

La construcción del enemigo en los discursos de la derecha radical europea: un análisis comparativo

The construction of the enemy in the discourses of the european radical right: a comparative analysis

Salvador MORENO MORENO

Universidad de Murcia, España

salvador.moreno3@um.es

José Miguel ROJO MARTÍNEZ

Universidad de Murcia, España

josemiguel.rojo@um.es

BIBLID [ISSN 2174-6753, Vol.21(2): a2112]

Artículo ubicado en: encrucijadas.org

Fecha de recepción: 4 de marzo de 2021 || Fecha de aceptación: 2 de noviembre de 2021

Resumen

El presente artículo compara la identificación, construcción y caracterización del enemigo político discursivo de cuatro de los principales partidos de la derecha radical europea (La Liga, AfD, Rassemblement National y VOX). Se trata de un estudio de enfoque comparado y metodología de investigación cualitativa que ha usado como fuentes de información un total de 20 spots electorales (cinco para cada uno de los partidos) a los que se les ha aplicado un análisis de contenido cualitativo (ACC). Los principales hallazgos evidencian que el enemigo común en todos los partidos es la inmigración, a la que le sigue la Unión Europea (a excepción del caso de VOX) y que la principal diferenciación entre los partidos es el posicionamiento ante el feminismo y la política posmaterialista: VOX (fundamentalmente) y AfD los identifican como enemigos, el resto no.

Palabras clave: enemigo, derecha radical, discurso político, identidad.

Abstract

The aim of this paper is to compare the identification, construction and characterization of the discursive political enemy of four of the main parties of the European radical right (La Liga, AfD, Rassemblement National and VOX). It is a research with a comparative approach and qualitative research methodology that has used as information sources a total of 20 electoral spots (five for each of the parties) to which a qualitative content analysis has been applied (ACC). The main findings show that the common enemy in all the parties is the immigration, which is followed by the European Union (with the exception of the case of VOX) and that the main differentiation between the parties is the position towards feminism and post-materialist politics: VOX (fundamentally) and AfD identify them as enemies, the rest do not.

Keywords: enemy, radical right, political discourse, identity.

Destacados

- Los enemigos simbólicos son parte relevante del relato político e informan de los sectores sociales a los que cada partido está interpelando.
- La mera enunciación del enemigo en el discurso político define negativamente, por oposición, una identidad colectiva política.
- La clasificación de los enemigos recurrentes de los partidos de derecha radical la establece Mudde (2007) a partir de la consideración de dos dimensiones: nación y Estado.
- La gran convergencia entre todos estos partidos es la construcción antagonista de la inmigración como uno de los ejes centrales del discurso.

Agradecimientos

Los autores desean agradecer a los evaluadores externos, Hans Peter van den Broek y Steven Forti, sus contribuciones a la mejora del presente estudio.

Cómo citar

Moreno-Moreno, Salvador y Jose Miguel Rojo-Martínez (2021). La construcción del enemigo en los discursos de la derecha radical europea: un análisis comparativo. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 21(2), a2112.

1. Introducción: ¿por qué estudiar a sus *enemigos*?

Los estudios sobre la derecha radical europea contemporánea asimilada, a la que nos podemos referir de una forma más certera como la derecha radical populista europea (Mudde, 2007), han suscitado numerosos interrogantes a propósito de la composición sociodemográfica de su base electoral, del empleo de nuevas técnicas de comunicación por su parte o de los particulares esquemas ideológicos que articulan sus discursos. Hasta ahora, una cuestión fundamental resulta poco explorada en esta temática: cómo la derecha radical genera procesos de identificación con el electorado o, dicho de otra forma, qué identidades políticas se están agrupando en torno a partidos de este tipo, formaciones que vienen consiguiendo importantes resultados en Italia, Países Bajos, Francia, España, Alemania, Finlandia, Hungría o Austria.

A lo largo de este artículo sostendremos que la mejor forma de conocer un fenómeno, especialmente cuando hablamos de un grupo político o social, es lograr determinar sus alteridades, sus antagonismos constituyentes, asumiendo, como señaló Simmel (2010), que el conflicto (*Streit*) es una forma de socialización. Este supuesto teórico parte de una extensa consideración de la psicología social sobre el origen del conflicto intergrupal y se añade a la potencialidad de definición negativa de las agrupaciones humanas: «p» es «p» en tanto que no es «q», aunque también podría sostenerse que «p» es «p» en tanto que se opone a «q». La esencia identitaria de los movimientos sociales y políticos se reafirma mediante el conflicto y este conflicto se muestra en su mayor expresión a través del mensaje político cristalizado (el discurso político). Además, esta particular visión conecta con una amplia tradición filosófica sobre el papel del conflicto como motor dialéctico de la historia.

Los enemigos discursivos son a menudo significantes vacíos, constructos sociales, conceptos deliberadamente ambiguos que aparecen en forma de punto de fuga. Los enemigos simbólicos son parte destacada del relato político e informan de los sectores sociales a los que cada partido está interpellando. Igualmente, no podemos olvidar que la capacidad de asentamiento de las morfologías antagónicas dependerá de la propia conciencia colectiva de cada comunidad política. Justo por eso, es especialmente interesante comparar la práctica comunicativa de cuatro de los principales partidos de la derecha radical europea en este particular componente del relato.

2. El *enemigo* como componente discursivo

Los relatos políticos suelen articularse sobre la base de un conflicto antagónico. Como recuerda Sarasqueta (2020: 830), «la tensión narrativa de cualquier relato político se sostiene mediante el conflicto» y esto nos lleva a determinar que, con el objetivo de captar la atención, los discursos políticos presentados de manera narrativa dibujan enfrentamientos y establecen dicotomías categóricas. Estos enfrentamientos nece-

sitan, a su vez, calificar a la parte contraria como intrínsecamente perversa (de ahí que haya que combatirla y derrotarla) y eso altera el debate político convirtiendo al adversario en irreconciliable enemigo. La necesidad de construir otredades para estructurar los sistemas ideológicos es vista por Žižek, recuperando los planteamientos lacanianos, como una forma de mantenimiento del «deseo ideológico» que necesita «inventar un objeto específico en el que se materialice y exteriorice la causa de la insatisfacción del deseo» (2011: 87-88). Tal es la importancia que confiere Žižek a la referencia externa antagónica del enemigo que define la ideología a partir de su morfología. Llega a decir el autor que la ideología «es el campo simbólico en el que un relleno dado ocupa el lugar de una imposibilidad estructural determinada y en el que, al mismo tiempo, se reniega de esa imposibilidad» (2011: 88). Los enemigos se levantan como significados discursivos, como aparatos simbólicos que sirven para justificar todos los males por diversos que sean y simplifican así el entendimiento del mundo político. Además, al instituirse el enemigo como causa explicativa total, los discursos ideológicos refuerzan sus niveles de coherencia interna.

