El tema de la corrupción está muy presente a lo largo del discurso de Pablo Iglesias: «Se ha hablado mucho de corrupción en esta campaña. A todo el mundo le parece mal la corrupción. Pero la corrupción no son solamente manzanas podridas, la corrupción no es solamente Mariano Rajoy» (p.49). No obstante, el receptor puede entender que luchar contra la corrupción es solo una creencia y que el partido carece de maneras concretas de enfrentarla. Es por ello que se necesita un equivalente en el lado contrario a la creencia, se necesitan propuestas y medidas concretas, como las que presenta Iglesias:

Sabemos que la corrupción se combate con el Código Penal, sabemos que la corrupción se combate terminando con esa Ley de Enjuiciamiento Criminal reformada por el Partido Popular, lo que llamaron «Ley Berlusconi», que impide investigar los casos de corrupción. Sabemos que la corrupción se combate con una ley de financiación de partidos que los equipare a las fundaciones y prohibiendo el endeudamiento bancario porque quien tiene deudas con los bancos, gobierna o termina gobernando a favor de los bancos. (p.50)

### **VOX**

Santiago Abascal sugiere como norma instalada en la sociedad que los miembros de VOX eran «monstruos». Sin embargo, para poder neutralizarla, es necesario dar muestras de hechos que demuestren lo contrario:

Y han entrado en pánico en primer lugar porque somos bastante simpáticos. Habían dibujado un monstruo que representaba a otros cuantos millones de monstruos. Y claro cuando nos escucharon y vieron que no mordíamos ni agredíamos, sino que únicamente defendíamos nuestros planteamientos con tranquilidad, con moderación, sin levantar la palabra, pues algunos se han puesto muy nerviosos. (p.53)

De esta forma muestra lo «muy nerviosos» que se han puesto sus rivales al demostrarles que no son los «monstruos» que se pensaban que eran, sino que únicamente buscan defender sus «planteamientos con tranquilidad».

### **Conclusión**

Se muestran dos ejemplos de «Jugando con perspectivas opuestas»: creencias propuestas y normas-hechos, de Pablo Iglesias y de Santiago Abascal respectivamente. De esta manera, abordan una misma técnica persuasiva a través de distintas herramientas, pero con resultados similares. Además, es importante destacar que mientras que Pablo Iglesias aplica esta técnica sobre la corrupción ajena, Santiago Abascal la aplica sobre su propio partido, demostrando que se puede recurrir a su aplicación desde ambas partes, tanto desde una parte negativa como desde una positiva.

## **5. Conclusión**

Al inicio de este análisis se establecieron tres objetivos clave. Comprobar si los dos partidos políticos en cuestión constituyen partidos de corte populista, realizar una comparación entre las estructuras de ambos discursos mediante la teoría aristotélica del discurso con el fin de observar su eficiencia dialéctica a la hora de dirigirse a sus respectivas audiencias y, mediante la selección de cuatro de las seis técnicas de persuasión de De Bruijn (2017), comprender la manera en la que ambos partidos, uno de ideología de izquierdas y otro de derechas, recurren a estas estrategias para potenciar la efectividad de sus discursos.

Uno de los objetivos de este análisis es demostrar si los partidos políticos Podemos y VOX pertenecen al ámbito de los partidos populistas mediante la aplicación de la teoría del populismo de Charaudeau (2009) y los cuatro elementos que, según este autor, se requieren para poder denominar a un partido como populista.

En el caso de ambos partidos, los cuatro elementos aparecen de manera muy clara y evidente, señalados en verde en la sección del anexo. Los dos líderes presentan una sociedad española rota de la que culpan a unas élites alejadas del pueblo. Santiago Abascal señala a estas élites de una manera mucho más explícita y directa (Pedro

Sánchez, PSOE...) que Pablo Iglesias. Además, también se presentan a sí mismos y a sus partidos como los potenciales salvadores de esta desastrosa situación, a la que acompañan de reivindicaciones patrias y nacionales para remarcar sus propias raíces.

Como segundo punto se encuentran los elementos del discurso aristotélico, que en este caso se han seleccionado exclusivamente los elementos pertenecientes a la *dispositio*, pues es la variable que muestra cómo se encuentra organizado un discurso, lo que servirá mejor para comparar los de ambos líderes.

Los dos discursos tienen una estructura muy similar, con un *exordium* y *peroratio* claramente visibles al principio y al final de sus discursos. Además, sus *narratio* tienen un destino similar de acuerdo a su situación temporal. En el caso de Pablo Iglesias (con el Partido Popular en el gobierno y como rival a vencer) la corrupción tiene un papel principal, así como la pobreza y las injusticias. Para Santiago Abascal (con el Partido Socialista en el gobierno y como rival a vencer) se tratan los temas del separatismo y de la defensa de los valores nacionales, así como un intento de «desdemonizar» sus propias propuestas electorales. El *argumentatio* tiene secciones algo más difíciles de analizar debido a las ambigüedades, ya que hay temas que se nombran, pero de los que no se dan argumentos ni a favor ni en contra, sino que simplemente se presentan como referencia para sus electorados (ejemplo: los abuelos socialistas de Pablo Iglesias). Sin embargo, lo que sí se puede concluir con el análisis que los argumentos que presenta Pablo Iglesias son muchísimo más positivos que los de Santiago Abascal.

Finalmente, las cuatro estrategias de De Bruijn (2017) se encuentran presentes en los dos discursos. «Villanos, víctimas y héroes» coincide a la perfección en ambos líderes. Siempre son ellos los héroes que tratan de salvar a un pueblo víctima de las políticas de la élite villana. Este hecho se enlaza en gran medida con el cuarto elemento del discurso populista, el de presentar a su líder como la figura providencial del pueblo, por lo que el uso que se da de esta estrategia también sirve para apoyar esta conclusión.

En cuanto a «Valores del oponente», ambos líderes aplican muy bien esta técnica, si bien en Podemos el debate se encuentra más enfocado en la economía, en VOX lo está en el tema político y social.

«*Meta-framing*» y «Jugando con perspectivas opuestas» son recursos algo menos marcados en ambos discursos. No obstante, ambos políticos cumplen con éxito los distintos pasos especificados en las estrategias para dar más efecto al ámbito persuasivo de sus palabras.