Laclau (2005: 234), discutiendo el caso de la Liga Norte, afirma que «toda frontera política adquiere su sentido a partir del modo en cómo identifica lo que está más allá de la frontera». De esta forma, el enemigo asume una funcionalidad identitaria y su mera enunciación define negativamente, por oposición, una identidad colectiva política. Los relatos de corte populista, que podrían ser entendidos de acuerdo a su voluntad de formación de sujetos populares, usan al enemigo discursivo como elemento «totalizador» en un proceso de progresiva abstracción de los polos antagónicos, tanto es así que, al buscar «una identidad popular más amplia», el enemigo se convierte en «más global» para lograr integrar demandas crecientemente dispersas, en un escenario de luchas fragmentadas que necesitan reencontrarse en lo que Laclau llamó «vínculos equivalenciales» (2005: 121; 128). Los vínculos equivalenciales se unen a un significante vacío (Molina y Grosser, 2008: 138) y esto nos permite interpretar, bien que la práctica discursiva sobre la presentación del enemigo lo convierte en un significante vacío, o bien que la presencia del enemigo se produce como engranaje de las cadenas equivalenciales resultando que el significante vacío, más que el enemigo, es el sujeto que nace por oposición a él.

El enemigo no solo contribuye al advenimiento ideológico e identitario, sino que, particularmente haciendo suyos los postulados de Carl Schmitt, Derrida defiende en *Políticas de la amistad* que la figura del enemigo es la «condición de lo político como tal» (1998: 86). La necesidad ontológica del enemigo obliga a su reposición permanente, obliga a un proceso creativo de la enemistad en términos de filia. Derrida (1998: 95) evidencia que, tras la caída del Muro de Berlín y el proclamado «fin del comunismo», las democracias capitalistas perdieron a su enemigo *par excellence* y se produjo entonces un ciclo de «desestructuración» del sujeto nacional occidental, decidiéndose

buscar «nuevas enemistades reconstituyentes» en otros mundos como el islámico. El enemigo da vida al sujeto político, su ausencia provoca una desestructuración que, tanto si se aplica a un Estado, como si se aplica a un partido o a una ideología, genera vacíos de sentido.

La posición del enemigo en la teoría discursiva postestructuralista remite a la conceptualización de las identidades colectivas (IC) realizada por autores como Hobsbawm (2000). Para el historiador británico, las identidades colectivas «se definen negativamente, contra otros». La negatividad como base de los procesos de identificación precisa de un grupo externo con el que seamos capaces de establecer diferencias significativas (2000: 117) y rivalidades consistentes. Hasta que no sabemos quiénes son «ellos», es imposible apelar a un «nosotros» y, si bien la búsqueda de la diferenciación no es por definición conflictiva, o dicho de otro modo, pueden existir procesos identitarios no frentistas, lo cierto es que la creación de espacios grupales identitarios deriva en un creciente conflicto al pensarse que una mayor diferencia provoca una mayor pertenencia al propio grupo y que, conforme esa diferencia se acentúa, el conflicto y la enemistad pasa de un nivel pre-político de latencia a una materialización explícita en el discurso.

Al investigar sobre ejemplos tradicionales de construcción social del enemigo, tal vez el más repetido (aunque no necesariamente el más sofisticado) sea el del pueblo judío. Los judíos imaginados por el antisemitismo son «enemigos contruidos proyectivamente, abstracciones míticas de la historia» cuya mayor potencialidad es ser «una metáfora de otras fuerzas, la proyección de otras preocupaciones» (Smith, 1996: 222). La mente política tiene cierta predisposición a conceder el estatus de enemigo a unos colectivos frente a otros. Hay colectivos que han sido repetidamente objeto de estigmatización (los extranjeros, las minorías religiosas o étnicas, ciertas ideologías) y esto facilita que su presentación contemporánea en el rol de enemigo sea creíble, aun cuando va a ser la cultura política de cada país la que genere imaginarios simbólicos que condicionen la viabilidad de una estrategia antagónica determinada. Si pensamos en el caso español, la dependencia dialéctica creada por la Guerra Civil y sus bandos facilita todavía la activación puntual del fascismo (franquismo) como enemigo y, en sentido contrario, la activación de la izquierda (los rojos, los comunistas) como amenaza también. Resulta curiosa, igualmente, la supervivencia a través del tiempo de los atributos que justifican, todavía hoy, la validez de esos agregados difusos, ampliamente inclusivos e imprecisos, como sistemas de agrupación identitaria.

Para Eco (2011), los enemigos, por naturaleza, «son distintos de nosotros y siguen costumbres que no son las nuestras». De ahí que los extranjeros sean un enemigo fácil. Eso sí, puntualiza Eco, la caracterización moderna de los enemigos no se corresponde tanto con los «diferentes que nos amenazan directamente», sino con «aquellos que alguien tiene interés en representar como amenazadores, aunque no nos amena-

cen directamente» (2011: 8). Sabemos en este punto que el enemigo es un sujeto con el que es posible establecer una distancia vital destacada (estética y costumbrista), que es en sí una distancia identitaria y de cosmovisión, pero, lo más importante, es que, a partir de Eco, conocemos que el enemigo es un elemento amenazante y esa amenaza se traduce psicológicamente en un riesgo de pérdida potencial de posición. La invención de la amenaza acompaña a la invención del enemigo como prerrequisito.