Este trabajo constituye un pequeño análisis del discurso populista español, su estructura y las técnicas de persuasión que incluye. Sería muy beneficioso poder estudiar otros discursos tanto de Pablo Iglesias como de Santiago Abascal, incluso en distintos momentos de la campaña e incluso en distintas elecciones para poder verificar de una forma todavía más fehaciente los objetivos y la hipótesis que se han planteado. También sería interesante realizar comparaciones con los discursos de otros políticos destacables en España, incluso aunque estos no sean considerados como políticos de ideología populista para poder tener más datos sobre este análisis.

Con ello, los objetivos han sido comprobados en su totalidad sin grandes obstáculos de por medio. Se espera que esta investigación pueda servir como base para futuros estudios mucho más extensos y que las conclusiones halladas en este trabajo de fin de grado sean útiles para toda la comunidad investigadora.

## 6. Bibliografía

- Alegre, L. (2014). PODEMOS - Luis Alegre Zahonero. *Transparencia PODEMOS*. Recuperado de <https://transparencia.podemos.info/perfil/estatal/luis-alegre-zahonero>
- Arias Maldonado, M. (2018). Las bases afectivas del populismo. *Revista Internacional De Pensamiento Político*, 12, 151-167. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/ripp/article/view/3257>
- Aslam Sipra, M., & Rashid, A. (2013). Critical Discourse Analysis of Martin Luther King's Speech in Socio-Political Perspective. *Advances in Language and Literary Studies*, 4(1), 27-33. Recuperado de <https://www.journals.aiac.org.au/index.php/all/article/view/113>
- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2016). The End of Framing as we Know it . . . and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society*, 19, 7-23. Recuperado de <https://pcl.stanford.edu/research/2015/cacciatore-mcs-end-of-framing.pdf>
- Cervilla, P. (2019, 11 noviembre). VOX alcanza los 52 escaños y es ya la tercera fuerza política tras las elecciones generales del 10-N. *ABC*. Recuperado de [https://www.abc.es/elecciones/elecciones-generales/abci-alcanza-52-escaños-y-tercera-fuerza-politica-201911110259\\_noticia.html](https://www.abc.es/elecciones/elecciones-generales/abci-alcanza-52-escaños-y-tercera-fuerza-politica-201911110259_noticia.html)
- Charaudeau, P. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso & Sociedad*, 3(2), 253-279. Recuperado de [http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3\(2\)Charaudeau.html](http://www.dissoc.org/ediciones/v03n02/DS3(2)Charaudeau.html)
- Chumaceiro Arreaza, I. (2003). El discurso de Hugo Chávez: Bolívar como estrategia para dividir a los venezolanos. *Boletín de lingüística*, 15(20), 22-42. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/347/34702003.pdf>
- Clinton, H. (2017). Why. En *What happened* (pp. 410-411). Nueva York: Editorial Simon& Schuster.
- De Bruijn, H. (2017). *The art of framing. How politicians convince us that they are right*. Ámsterdam: Editorial Etopia.
- De Santiago Guervós, J. (2016-17). Análisis del discurso populista en la España actual. *AnMal*, XXXIX, 115-141. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/330310360\\_Analisis\\_del\\_discurso\\_populista\\_en\\_la\\_Espana\\_actual](https://www.researchgate.net/publication/330310360_Analisis_del_discurso_populista_en_la_Espana_actual)
- Díaz, S. (2018, 29 septiembre). Carlos Fernández Liria: "Hay que volver a sacar a Podemos adelante". *Cuarto Poder*. Recuperado de <https://www.cuartopoder.es/ideas/2018/09/29/carlos-fernandez-liria-entrevistaa/>

Electomanía (2016, 26 junio). *26J: Comparativa de encuestas y estimaciones para el 26-J*. Recuperado de <https://electomania.es/26j-comparativa-de-encuestas-y-estimaciones-para-el-26-j/>

Electomanía (2019, 4 noviembre). *Encuestómetro (4N): repasamos las últimas encuestas de cada encuestadora*. Recuperado de <https://electomania.es/encuestometro4n/>

ESnoticia. (2016, 25 junio). *PABLO IGLESIAS - Discurso HISTÓRICO en Cierre de Campaña de UNIDOS PODEMOS* [Vídeo]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=afextOHtmHY>

Fairclough, N. (2008). El análisis crítico del discurso y la mercantilización del discurso público: las universidades. *Discurso & Sociedad*, 2(1), 170-185. Recuperado de [http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2\(1\)Fairclough.html](http://www.dissoc.org/ediciones/v02n01/DS2(1)Fairclough.html)

Ferree, M. M., Gamson, W. A., Rucht, D., & Gerhards, J. (2002). Two Related Stories. En *Shaping Abortion Discourse*. Cambridge University Press, (2.a ed., pp. 13-14). doi: 10.1017/CBO9780511613685

Fundéu (2016). Establishment. En *Fundación del español urgente*. Recuperado en 17 de noviembre de 2020, de <https://www.fundeu.es/recomendacion/alternativas-establishment/>

Hallahan, K. (2007). Strategic Framing. *International Encyclopedia of Communication*, 1-5. Recuperado de [http://www.pitt.edu/~mitnick/BPweb/HallahanStrategicFramingHallahan\\_ICE\\_051507.pdf](http://www.pitt.edu/~mitnick/BPweb/HallahanStrategicFramingHallahan_ICE_051507.pdf)

Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante*. Madrid: Editorial Complutense S.A.

Manetto, F. (2016, 25 mayo). Podemos da por hecho el ‘sorpaso’ y se dirige ahora al 30% de indecisos. *EL PAÍS*. Recuperado de [https://elpais.com/politica/2016/05/25/actualidad/1464172146\\_638799.html](https://elpais.com/politica/2016/05/25/actualidad/1464172146_638799.html)

Ministerio del Interior (s.f.). *Consulta de resultados electorales*. Recuperado de <http://www.infoelectoral.mir.es/infoelectoral/min/>

Ministerio del Interior (28 de 04 de 2019). *Consulta de resultados electorales*. Recuperado de <http://www.infoelectoral.mir.es/infoelectoral/min/busquedaAvanzadaAction.html>

Molloy, D. (2018, 10 marzo). ¿Qué significa exactamente el término populismo, que se usa tanto para describir a Donald Trump como al fallecido Hugo Chávez? *BBC*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-43329141>



- Prieto, A. (2019, 9 enero). El 75% de los españoles ve a VOX de extrema derecha y sólo un 50% a Podemos de extrema izquierda. *El Español*. Recuperado de [https://www.elespanol.com/espana/politica/20190109/espanoles-VOX-extrema-derecha-solo-podemos-izquierda/366964381\\_0.html](https://www.elespanol.com/espana/politica/20190109/espanoles-VOX-extrema-derecha-solo-podemos-izquierda/366964381_0.html)
- Real Academia Española (s.f.) Populismo. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 17 de noviembre de 2020, de <https://dle.rae.es/populismo>
- Sánchez, L. (2016). Elementos para el análisis del discurso político en el escenario internacional. *Revista Internacional De Pensamiento Político*, 6, 419-433. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/ripp/article/view/1881>
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 102-122. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/ridu/v13n1/a08v13n1.pdf>
- Scheufele, B. (2004). Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique. *Communications*, 29, 401-428. Recuperado de <https://epub.ub.uni-muenchen.de/17680/1/comm.2004.29.4.401.pdf>
- Simón, P. (2018). *El príncipe moderno. Democracia, política y poder*. (4.a ed.). Barcelona: Editorial Penguin Random House.
- Van Dijk, T. A. (1997). What is Political Discourse Analysis? *Belgian Journal of Linguistics*, 11-52. Recuperado de <http://discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf>
- Van Dijk, T. A. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23-36. Recuperado de [http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20alisis%20cr%20itico%20del%20discuro.pdf](http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20alisis%20critico%20del%20discurso.pdf)
- Verstrynge, J. (2019, 12 enero). Verstrynge: «VOX no es extrema derecha, es populismo. Podemos también es populista». *COPE*. Recuperado de [https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/verstrynge-VOX-extrema-derecha-populismo-podemos-tambien-populista-20190112\\_330118](https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/verstrynge-VOX-extrema-derecha-populismo-podemos-tambien-populista-20190112_330118)
- VOX España. (2019, 8 noviembre). *Discurso de Santiago Abascal en el cierre de campaña electoral* [Vídeo]. YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZXofISikHBY>

## 7. Anexo

Elementos del populismo	Verde
<i>Exordium</i>	Rosa
<i>Narratio</i>	Azul
<i>Peroratio</i>	Amarillo
Estrategias persuasivas	Rojo

Tabla 8. Codificación de los elementos

### 7.1 Transcripción del discurso de Pablo Iglesias

(ESnoticia, 2016)

¡Muchas gracias, buenas noches Madrid!

Quiero pedirlos en primer lugar un aplauso cerrado para todos los militantes, para todos los voluntarios que han hecho posible esta campaña, compañeros y compañeras anónimas que se han dejado la piel para que el mensaje del cambio político llegue a todas partes. Un aplauso para los intérpretes de signos que llevan la lengua de signos a las personas sordas. ¡Muchas gracias compañeros!

Muchas gracias a las fuerzas políticas que han decidido caminar al encuentro de la historia. Es un honor ser el candidato a la presidencia de fuerzas políticas como las Mareas que soplan desde Galicia, como Compromís, *moltes gràcies* Mónica; como En Comú, como los compañeros de Mès y sobre todo como los compañeros de la izquierda histórica en Cataluña y en España; muchas gracias Alberto Garzón, muchas gracias a Izquierda Unida, gracias al Partido Comunista por llevar este camino junto a nosotros y nosotras.

Esto no es una alianza electoral, esto es un compromiso con nuestra patria y con nuestro pueblo. Estamos escribiendo la historia, estamos convirtiéndonos en un instrumento en manos de la gente, y eso va más allá de cualquier alianza electoral y de cualquier acuerdo entre partidos. Estamos aquí para servirlos, estamos aquí como decía

Miguel Hernández para ser viento del pueblo: muchas gracias pueblo, muchas gracias a España por empujarnos.

Muchas gracias en tercer lugar a los ayuntamientos del cambio. Vosotros y vosotras sois la prueba, sois el aval de que no solamente podemos ganar elecciones sino que podemos ganar mejor. Muchas gracias José Manuel Calvo por parar los pies a los especuladores, gracias Madrid, gracias Barcelona, gracias Valencia, gracias Coruña, gracias Zaragoza. Sois el ejemplo, sois el mejor aval de que somos una fuerza política de gobierno capacitada para gestionar mejor que ellos.

Y en cuarto lugar muchas gracias a los que hoy no están, a los militantes y a los luchadores ausentes, a los que se dejaron la piel en las cárceles, a los que se dejaron la piel en las huelgas, a los que son nuestros abuelos y abuelas, a los que son el orgullo de nuestra patria. En los tiempos de cambio histórico sopla ese excedente democrático de las luchas del pasado.

Me decían que hubiera querido estar en este acto con nosotros Marcos Ana, y que está enfermo y está en su casa. Desde aquí le quiero decir que él no es solo un referente de la izquierda, él es un héroe del pueblo, es un héroe de la patria, y estamos orgullosos de tener tatuado en nuestro ADN las luchas sociales que empujaron los de atrás.

Quiero recordar esta noche a mis abuelos y abuelas socialistas. Estamos aquí para honrar vuestro ejemplo, estamos aquí para estar a vuestra altura, estamos aquí para que nuestros nietos y nietas estén tan orgullosos de nosotros como nosotros lo estamos de nuestros abuelos.

Esto no solamente es, como decía antes, una alianza electoral, esto es un encuentro con la historia. Estáis escribiendo la historia de España y hoy quiero pronunciar esa palabra «España», y decir que estoy orgulloso de esa España que inventó la palabra «liberal», orgulloso de esa España que expulsó a las tropas de Napoleón, orgulloso de los militares progresistas como Riego y como Torrijos, orgulloso de los liberales y demócratas españoles de la Gloriosa, orgulloso de Joaquín Costa y de la Institución Libre de Enseñanza, orgulloso de esa clase obrera que defendió los derechos sociales y el sufragio, orgulloso de esas mujeres que parió nuestra patria, como la Nelken, como Dolores, como Montseny, como Victoria Kent. Son nuestras madres, son

nuestra patria y estamos orgullosos. Orgullosos de esa España de poetas e intelectuales como Rafael Alberti, como Antonio Machado, como Miguel Hernández. Orgulloso de los mineros asturianos, orgulloso de esa España que fue el rompeolas de la solidaridad internacional y de ese pueblo español que resistió como ningún pueblo de Europa al horror y al fascismo. Estamos orgullosos de esa España.