La cuestión del enemigo ha aparecido profusamente en los últimos años como parte destacada de los estudios de comunicación política sobre el establecimiento de relatos. Según Crespo (2015), el enemigo se ha convertido en el eje del relato político porque tener un enemigo, incluso si es externo al sistema o simbólico, facilita «la cohesión en torno al mito (al relato)» por parte de los electores. En definitiva, Crespo concluye que «el reconocimiento de la existencia de un enemigo común estimula la adhesión y el sentido de pertenencia a un proyecto político» (2015: 173). En esta misma línea teórica, D'Adamo y García Beaudoux (2016: 28) señalan que son elementos indispensables del buen relato político, el conflicto y el antagonismo: «el relato se edifica alrededor de un conflicto entre actores antagónicos, utiliza la lógica *amigo - enemigo* y los esquemas binarios para elaborar justificaciones». El ejemplo que aportan estos autores argentinos es el del relato kirchnerista que presentaba como enemigo a las élites económicas y políticas del país, «las Corpo» y «la Opo», respectivamente. El anti-pueblo, en una interpretación progresista del discurso populista, suele encarnarse por el viejo *establishment* de los países, un grupo que combinaría las representaciones icónicas del poder propias del marxismo (connivencia entre grupos de poder económico y político). El binarismo progresista *anti-establishment* se adoptará más tarde por interpretaciones populistas de derechas transformando el rostro de los poderosos.

3. La «invención del *enemigo*»: motivos recurrentes en el discurso de la derecha radical europea

En el libro referencial de Cas Mudde *Populist radical right parties in Europe* (2007) ya encontramos un temprano interés por describir los procesos de construcción del enemigo en el caso de las formaciones políticas de la derecha radical populista europea. La descripción del enemigo discursivo resulta una certera forma de aproximación a las características de este fenómeno ideológico, así como a los colectivos interpelados por las imágenes simbólicas de sus discursos. En este sentido, detectar los modos de presentación del antagonismo simbólico permitirá encontrar diferencias significativas o patrones comunes entre partidos que, perteneciendo a la misma familia, actúan en unos contextos nacionales que influyen determinadamente en sus prácticas.

La clasificación de los enemigos recurrentes de estos partidos se establece en Mudde (2007: 64) a partir de la consideración de dos dimensiones: nación y Estado. La relación de las diferentes alteridades con estas dos dimensiones permite al autor sistematizar cuatro grandes grupos de enemigos: los que están dentro de la nación y del Estado (A), los que están fuera de la nación, pero dentro del Estado (B), los que están dentro de la nación, pero fuera del Estado (C) y, finalmente, los que están fuera de la nación y del Estado (D).

El grupo de enemigos totalmente internos, grupo A, se corresponde con la «élite», un conjunto amplio de actores poderosos a nivel político, económico o cultural que aparecen criticados por «traidores a la nación y como corruptores de la gente» (Mudde, 2007: 65). Se trata esta categoría de lo que comúnmente se ha denominado *establishment*, un significante que ha sido usado por líderes de la derecha radical no solo europea, sino también estadounidense o latinoamericana. Trump reclamaba apoyos contra el «*establishment* de Washington» (McDevitt y Ferrucci, 2017) que tan perfectamente encarnaban figuras como Hillary Clinton. Esta primera tipología nos hace reflexionar asimismo sobre el concepto de «enemigo interior» que, por ejemplo, Thatcher usó frente a los mineros huelguistas (Milne, 2018). Resulta ser este enemigo un *otro* cercano, con el que se convive, un enemigo que no nos resulta ajeno, un enemigo nativo.

Un uso prototípico de lo anterior se da en VOX, partido que impulsó la caracterización del mundo independentista catalán, los «traidores a España», como claro «enemigo interior» (Balinhas, 2020: 80), y que también se esforzó por señalar al «consenso progre», la que según ellos es la hegemonía cultural de nuestro tiempo, como «enemigo de la libertad» (Balinhas, 2020: 75). En el crecimiento del voto a VOX, la situación de Cataluña resultó crucial, tal y como constató Arroyo Menéndez (2020), de ahí la importancia que el «enemigo independentista» ha podido llegar a cobrar en sus estrategias. Unido al conflicto catalán, el antifeminismo, invocado como reacción a la «ideología de género» (Bernárdez-Rodal et al., 2020; Álvarez-Benavides y Jiménez Aguilar, 2021), ha suscitado la atención de diversas investigaciones sobre los rasgos característicos de la formación de Santiago Abascal. Por el contrario, algunos trabajos han demostrado que las actitudes contrarias a la inmigración son, a diferencia de lo que sucede en el resto de Europa, poco trascendentes para descodificar las razones del voto a VOX, un partido que también está lejos de tener una base predominantemente formada por los perdedores de la globalización (Ortiz Barquero, 2019: 9-10).

Los grupos B y C incluyen a los enemigos parcialmente internos o parcialmente externos, según se prefiera. En el grupo B encontramos a las «minorías étnicas» como enemigos destacados, de hecho, afirma Mudde (2007: 69) que en Europa occidental el «grupo arquetípico» del enemigo que está *fuera de la nación, pero dentro del Estado* es «la comunidad inmigrante», algo que en el caso de la Europa del Este se traslada a

las «minorías étnicas más o menos indígenas». El discurso xenófobo y racista clásico se condensa en este enemigo étnicamente diferenciado. Es la forma de alteridad más básica de todas cuantas se han identificado por Mudde y una instancia habitual a la hora de analizar los ejes temáticos del Frente Nacional francés. Sin embargo, no es hasta los años 70 cuando a Jean-Marie Le Pen le empieza a preocupar la inmigración pues, hasta entonces, concentraba sus temores en la «amenaza social-comunista» (Reggiani, 2017: 76). Bajo el liderazgo de Marine Le Pen, transitando hacia lo *mainstream* (Bastow, 2018), la derecha radical francesa abandona sus postulados sociales más conservadores y prioriza la «retórica antiinmigrante», cambiando ahora el «racismo antiárabe» por la «defensa del laicismo» y el «antisemitismo por un discurso islamófobo» (Reggiani, 2017: 81). El cambio en el marco de tratamiento de la inmigración se produce simultáneamente al acentuamiento de la vertiente populista del partido, utilizando para ello el llamado «chovinismo del bienestar», un liderazgo carismático, una retórica emocional y un intenso trasfondo antielitista (Stockemer y Barisione, 2017: 12). En la Tabla 1, se observa que el enemigo "A" de Mudde es el que está tanto dentro de la nación, como dentro del Estado". Conviene puntualizar, por último, que el terrorismo ha ejercido un protagonismo notorio en la definición más reciente del nuevo discurso antiinmigrante del Frente Nacional, permitiendo pasar del contenido más puramente étnico-racial a la reflexión cultural, ideológica y cívica (Hutchins y Halikiopoulou, 2020).