Y en un día como hoy, en el que aquí hay banderas azules, quiero recordar el primer discurso que pude hacer en el Parlamento Europeo mirando a la cara a los diputados de la bancada de la extrema derecha y los euroescépticos, y les dije que el corazón de Europa es el antifascismo y les recordé que los pilotos que comandaban los primeros tanques que entraron a París eran españoles. Orgullosos de esos españoles de la división *Leclerc*, orgullosos de decir España, orgullosos de decir patria, orgullosos de esa España que luchó por sus libertades en la dictadura. Orgullosos de una España diversa y plurinacional que habla diferentes lenguas, que tiene diferentes culturas y diferentes sentimientos. Nunca más una España que se imponga desde el centro y que no entienda la riqueza de una patria plurinacional, y orgulloso de esa España que aquel 15 de mayo de 2011 salió al encuentro con la historia. Orgullosos del 15M. El 15M debería ser fiesta nacional en este país.

Estamos viviendo cambios históricos y aquel 15M significó que algo estaba cambiando en el subsuelo de la estructura social de nuestro país. No era nada fácil de interpretar entonces aquel movimiento que con banderas diferentes, que con banderas distintas, que con otros lenguajes estaba construyendo la nueva gramática que serviría para el cambio político; y dijo no nos representan, y dijo queremos democracia. Fueron muy pocos los que entendieron aquel mensaje y entre ellos mi homenaje hoy a Juan Carlos Monedero, que estuvo en las plazas desde el principio. Muchas gracias Juan Carlos por tu ejemplo.

Aquel movimiento inauguró una nueva gramática política. Nosotros hablamos de centralidad, que no tiene nada que ver con el centro. La centralidad es esa tarea histórica del viejo topo revolucionario. Consiste en entender las claves que permiten el cambio político en una sociedad. Consisten en entender que la historia tiene momentos en los que se requiere de la concurrencia de gente muy distinta, con ideas distintas, con orígenes distintos, con diferentes identidades... Y todos, todas las banderas, todos los colores son bienvenidos al cambio político y siguen siendo bienvenidos.

Quizá Podemos fue entonces la mejor traducción electoral de aquel movimiento, de aquel cambio en la estructura social de nuestro país. Quiero dar las gracias a los primeros valientes que me acompañaron desde el inicio: a Miguel Urbán, a Jorge Moruno y a Tania, por empujarme a dar el paso. Quiero dar las gracias a los que llegaron después, a Íñigo y su gente, a los compañeros de la Complutense, a Rafa, a Irene Montero. Y quiero dar las gracias especialmente a Pablo Echenique, por señalar el camino correcto. Es un honor compartir el futuro contigo compañero. Y gracias a todos vosotros y vosotras, los militantes anónimos, los imprescindibles, los que sois los verdaderos protagonistas del cambio social. Pero hoy quiero decir que hay algo mucho más importante que Podemos, y es el encuentro histórico con la izquierda de toda la vida, la que mantuvo arriba las banderas de la dignidad en momentos muy difíciles. Es un honor Alberto caminar a vuestro lado, es un honor que vayamos a construir el futuro juntos, es un honor que la tinta de las luchas sociales vaya a escribir el futuro de nuestro país.

Quiero dirigirme hoy, quiero dirigirme esta noche a las personas que todavía no han decidido su voto, y quiero ser muy claro, como lo somos nosotros, sin ambigüedades. Somos el voto útil para derrotar al Partido Popular, que todo el mundo lo tenga claro, y básicamente porque nosotros sí tenemos una propuesta de país. Se ha hablado mucho de corrupción en esta campaña. A todo el mundo le parece mal la corrupción. Pero la corrupción no son solamente manzanas podridas, la corrupción no es solamente Mariano Rajoy. Hay cínicos que pretenden blanquear al Partido Popular pintándolo de naranja y diciendo que sin Mariano Rajoy, entonces se puede llegar a acuerdos. Lo digo muy claro desde aquí el problema de la corrupción no es Mariano Rajoy solamente. El problema de la corrupción es que se ha convertido en el conjunto de dispositivos de aplicación del neoliberalismo en España. La corrupción son sinvergüenzas, la corrupción son ladrones, pero la corrupción también es un modelo que no funciona. La corrupción es el paro, la corrupción es que haya 2,7 millones de parados que no reciben ninguna prestación, la corrupción es un modelo político que permite que uno de cada tres compatriotas esté en riesgo de pobreza, la corrupción es la disminución de la población activa y poner en riesgo las pensiones, la corrupción se sostiene sobre ese modelo de pelotazos urbanísticos y burbujas inmobiliarias que destruyó la industria y el futuro de nuestro país. La corrupción no solamente son los sinvergüenzas, la corrupción es la forma de gobierno que lo que diga Berlín, las élites alemanas, quisieron

imponer a nuestra patria para que fuera una periferia. No somos una periferia queremos ser un país a la altura del peso que nos corresponde.

Sabemos que la corrupción se combate con el Código Penal, sabemos que la corrupción se combate terminando con esa Ley de Enjuiciamiento Criminal reformada por el Partido Popular, lo que llamaron «Ley Berlusconi», que impide investigar los casos de corrupción. Sabemos que la corrupción se combate con una ley de financiación de partidos que los equipare a las fundaciones y prohibiendo el endeudamiento bancario porque quien tiene deudas con los bancos, gobierna o termina gobernando a favor de los bancos. Pero además, pero además de eso la corrupción se combate con un proyecto de país, la corrupción se combate reconociendo en los astilleros un sector energético, la corrupción se combate diciendo que en España hace falta un plan nacional de transición energética que sirva para rehabilitar edificios para ahorrar energía y que sirva también para llevar a cabo una transición que haga nuestra patria independiente del petróleo. Así se combate también la corrupción. La corrupción se combate con inspectores de Hacienda y con reformas fiscales para que esa minoría de privilegiados que se ha ido de rositas pague también impuestos. La corrupción se combate derogando dos reformas laborales inútiles, y defendiendo los derechos de los trabajadores, y defendiendo el derecho a salarios dignos. La corrupción se combate no permitiendo que buena parte de nuestros compatriotas estén en riesgo de pobreza, por eso hace falta una renta. La corrupción se combate no solamente hablando de la violencia machista, sino aplicando medidas acabando con esa «Ley Montoro» que no permite a los ayuntamientos atender a las mujeres víctimas de violencia machista y aquí lo decimos: alternativa habitacional para las mujeres víctimas de violencia machista, sin necesidad de denuncia. Corrupción es que haya bancos rescatados con dinero público que hayan podido desahuciar a familias. La corrupción se combate con dación en pago retroactiva y haciendo que el derecho a la vivienda sea de obligado cumplimiento para los poderes públicos.