El grupo C es prácticamente residual, como reconoce Mudde al calificarlo como «categoría extraña», porque los procesos de alineamiento entre Estado y nación han sido crecientes en la geopolítica mundial contemporánea. También porque es más difícil proponer con éxito un ejercicio de antagonismo a nivel individual con quien se comparten rasgos y formas de vida, aunque no espacio de convivencia. Con todo, el autor destaca dos colectividades que podrían incluirse en este tipo: «los compatriotas que se han trasladado al extranjero» y «las personas afines que viven a menudo en países vecinos» (Mudde, 2007: 73).

El último de los grupos, el D, suscita el mayor interés investigador, junto con el B, por ser ambos los que de forma más sostenida en el tiempo y con mayor claridad parecen materializarse en el discurso de la derecha radical europea. El enemigo externo total se une, según Mudde (2007: 74-75), con un desprecio extendido en estos partidos hacia lo «no nacional», lo que «vive fuera del Estado». Ese objeto de animadversión a veces es encarnado por grupos humanos, pero otras la amenaza exterior son países y «también organizaciones internacionales como la UE y la ONU» (Mudde, 2007: 74). Al nacer (año 2013), Alternativa para Alemania (AfD) se distinguió por un fuerte euroescepticismo (Grimm, 2015), ganando importancia tiempo después en sus posicionamientos programáticos el conflicto migratorio (Arzheimer y Berning, 2019). Conforme iba quedando atrás la crisis financiera, el partido cambió su *leitmotiv* princi-

pal de la crítica transversal a la Unión Europea a unas posiciones más conservadoras referentes al conflicto cultural que planteaba para el país la presencia de musulmanes, una presencia amenazante para los valores de la civilización occidental (Doerr, 2021). Para Hansen y Olsen (2019), el factor dominante en el voto por AfD (elecciones federales del 2017) fue el «sentimiento antiinmigrante», particularmente exacerbado por lo que mediáticamente se ha conocido como «crisis de los refugiados». Al destacar el euroescepticismo de AfD y el impacto que tuvo sobre su rendimiento electoral la «crisis de los refugiados» es imposible no establecer cierto paralelismo entre el caso alemán y el italiano. La Liga (antigua Liga Norte) fue durante los años noventa y la primera década del siglo XXI una formación regionalista-independentista de sustrato populista constituida sobre la dialéctica Norte-Sur (Longo, 2016), pero, bajo el liderazgo de Matteo Salvini, el partido decidió ampliar geográficamente su electorado convirtiendo a la Unión Europea en lo que tradicionalmente había sido para ellos Roma, el «enemigo del pueblo» (Albertazzi et al., 2018). La llegada de Salvini al Ministerio del Interior en 2018 agudizó la instrumentalización de la inmigración como «otredad»: el líder de la Liga «se manifestó recurrentemente a favor de realizar deportaciones masivas de inmigrantes» y bloqueó «la entrada a los puertos italianos de diversos buques de organizaciones humanitarias» (Bontempo, 2018: 165).

Tabla 1. Clasificación de los enemigos discursivos de la derecha radical según Mudde

		Nación	
		Dentro (IN)	Fuera (OUT)
Estado	Dentro (IN)	<p>A</p> <p>Élite nacional (<i>establishment</i>)</p> <p>Componente populista</p>	<p>B</p> <p>Inmigración y minorías étnicas</p> <p>Componente nativista y xenófobo</p>
	Fuera (OUT)	<p>C</p> <p>Nacionales en el extranjero</p> <p>Componente anticosmopolita</p>	<p>D</p> <p>Organizaciones internacionales, otros países</p> <p>Componente antiglobalización</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Mudde (2007)

Como recuerda Ferreira (2019: 82), «nativismo y autoritarismo son condiciones necesarias y suficientes para que una organización política sea tildada de derecha radical». La definición de esta ideología a partir de los dos rasgos mencionados vincula la caracterización del enemigo en todos los supuestos que puedan ser explorados. De su nativismo se deriva la preferencia por un enemigo externo y no nacional. De su autoritarismo se deriva una apuesta por la construcción totalizadora de un *nosotros* homogéneo frente a un *ellos* detestable, que especialmente se intensifica contra ideologías

hegemónicas de carácter pluralista, progresista o posmaterialista. La derecha radical populista europea, en palabras de Antón-Mellón y Hernández-Carr (2016: 23), ha utilizado dos temas centrales para formalizar sus imaginarios: «un discurso populista anti-establishment y un discurso de rechazo frontal a la población extranjera».

4. Metodología y diseño de la investigación

Nuestro problema de investigación se concreta en la siguiente pregunta: ¿Cómo es la identificación, la construcción y la caracterización del enemigo alegórico en los principales partidos de la derecha radical europea? Para resolver este interrogante se ha fijado un objetivo general (comparar la identificación, construcción y caracterización del enemigo político de los principales partidos de derecha radical en Europa) y un total de dos objetivos específicos: (1) conocer los distintos enemigos discursivos de los principales partidos de derecha radical en Europa y (2) describir las características y atribuciones de cada uno de los enemigos de estos partidos.

Se trata, en consecuencia, de un estudio de enfoque comparado y metodología de investigación cualitativa. Los casos seleccionados ($n=4$) responden bien a un criterio de relevancia poblacional del país, bien a su constatado éxito electoral. Uniendo estos dos razonamientos, las formaciones finalmente seleccionadas han sido la Liga (Italia), Alternativa para Alemania (AfD), Agrupación Nacional (antiguo Frente Nacional francés) y VOX (España).

El tratamiento de cada caso se realizó mediante la aplicación de un análisis de contenido cualitativo (ACC) a una muestra de 20 spots electorales (cinco para cada país y partido). Todos los spots pertenecen a elecciones de distintos niveles territoriales celebradas entre 2013 y 2021. Siguiendo a Arbeláez y Onrubia (citados en Díaz Herrera, 2018: 126), recordamos que la esencia del análisis de contenido cualitativo es «verificar la presencia de temas, palabras o de conceptos en un contenido y su sentido dentro de un texto en un contexto». La selección de los spots como unidades de información y recogida de datos parte de la premisa de que un spot electoral es la mejor síntesis de la estrategia comunicativa de un partido, pues logra de forma condensada apelar a las emociones, resumir los discursos mantenidos durante la campaña y lanzar los mensajes más importantes del partido. Así lo argumentan García Beaudoux, D'Adamo y Slavinsky (2016: 34): (el spot) «es superior en intensidad de transmisión del mensaje en comparación con otras modalidades de comunicación, dado que tiene la capacidad de activar emociones y varios circuitos cerebrales en simultáneo». Además, teniendo en cuenta nuestros objetivos de investigación, eminentemente exploratorios y orientados al conocimiento y la descripción de los distintos enemigos de los partidos mencionados, se estima de gran utilidad el análisis de spots en tanto que, como se ha mencionado, son los productos más adecuados y elaborados a la hora de reunir eficazmente todas las figuraciones simbólicas construidas por un partido. El análisis de

spots presenta ciertas limitaciones que no pueden dejar de atenderse, por ejemplo, el hecho de que su escasa duración impide profundizar en los razonamientos que se elaboran para sostener los mensajes. Sería recomendable de cara a futuras investigaciones incorporar análisis sobre los programas electorales, las redes sociales y los discursos parlamentarios de la derecha radical para conseguir un retrato más preciso sobre el contenido extenso de los discursos sostenidos, más allá de la comunicación electoral de alto impacto.



La recopilación de spots se ha realizado a través de un muestreo estratégico intencional habitual en la investigación cualitativa. Tras revisar todos los contenidos electorales disponibles en los canales oficiales de *YouTube* de los partidos y líderes estudiados (se eliminan vídeos de periodos no electorales), para ser incorporados, los spots han tenido que cumplir dos criterios fundamentales: (1) pueden ser calificados como spots principales de la campaña y no como meros recursos audiovisuales de apoyo (esta calificación en muchas ocasiones la realiza el propio partido) y (2) son vídeos que han alcanzado un gran nivel de difusión y que tienen un número de visualizaciones considerable. Una vez seleccionadas y descargadas las unidades, se segmentó el contenido de las mismas para extraer imágenes, mensajes y relaciones significativas y se efectuó un ejercicio de codificación a partir del libro construido (ver Figura 1) en perspectiva con el marco teórico (codificación deductiva). Las características muestrales (baja *n*) no hicieron necesario el uso de softwares de asistencia (CAQDAS) como Atlas.Ti, NVivo o MAXqda.

Sobre este último aspecto relacionado con el tamaño de la muestra, aunque *a priori* el número de spots pueda parecer reducido, lo cierto es que no existen tantos spots de campaña disponibles para cada caso en el periodo de estudio (2013-2021). Los partidos, aunque se esté imponiendo la idea de spot múltiple, segmentado y cada vez de menor duración, no suelen producir demasiados spots para una única campaña electoral y, además, solo un spot suele actuar como clip oficial de impacto. Es por esta razón que una muestra de cinco spots para cada caso no resulta tan reducida si la ponemos en relación con el universo potencial disponible.

Todo el proceso de investigación se ha aplicado partiendo de la premisa de que las cuatro formaciones estudiadas se caracterizan por su orientación nacional y nativista (Ferreira, 2019: 82), lo que significa que, presumiblemente, con independencia del nivel territorial del que proceda la campaña, el mensaje del partido será en gran proporción el mismo, salvo adaptaciones puntuales. A pesar de ello, procede considerar en el corpus elecciones de diferente orden (nacionales, regionales y europeas) para observar lo anterior. Investigaciones previas no han señalado ajustes relevantes en el hilo conductor del mensaje dependiendo del nivel de la elección (incluso en la nueva etapa de la Liga la tendencia es a homogeneizar el discurso entre Norte y Sur). Por esa razón, no se ha discriminado *a priori* la selección de spots por territorio, permitiendo de-


batir sobre la presencia permanente de un *outgroup* estable. En cierto modo, lo único que puede interceder en la construcción del enemigo es el paso del tiempo o el distinto contexto político nacional (los contextos moldean el antagonismo), es por eso que el periodo que abarca la investigación (2013-2021) busca conocer los enemigos que subsisten, apoyándonos en la teoría e ignorando consecuentemente los aspectos coyunturales de cada momento.

Tabla 2. Corpus de spots analizados.

Partido	nº	Título	Fecha	Fuente
Liga (Italia)	1	<i>Spot: stavolta voto Lega.</i>	16/02/18	https://www.youtube.com/watch?v=xQaEtNhazgw&ab_channel=MatteoSalvini
	2	<i>Voto lega perchè</i>	09/01/13	https://www.youtube.com/watch?v=a5ShrCnbPcQ&ab_channel=LegaSalviniPremier
	3	<i>Un grazie con... Salvini Bambino!</i>	03/03/18	https://www.youtube.com/watch?v=MMdV2zjZpmo&ab_channel=MatteoSalvini
	4	<i>Il 4 marzo vota Lega, e dal 5 marzo</i>	03/03/18	https://www.youtube.com/watch?v=W_gZx062HCs&ab_channel=Rai
	5	<i>"Non venite in Italia, qui peggio del burundi"</i>	07/05/14	https://www.youtube.com/watch?v=sBKRBo-Hurc&feature=emb_title&ab_channel=AngeloCiocca
	Alternativa para Alemania – AfD (Alemania)	6	<i>Wahlwerbespot der AfD zur Bundestags-wahl</i>	01/09/17
	7	<i>Wahlkampf TV-Spot der AfD Schleswig-Holstein zur Landtagswahl am 07. Mai 2017</i>	13/04/17	https://www.youtube.com/watch?v=7qK3ODxLrRA&ab_channel=AfDSchleswig-Holstein
	8	<i>Wahlwerbespot der AfD Hamburg zur Bürgerschaftswahl 2020</i>	14/01/20	https://www.youtube.com/watch?v=Va8B8IAAGow&ab_channel=AfDHamburg
	9	<i>AfD-Wahlwerbespot zur Landtagswahl 2021 in Baden-Württemberg</i>	22/02/21	https://www.youtube.com/watch?v=tyh2y33XB8k&ab_channel=AfDBaden-W%C3%BCrttemberg
	10	<i>Der AfD-Wahlwerbespot zur Europawahl 2019!</i>	26/04/19	https://www.youtube.com/watch?v=app=desktop&v=CY4tRdiCQrc&ab_channel=AfDTV