Hoy hay un mensaje para todos los europeos y es un mensaje muy claro. La Europa de Alemania, la Europa de los recortes sociales, la Europa que humilla a los refugiados y no cumple los derechos humanos no sirve y no seduce. Lo que sedujo a las poblaciones europeas para construir el proyecto de la unión era la garantía de los derechos sociales y los derechos humanos. No hay más identidad europea que esa, el cumplimiento de los derechos humanos y la prosperidad asociada al estado del bienestar. O recuperamos una idea de Europa asociada a los derechos sociales o se terminó Europa.

Por eso decimos que hay que democratizar Europa y que hay que señalar con el dedo a los responsables de las políticas de austeridad como lo que son: los enterradores del proyecto europeo.

Decimos que somos la fuerza política de la ley y el orden, y lo decimos hoy, que hemos visto a policías mandados por el Ministerio del Interior, entrando sin orden judicial en la redacción de un periódico. ¿A quién hay que tener miedo?, ¿a quién hay que tener miedo en este país? Han hablado de radicales y de extremistas, y yo digo que los antisistema son los que prostituyen las instituciones poniéndolas a jugar en favor de los privilegiados.

Esta mañana ha habido una anécdota que contaba una compañera del ayuntamiento de Valencia que me ha conmovido y que me ha enseñado una vez más el significado de las instituciones y de la palabra patria. Hablaba de unos niños de etnia gitana que por primera vez, gracias al ayuntamiento, iban al teatro a escuchar a Tomatito. Cuando Tomatito termina de cantar los niños se van, y cuando Tomatito vuelve a salir los niños se habían ido porque no sabían lo que era un bis y porque jamás habían podido ir a un concierto. Eso es la patria: que haya instituciones que permitan a los niños ir al teatro, que haya instituciones que permitan a los niños independientemente de su condición tener escuelas, que haya instituciones que garanticen la salud y que garanticen la dignidad de todo el mundo. Por eso somos los institucionales, por eso somos los de la ley, porque la gente humilde solo tiene la ley y el derecho; y el derecho está escrito con las luchas sociales de los que nos precedieron.

Los millonarios no necesitan hospitales y escuelas públicas, se pueden pagar las privadas. Los millonarios desprecian la ley, tienen su dinero en paraísos fiscales y en cuentas en Suiza. Que no se atreva esa gente a pronunciar la palabra «patria» a pronunciar la palabra «España», si los impuestos no los pagan aquí.

¿Qué es la patria? La patria es una bandera: bienvenidas todas las banderas. Pero la patria son los hospitales, la patria son las escuelas, la patria es la Ley de Dependencia, la patria es ese Estado que no deja tirado a su gente, es ese Estado que se convierte en la expresión de la mayoría social y de la soberanía popular. Por eso hoy decimos patria, orden, ley e instituciones frente a los antisistema, frente a los que han fracasado, frente a los responsables de la crisis, frente a los responsables de que haya compatriotas que no puedan llegar a fin de mes ni llenar la nevera. Y hay que decir cuál es el significado de

nuestro proyecto político, hay que leer a Luis Alegre y a Carlos Fernández Liria, los mejores intérpretes de los clásicos, cuando dicen que el nuestro es el proyecto político de la Ilustración. Defendemos la libertad, la igualdad, la fraternidad, el imperio de la ley porque eso es lo que ha permitido los avances sociales. Nunca más la palabra libertad manchada en los labios de los que privatizan, nunca más la palabra libertad para señalar que algunos se puedan llevar su dinero a Suiza, a Andorra, a Panamá. La palabra libertad es sagrada y está escrita con la tinta de sangre de los pueblos. La palabra libertad no se puede separar de la igualdad y de la fraternidad. Estamos orgullosos de ser hijos de las luchas sociales que nos trajeron las bases ideológicas de la modernidad y se los decimos a los antipatriotas que convirtieron las instituciones en su cortijo particular. Decir hoy viva la patria es decir viva la libertad, viva la igualdad y viva la fraternidad.

¡Adelante! Adelante que podemos. Adelante que estamos muy cerca llenando con dignidad, con sonrisas y con orgullo las urnas el 26 de junio. Adelante que podemos ganar. Adelante la sonrisa de un país. Adelante la gente humilde. Adelante este pueblo. Adelante España, que podemos ganarles, que estamos muy cerca. Y como decía Salvador Allende: la historia es nuestra y la hacen los pueblos.

## 7.2 Transcripción del discurso de Santiago Abascal

(VOX, 2019)

Esta plaza de Colón es ya la plaza de la España viva, es la plaza de VOX, es nuestro talismán y es el lugar donde solo VOX se atreve a convocar a sus partidarios. Muchas gracias por haber acudido otra vez a la llamada de la España viva.

Hemos recorrido, hemos recorrido miles de kilómetros, hemos estado junto a miles de españoles en la campaña más multitudinaria que haya hecho ningún partido político en los últimos años. Y en todos nuestros mítines había un denominador común: no ondeaban las banderas verdes de VOX, sino que ondeaba nuestra bandera rojigualda, la de todos los españoles. Porque VOX es mucho más que un partido político, es una



alternativa patriótica que quiere llamar a todos los españoles sin distinción. Y porque VOX sabe que en este momento de zozobra tenemos la responsabilidad patriótica de poner el acento en todo lo que une a millones de españoles por encima del sectarismo ideológico.

En un momento de desafío a la unidad en forma de crisis separatista, en un momento de desafío social en forma de crisis económica; nos encontramos divididos por el separatismo regional, por el sectarismo de los partidos y por los viejos odios que quieren rescatar los antipatriotas, que quieren que los españoles volvamos a pelearnos cuando más unidos teníamos que estar. Esos sí que son patriotas de hojalata, esos sí que no aman a nuestra patria, esos que quieren destruir la concordia y la convivencia diciéndonos que nos tenemos que volver a enfrentar como lo hicieron nuestros bisabuelos.