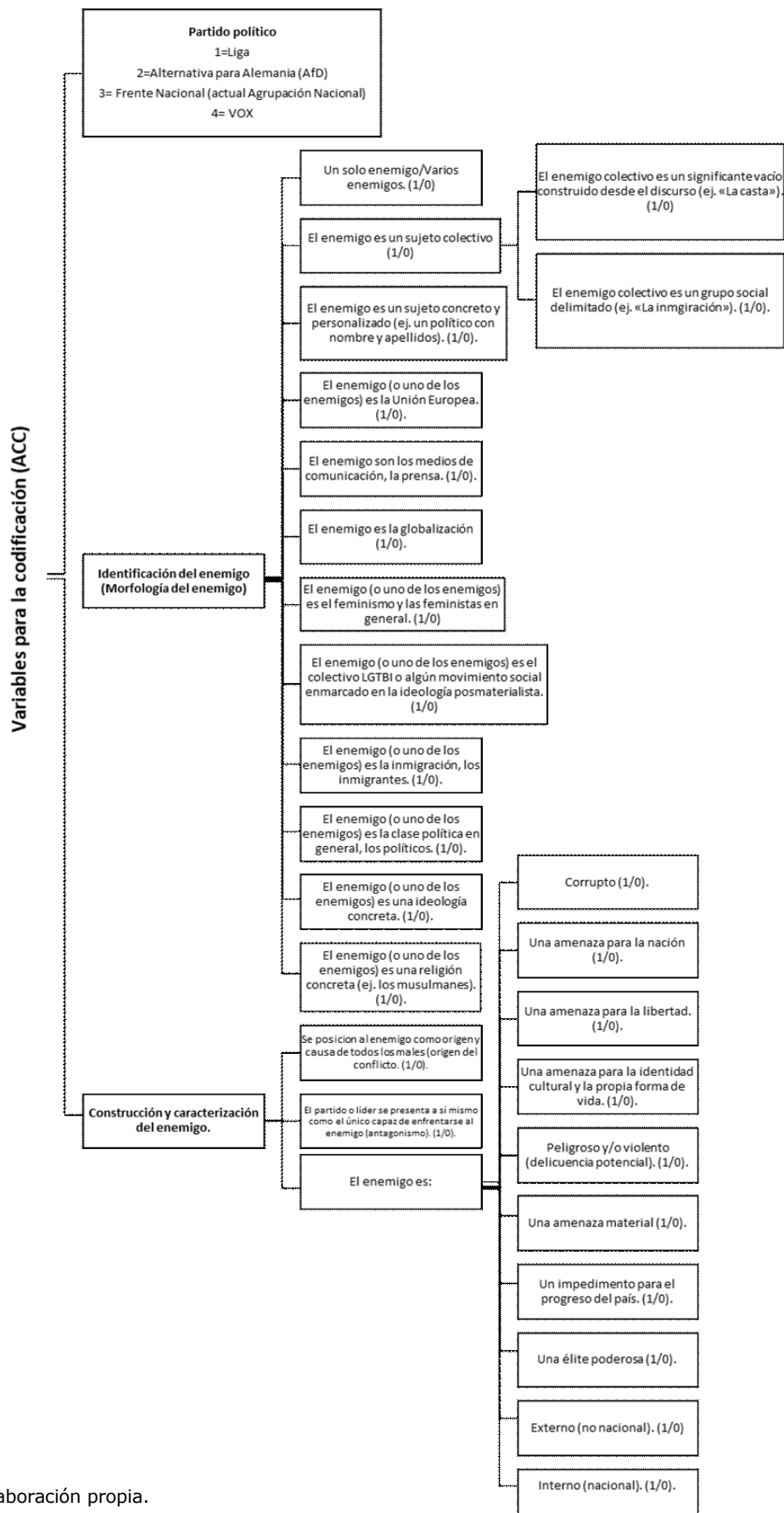
Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Corpus de spots analizados (continuación).

Partido	nº	Título	Fecha	Fuente
Agrupación Nacional [antiguo Frente Nacional] (Francia)	11	<i>Clip de campagne officielle Marine 2017</i>	05/02/17	https://www.youtube.com/watch?v=FYWnuQc5mYA&t=28s&ab_channel=MarineLePen
	12	<i>Clip de campagne officielle du 2nd tour Marine 2017</i>	04/05/17	https://www.youtube.com/watch?v=N6t5qjd01qA&ab_channel=MarineLePen
	13	<i>"J'ai besoin de Marine" Marine 2017</i>	26/02/17	https://www.youtube.com/watch?v=KfDD8fnm6bE&ab_channel=MarineLePen
	14	<i>Pour une Europe des nations!</i>	16/05/19	https://www.youtube.com/watch?v=uPIh50SRqyY
	15	<i>Campagne officielle élections Européennes. Clip du FN</i>	19/05/14	https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=77LePaROHAY&ab_channel=RassemblementNational
	VOX (España)	16	<i>VOTA VOX #AndalucíaporEspaña</i>	16/11/18
	17	<i>Se lo vamos a dejar muy claro a Pedro Sánchez</i>	19/09/19	https://www.youtube.com/watch?v=2Y1dvuvOTFg&ab_channel=VOXEspa%C3%B1a
	18	<i>Hitos de VOX en Cataluña</i>	12/02/21	https://www.youtube.com/watch?v=nI2vUyiaofk&ab_channel=VOXEspa%C3%B1a
	19	<i>Spot de Vox sobre la inmigración ilegal</i>	03/11/19	https://www.youtube.com/watch?v=rVmg1sLYF1I&ab_channel=EIIndependiente
	20	<i>¡La dictadura progre agoniza!</i>	26/04/19	https://www.youtube.com/watch?v=ZX9IOLoOyDs&feature=youtu.be&ab_channel=VOXEspa%C3%B1a

Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Resumen libro de códigos para el análisis de contenido. Dimensiones e indicadores



Fuente: elaboración propia.

5. Exposición de resultados y discusión

Presentamos los resultados de nuestro análisis de contenido en las tablas 3 y 4 ubicadas en el anexo.

La primera cuestión a tratar en la presente exposición de resultados es la identificación del enemigo (primera dimensión de análisis). Antes de entrar en particularidades, es necesario especificar que existe un enemigo en el que coinciden todos los partidos seleccionados: la inmigración (*enemigo fuera de la nación, pero dentro del Estado* atendiendo a la clasificación de Mudde, propio del componente nativista y xenófobo). Los inmigrantes, y aquellos que permiten «la entrada masiva de inmigrantes al país» son los enemigos que comparten tanto Alternativa para Alemania, como la Liga, Agrupación Nacional y VOX, según queda evidenciado en sus spots electorales recientes.

En el caso de la Liga, la inmigración aparece como un eje central en la construcción discursiva reciente del enemigo, tal y como reflejó Bontempo (2018). El marco mental que se evoca no es otro que el de la existencia de una invasión migratoria en Italia que perjudica al país. La idea-fuerza de invasión es un lugar común usado también por otras formaciones hermanas y resalta el carácter amenazante del enemigo. Una invasión es un proceso violento que supone la dominación de un territorio por parte de un agente externo, dominación asociada, habitualmente, a procesos de saqueo. Parece que los inmigrantes fueran para la Liga un ejército organizado dispuesto a controlar Italia, una imagen estudiadamente seleccionada para activar los instintos de supervivencia más básicos de los nacionales.

Imagen 1. Invasión migratoria.



Fuente: spot *Stavolta voto Lega* en YouTube.

La cuestión que más destaca a la hora de tratar la inmigración como enemigo del partido liderado por Matteo Salvini es el «chovinismo del bienestar». Se hacen constantes referencias a que la llegada de inmigrantes conduce al deterioro de los servicios públicos italianos, e incluso se dice que suponen una amenaza para el puesto de

trabajo de los italianos. El «chovinismo del bienestar», en palabras de Hernández-Carr (2011: 147), es una de las formas en las que la extrema derecha actual expresa su xenofobia. Aluden a los problemas materiales derivados de la inmigración en un intento de racionalización del problema, es decir, la oposición parte de los costes de la inmigración, o el hipotético deterioro de los servicios públicos que acarrea. El enemigo es, nuevamente, un agente externo que amenaza nuestro estatus y la posición chovinista permite activar a un elector no inquieto por la diferencia étnica, sino preocupado por su existencia material.

La Liga hace referencia constantemente a una situación económica catastrófica del país y por la que no se puede acoger a más inmigrantes. La relación entre economía e inmigración establece nexos causales explicativos y usa al enemigo como factor total. En ese sentido, destaca el propio uso de semblantes inmigrantes en el spot llamado "*Non venite in Italia, qui peggio del Burundi*" («No vengáis a Italia, es peor que Burundi»):

Quindi non illudetevi ormai L'Italia non puo' offrire piu' niente a nessuno. [...] L'Italia insieme alla Spagna e alla Grecia e' il paese piu' povero in Europa (spot nº5).

[En castellano]: Así que no te hagas ilusiones. Italia ya no puede ofrecer nada a nadie. [...] Italia, junto con España y Grecia, es el país más pobre de Europa (spot nº5).

Imagen 2. «No te hagas ilusiones».



Fuente: spot *Non venite in Italia, qui peggio del Burundi* en YouTube.

El otro enemigo discursivo destacado de la Liga, como era ciertamente previsible (ver Albertazzi, Giovannini y Seddone, 2018), es la Unión Europea. A esta organización supranacional se la presenta como una institución entrometida de la que proteger a los italianos (tipo "D" de enemigo en Mudde, componente antiglobalización). Un enemigo exterior que amenaza el progreso, la identidad y los valores de Italia. Además, se critica al euro como moneda y al sistema financiero internacional en general, reclamando a continuación un mayor autogobierno (Italia gobernada por los italianos). En esta retórica de autodeterminación se deja ver el pasado independentista norteamericano de la Liga. A su vez, de esto podemos leer una construcción de la globalización como enemigo.

Un paese che protegga gli italiani dall'europa dei burocrati dell'euro delle banche e della finanza e che difenda prima di tutto gli italiani" (spot nº3).

[En castellano]: Un país que proteja a los italianos de la Europa de los burócratas, del euro, de los bancos y de las finanzas, y que defienda en primer lugar a los italianos (spot nº3).

Es interesante observar en este partido la centralidad de la crítica hacia la famosa Ley Fornero (2011), una reforma precarizadora del sistema de pensiones italiano. En varios de los spots analizados, Salvini se posiciona como un abanderado de la lucha contra esta ley, lo que supone que encontremos en su discurso a un enemigo individual y concreto como sería en este caso la ex ministra Elsa Fornero (la precursora de este texto legal) o el Gobierno tecnócrata del momento liderado por Mario Monti. Estas críticas son completamente coherentes con las expresadas frente a la Unión Europea, pues este tipo de medidas de austeridad y recortes eran exigidas por la propia institución en un contexto de crisis financiera en todo el continente y de dominio de la ortodoxia económica neoliberal a la hora de decidir las políticas de respuesta a aplicar.

Finalmente, la cuestión más particular de la construcción del enemigo de la Liga sea la pervivencia de ciertos vestigios discursivos sobre su pasado como partido de ámbito territorial regional. Nos referimos a la presencia del Sur de Italia como enemigo, prácticamente inapreciable en la actualidad, pero persistente en los primeros spots de la serie temporal analizada. Se argumenta que la cotización de los trabajadores del Norte se ve desperdiciada por «el despilfarro» de los italianos del Sur (clásico eje Norte rico y trabajador vs. Sur pobre y vago). Es evidente que este clásico enemigo de la Liga desde su creación por Umberto Bossi en los años noventa se encuentra en fase de extinción y los «parásitos» son ahora de un «Sur todavía más al Sur».