Y por eso VOX viene hoy a decirnos que frente a los viejos odios solo tenemos una palabra: concordia, concordia nacional; que frente al desafío al orden constitucional sólo hay una solución: aplicación a rajatabla e implacable de nuestra ley contra los golpistas y contra los separatistas; y que frente a la emergencia social que tantos españoles viven en su día a día solo hay una solución: abordaje sin titubeos y sin complejos al búnker autonómico del que viven los partidos políticos y que se ha convertido en motivo de ruina y de división para millones de españoles.

Habéis visto lo que ha ocurrido desde el lunes, desde el día del debate. Han entrado en pánico. Y han entrado en pánico en primer lugar porque somos bastante simpáticos. Habían dibujado un monstruo que representaba a otros cuantos millones de monstruos. Y claro cuando nos escucharon y vieron que no mordíamos ni agredíamos, sino que únicamente defendíamos nuestros planteamientos con tranquilidad, con moderación, sin levantar la palabra, pues algunos se han puesto muy nerviosos. Quizá también se han puesto nerviosos por esas encuestas a las que siempre están mirando. Nosotros no les hacemos mucho caso y cuando nos decían antes de iniciar esta campaña electoral que nos íbamos a quedar en poco más de 10 diputados ni ahora que nos dicen que vamos a superar los 50. No sabemos cuántos escaños nos darán los españoles pero sean los escaños que sean, serán los que utilicemos para construir la alternativa patriótica que necesita España.

Se han puesto muy nerviosos desde el lunes, cada uno por distintos motivos. Hay uno que se ha debido poner muy nervioso porque el saco de *merchandising* se le hizo pequeño y ya no sabía qué más sacar. Y sobre todo, se han puesto nerviosos ellos y los medios de comunicación, voceros de esos partidos, porque nuestros argumentos no solo fueron incontestados, sino que eran incontestables. Y por eso no se atrevieron a combatir muchos de los argumentos que nosotros ponemos encima de la mesa. Y ahora andan los periodistas de cabecera echando la bronca a sus candidatos por no haber bajado a la discusión con nosotros. Y por eso ahora hacen lo único que pueden, y lo habéis visto durante estos días: una estrategia de criminalización. El otro día el representante del Partido Nacionalista Vasco se negó a dar la mano a nuestro compañero Iván Espinosa de los Monteros. Porque claro... ¡Qué escocido está el Partido Nacionalista Vasco!, ¿eh? Cómo se paseaba por los salones de Madrid con aire de hombres de Estado, con aires de respetabilidad, con el permiso del Partido Popular y del PSOE. Pero claro, ha llegado VOX y están muy escocidos y por eso inician esa campaña de criminalización, que también la inicia Sánchez llamando a la alerta antifascista, esa misma a la que llamó Pablo Iglesias después del resultado de las elecciones andaluzas. Y lo hacen también sus medios de comunicación sicarios, y en concreto el diario El País, que hace dos días publicó una terrible editorial en la que decía que a VOX no se le puede tratar como al resto de los partidos políticos. Pues bien, nosotros decimos que a El País y al Grupo PRISA tampoco le vamos a tratar como al resto de los medios de comunicación.

**No tienen ningún límite a la hora de criminalizarnos y de demonizarnos.** Hoy han publicado una serie de barbaridades entre escatológicas y pornográficas que no repetiré aquí porque hay familias con niños sobre mí, os invito a que las busquéis. Pero también han publicado un manifiesto importantísimo hecho por 1700 científicos que han dicho que el triunfo y el auge de VOX se debe a la manipulación de los datos. Pues bien para firmar ese manifiesto no había más que entrar en Internet y firmarlo, y decir que era científico. Hemos visto cómo lo ha firmado incluso Adolf Hitler y Stalin. No tienen vergüenza. Están dispuestos absolutamente a todo, y por eso yo os digo que estéis en guardia en las próximas horas y en los próximos días porque las *fake news*, las trampas, las mentiras y la basura que se va a publicar sobre nosotros (no va a poder, no va) la podéis ni imaginar. Así que estemos en guardia. Pero lo grave de todo esto aunque nos riamos de ello es que esa criminalización tiene consecuencias. Y las hemos

visto en el día de ayer, cuando violentos y encapuchados atacaban las carpas donde VOX repartía publicidad y agredían a nuestros compañeros como hicieron con nuestra candidata al congreso por Vizcaya, Nerea Alzola, a la que unos energúmenos pro etarras dieron dos puñetazos en el estómago y patearon. Y nosotros señalamos directamente a esos que nos demonizan, que nos criminalizan y que dicen que no se nos puede tratar como a los demás, **porque ellos son los responsables últimos de las agresiones que se están perpetrando contra nosotros; y de la violencia permanente, y de la amenaza contra nuestros mítines durante toda esta campaña, permitida por las delegaciones del gobierno y por las juntas electorales de zona a lo largo de todo el territorio nacional.** Eso para el PSOE y para los que nos demonizan.

**Luego están los otros. El Partido Popular ha encontrado una nueva estrategia contra VOX. Ahora se les ha ocurrido el «voto útil».** El voto útil. No lo habíamos oído nunca. Uno se va a tomar muy en serio el número 2 de Feijóo en Galicia ha dicho en un mitin que había que ir a los buzones de los vecinos, sacar la propaganda de VOX, sacar la bandera de España de VOX y tirarla a la basura. Animando a la gente a cometer un delito electoral y a violar la correspondencia. Han montado tanto lío que luego han dicho que era broma claro. Es que como lo del voto útil no funciona... **Y dice Casado que votar a VOX es votar a VOX. Ya, ya sabemos (risas). Y que votar al PP es echar a Sánchez. Pero eso mismo nos dijeron cuando había que echar a Zapatero. Decían: votar a Rajoy es echar a Zapatero, y muchos españoles votaron para echar a Zapatero. Pero no echaron las leyes de Zapatero, ni las de memoria histórica, ni nada, ni las de género. Defendieron ciegamente las autonomías, no combatieron el golpe de Estado en Cataluña y encima subieron los impuestos.** Por eso nosotros le decimos a Pablo Casado que tiene razón, que votar a VOX es votar a VOX. **Pero que votar a VOX es echar a Sánchez y es echar a las políticas totalitarias de la izquierda. Y hace falta que VOX tenga una gran fuerza porque si no, al Partido Popular y Ciudadanos les tiemblan las piernas, y eso es absolutamente necesario como ha quedado demostrado en Andalucía, en Madrid y en Murcia. Así que lo útil ya sabéis lo que es si lo que queréis es que las políticas sectarias y totalitarias del Partido Socialista se vayan para no volver nunca. Votar a VOX que es la única opción valiente que quiere devolver la libertad a todos los españoles y no solo que tengan libertad los de izquierdas.**

**Espanoles, que creo que están bastante hartos de los dimes y diretes de los partidos políticos. Probablemente también de algunas de las cosas que decimos nosotros**

y no tengo inconveniente en hacer autocrítica. Y están bastante hartos porque mientras asisten atónitos a esos dimes y diretes, y a esas ocurrencias, enfrentamos una auténtica emergencia nacional en Cataluña y una emergencia social en forma de la crisis que llega. Una emergencia nacional en Cataluña que está provocando en primer lugar que no tengamos la seguridad de que las elecciones el próximo día 10 de noviembre se celebren en condiciones de libertad y de normalidad para todos los catalanes. Una emergencia nacional porque hoy un golpista en plena rebeldía está al frente de la Generalidad. Y esta es la emergencia, que nosotros decimos que hacen falta soluciones drásticas, y que si los españoles nos apoyan, no nos temblará el pulso para suspender la autonomía, para ilegalizar a los partidos separatistas y para ordenar la detención y puesta a disposición judicial del golpista Torra. Y una emergencia social que veis todos los días en vuestro entorno, en vuestras familias, en los trabajos, en forma de personas con problemas: parados, jubilados con pensiones de miseria, jóvenes con salarios que no les permiten acceder a la vivienda ni pensar en formar una familia, autónomos que andan de recaudadores del Estado pagando el IVA cuando todavía no han cobrado por sus trabajos, dependientes a los que no les llegan las ayudas del Estado mientras si llegan a los extranjeros... Hay emergencias sociales por todas partes, pero el gobierno solo tiene una emergencia, una ocurrencia como ha demostrado en esta campaña.

Visteis el otro día Sánchez en el debate, cuando no estaba escribiendo para hacer la tesis doctoral, y cuando parecía que revivía en algún momento, sacaba a Franco. La única emergencia que ha mostrado el gobierno en esta campaña electoral, con el permiso vergonzoso de la Junta Electoral Central y el Tribunal Supremo, ha sido la emergencia profanadora. Decirnos a todos que lo más importante para los españoles en el momento que más unidos teníamos que estar, es sacar un muerto para restaurar los odios de la Guerra Civil basándose en una Ley de Memoria Histórica, por cierto, ¿que sigue aquí por culpa de quién? De Rajoy. Una Ley de Memoria Histórica que quiere imponer a la mitad de los españoles una lectura concreta de nuestra historia, que quiere decirnos que había abuelos buenos y que había abuelos malos, que quiere decirnos que en la Transición nuestros abuelos se equivocaron con el gran abrazo de la concordia, y que quiere decirnos que otra vez tenemos que pelear. Y nosotros venimos a decir exactamente todo lo contrario. Aquí todos y cada uno de los que estáis, luchasen donde luchasen vuestros abuelos, no solo tenéis el derecho sino el deber de respetarles y de honrarles porque probablemente lo hicieron pensando que hacían lo mejor para nuestra

patria. Desde VOX nunca os impondremos una memoria histórica porque cada uno tenéis la vuestra, pero tampoco admitiremos una lección de democracia del partido que tiene la historia más negra de la democracia española, el partido con más años y que con las mismas siglas fundamentalmente lo que tiene es mucho que ocultar desde su fundación, pero también durante todo el periodo democrático, donde se ha caracterizado por la corrupción, por el terrorismo de Estado y por su falta de respeto a la independencia de los poderes. Y lo decimos con claridad y con preocupación porque sabemos que detrás de esta Ley de Memoria Histórica y del intento de rescatar estos odios, no hay otra cosa de otra intención que deslegitimar ese abrazo y, por supuesto, deslegitimar a la Corona y derribar la cruz que representa la identidad de los españoles.

Y por eso hoy volvemos a decir, que en este contexto de división nacional y de enfrentamiento sectario provocado por los partidos, **VOX tiene una responsabilidad patriótica.** Y esa responsabilidad patriótica nos obliga a pensar en las cosas fundamentales en las más importantes en lo que es obvio. VOX no ha venido aquí con las obsesiones ideológicas de los demás de esos que parece que se levantan por la mañana y se miran al espejo pensando: ¿qué somos liberales, conservadores, socialdemócratas?, ¿somos de extrema izquierda, de izquierda, de centro, de extremo centro como Albert Rivera, de centro derecha, de derecha, de ultraderecha? Ustedes, vosotros cuando os levantáis por la mañana y os veis en el espejo lo que pensáis es que sois españoles con vuestros problemas concretos, con deseos de libertad, con deseos de igualdad y con deseos de prosperidad para vuestras familias.

Todo lo demás importa bien poco en este momento de división, y volver a lo obvio significa que hay que respetar a los muertos, se llamen Francos o se llamen Pasionaria, que hay que restaurar el patriotismo en las escuelas. Que no es una cosa facha, que la ha hecho hasta el aliado de Rivera, el señor Macron, el otro día en Francia. Que hay que recuperar el patriotismo que implica también defender a los más débiles de nuestra sociedad, y los más débiles son los niños en el vientre materno, las mujeres embarazadas, los parados, las personas dependientes, y no los partidos políticos, los sindicatos y las ONGs ideológicas que viven del presupuesto de todos y viven cómodamente con un sistema autonómico costosísimo, millones de españoles lo están pasando mal. **Volver a lo obvio es defender nuestra identidad, nuestras fiestas y nuestras tradiciones sin que estemos obligados a que nadie que venga de fuera y nos diga cómo tenemos que vivir, cómo tenemos que celebrar nuestras fiestas o cómo tienen que comer**

nuestros hijos en los comedores escolares. Y defender nuestra libertad frente a la legislación totalitaria de la izquierda y nuestra igualdad frente a esas leyes que la destruyen atacando la libertad entre hombre y mujer, como las leyes de género, o frente al Estado de las autonomías que ha creado españoles de primera, de segunda, de tercera y así hasta 17 categorías de españoles.

Y por supuesto es obvio que hay que defender las fronteras de nuestra patria porque no hay ninguna nación sin fronteras y porque tenemos el derecho y el deber de defender todo lo que protege nuestra prosperidad, nuestra libertad, nuestra seguridad y nuestra identidad. Tenemos al menos el mismo derecho que los «progres» que viven cómodamente sin vecinos alejados en buenas zonas y que protegen sus casas, no solo con altos muros, sino con la seguridad pública. Y eso es lo que queremos, que las fuerzas de seguridad, la Guardia Civil, el Cuerpo Nacional de Policía, y si hace falta el ejército, proteja nuestras fronteras. Y que haya medios suficientes, humanos, jurídicos y materiales para que se defiendan y que se diga que el que quiera entrar en nuestra patria lo hace llamando a la puerta educadamente, que nos diga qué es lo que quiere y que nosotros, que somos los españoles los que somos propietarios de España, decidimos quién entra en España.

Y esto implica también la defensa de la caridad bien entendida, que es la que nos han enseñado en nuestras casas. Que empieza por nosotros mismos, nuestros vecinos, nuestras familias, nuestros compatriotas. Y que si después podemos, y ojalá podamos, por los extranjeros a los que preferimos ayudar y, ellos también lo prefieren, en su propia patria porque nadie quiere abandonarla.

Y por eso mismo decimos que exigimos la prioridad nacional en el acceso al empleo y a las ayudas sociales, y en el acceso a la vivienda. Cuando os decimos esto no lo decimos para animaros como algunos piensan para que tengáis rechazo a las personas que vienen de fuera y a quienes han inmigrado legalmente y hoy trabajan codo con codo con los españoles. Ni siquiera para que tengáis rechazo a quienes entran ilegalmente en España porque están desesperados. Vienen aquí porque los «progres» con sus políticas les llaman, los «progres» que están provocando un auténtico drama en África, una tragedia en el Mediterráneo y un horror en nuestros barrios destruyendo la convivencia. Nosotros no tenemos fobia a los extranjeros ni a los inmigrantes tenemos fobia a los políticos «progres» que están provocando una situación caótica destruyendo nuestras

libertades, destruyendo nuestra seguridad y poniendo en riesgo la prosperidad de generaciones de españoles.

Y por eso hoy, y por eso hoy pedimos el voto a todos los españoles. Pero pedimos también el voto a los españoles que siempre han votado a la izquierda y les extendemos la mano diciéndoles que ellos también caben en el proyecto de VOX. Porque sabemos que ellos tenían una preocupación con vivir en una nación unida, con la defensa de la igualdad y con la protección de los más débiles, que es justo todo lo que la izquierda y el Partido Socialista han abandonado pactando con los separatistas, destruyendo la igualdad en todo el territorio nacional con fórmulas federalistas absolutamente enloquecidas y abandonando a los españoles más débiles estableciendo en muchas ocasiones que la prioridad es para los extranjeros. Nosotros decimos a esos españoles de izquierdas que en VOX también tienen su casa, que en VOX tienen un proyecto político que les da la mano y que queremos precisamente porque en este momento de división lo que más nos preocupa es la concordia nacional caminar junto con ellos para crear una gran alternativa patriótica y nacional.

El día 11 de noviembre, todos los que ahora discuten con el PSOE pactarán con el PSOE, porque aunque en estos últimos días en la recta final de campaña han dicho que no pactarían con el Partido Socialista, hace solo una semana dijeron que si ganaban las elecciones estaban dispuestos a desbloquear la situación con el Partido Socialista. Y nosotros decimos todo lo contrario frente a lo que dice en el PP y Ciudadanos, y por supuesto frente a lo que dice Podemos que implora de rodillas el pacto con el Partido Socialista, nosotros diremos que no vamos a pactar con el Partido Socialista de ninguna manera ni por acción ni por omisión, ni votando a favor ni absteniéndonos. Si de nosotros depende el Partido Socialista se irá muchos años a la oposición para que aprenda a respetar el sistema democrático, la división de poderes y a defender el orden constitucional y la unidad de España cuando están al frente del gobierno.

En contra de lo que de lo que nos dijeron el pasado 28 de abril, tuvimos una gran victoria. Quisieron decir que habíamos fracasado y quisieron convenceros de que VOX iba a languidecer y acabaría por desaparecer. Quisieron decir que 24 diputados era un mal resultado. En realidad hace 11 meses habríamos aceptado un diputado. Una vocecilla en el Congreso nos bastaba para empezar a decir lo que representaba a millones de españoles que no se sentían representados, y ha habido 24 vozarrones en el

Congreso diciendo con toda claridad lo que todos y cada uno de vosotros sentís y pensáis. Hemos logrado todos juntos reabrir todos los debates que la izquierda había decidido cerrar por decreto ante el silencio cobarde de la derecha. No se podía hablar de nada habían decretado el fin de la historia. Cualquier cosa sobre la que intentase uno debatir y que estuviese fuera del marco de la corrección política implicaba un insulto y decían: es un debate cerrado, es un debate superado. Pues bien hoy todos son de nuevo debates abiertos y hoy nos han tenido que escuchar, nos hemos hecho oír. Pero no hemos venido aquí ni para que haya 24 voces en el Congreso, ni simplemente para tener influencia y lograr abrir todos los debates porque seamos unos apasionados de la discusión. Hemos venido aquí algo mucho más importante.

España es una gran patria y merece toda nuestra ambición, y por eso en VOX decimos que no tenemos sitio para sueños pequeños. Por eso decimos que no nos basta con tener 24 diputados y ejercer una influencia. Tenemos el deber, tenemos el deber este 10 de noviembre de salir a ganar las elecciones. Y si no lo logramos, de intentarlo dentro de cuatro años, y si no dentro de ocho, pero lo que os decimos es que jamás dejaremos de intentarlo porque España merece toda nuestra ambición. Y por eso os decimos lo de siempre: adelante españoles, sin miedo a nada ni a nadie. Todo por España. España siempre. ¡Viva España!