Los resultados de Alternativa para Alemania (AfD), siguiendo en el mismo orden lógico de exposición que con el partido anterior, demuestran que la inmigración se ve como el gran enemigo central. Se alude a la necesidad de un mayor control de las fronteras porque, en caso contrario, «Alemania desaparecerá del mapa» (no puede entenderse esto sin recuperar a Hansen y Olsen (2019) y el impacto que la crisis de refugiados tuvo sobre el voto a AfD en 2017). Especialmente se trata el tema desde la óptica de la resistencia a la acogida de más refugiados, criticando así igualmente a la Unión Europea (conecta con el ideario de la Liga). También se construye al inmigrante como enemigo más desde el encuadre de la seguridad ciudadana, uniéndolo a la delincuencia, que desde un conflicto por los recursos del Estado del Bienestar (típico encuadre chovinista de la Liga y de Le Pen). La explicación de la diferente atribución al enemigo de formas de amenaza (material o física, laboral o corporal) que se hace en Italia y en Alemania reside en la fortaleza particular de los sistemas públicos de protección social de cada país. Además, AfD toma como enemigo más concreto, aunque relacionado con la inmigración, al islam, causante de un supuesto peligro para la liber-

tad de los alemanes. Del rostro mayormente genérico y sin credo del inmigrante de la Liga¹, en el caso alemán vemos una concreción de ese inmigrante a partir de una lucha cultural e identitaria (Doerr, 2021). Veamos extractos provenientes de sus spots:

Die illegale Öffnung der Grenzen - da war mir klar - hier läuft etwas schief! Wenn wir uns jetzt nicht trauen zu sagen: "Das ist unser Land - wir bestimmen hier!" Dann wird Deutschland von der Landkarte verschwinden (spot n°6).

[En castellano]: ¡Con la apertura ilegal de las fronteras me quedó claro que algo está fallando aquí! Si no nos atrevemos a decir ahora: «Este es nuestro país, nosotros decidimos aquí». Entonces Alemania desaparecerá del mapa (spot n°6).

Kein Land der Welt kann jährlich hunderttausende Zuwanderer alimentieren. Entweder hat Frau Merkel einen Goldesel oder sie veruntreut Deutsches Steuergeld. Eins von beidem. Frau Merkel hat keinen Goldesel doch einen Plan. Deshalb hält sie auch ihre Europaagenda geheim. Ich wette mit Ihnen, dass es nach der Wahl einen Schuldenschnitt Griechenlands gibt - zu Lasten der deutschen Bürger. Nicht mit der AfD! (spot n°6).

[En castellano]: Ningún país del mundo puede soportar cientos de miles de inmigrantes cada año. O Merkel tiene una vaca lechera o está malversando el dinero de los contribuyentes alemanes. Uno de los dos. Merkel no tiene una vaca lechera, pero sí tiene un plan. Por eso mantiene en secreto su agenda europea. Apuesto a que después de las elecciones habrá un recorte de la deuda griega a costa de los ciudadanos alemanes. ¡No con AfD! (spot n°6).

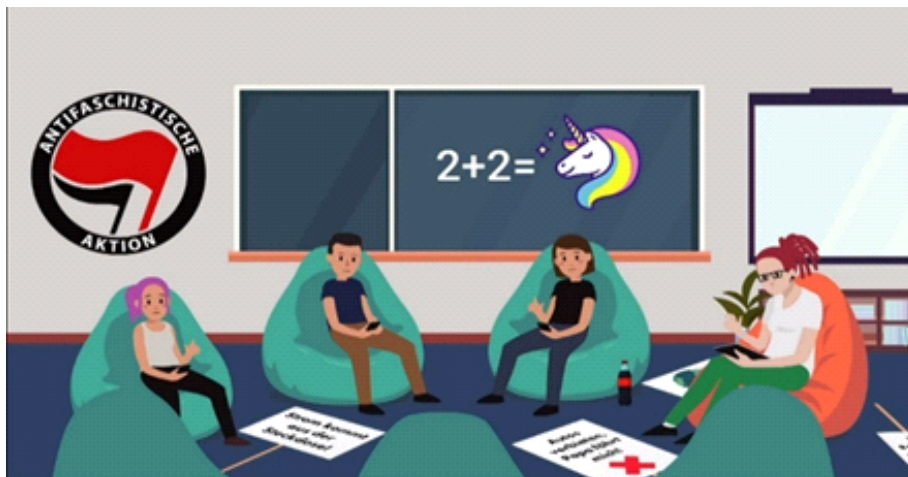
En este último literal podemos detectar la combinación de varios temas y enemigos. Por un lado, el ya comentado, la inmigración y, por otro, un sujeto concreto como es la canciller Angela Merkel, que se une a otro enemigo clave en la comunicación de AfD: la Unión Europea. Se sospecha, incluso llegando al nivel de la teoría de la conspiración, que Merkel malversará fondos para salvar a Grecia de su gran deuda con la Unión Europea y que esta malversación y acogida masiva de inmigrantes la pagarán los contribuyentes alemanes.

Siguiendo con la construcción de la Unión Europea como enemiga, además de la cuestión económica ya comentada, se denuncia fundamentalmente la limitación de la libertad causada por esta institución, poniendo como ejemplos el conocido artículo 13 de la directiva europea sobre el *copyright* o el no poder controlar las fronteras y aduanas de Alemania y Europa libremente (se trata de recuperar la autonomía, como proclamaba Salvini). Otro enemigo destacable de AfD es la extrema izquierda, una categoría ideológica amplia que aparece como espacio de conflicto por primera vez ya que, en el caso italiano, la pretendida transversalidad de Salvini impide, en ese momento, ataques concretos a ninguna ideología. En el discurso de AfD sí vemos una promoción del antagonismo con la extrema izquierda, a la que se califica como violenta y una amenaza para la seguridad y la integridad de los ciudadanos, así como del mobiliario público.

¹ Esta cuestión se argumenta en contexto comparado. Por supuesto la Liga parece tener como estrategia antagonizar con el islam, sin embargo, con nuestros resultados en la mano, si lo comparamos genéricamente con los casos de AfD, Agrupación Nacional o incluso VOX, esta construcción conflictiva es mucho más blanda.

Los últimos enemigos relevantes presentes en los spots de AfD se podrían agrupar bajo la categoría de «ideologías posmaterialistas». Del ecologismo se dice que es un peligro para miles de puestos de trabajo que dependen del diésel, pero también aparece el feminismo o la defensa de los derechos LGTBI como movimientos enemigos. La siguiente imagen muestra una escuela «adoctrinada e ideologizada» por la hegemonía de estas personas, algo que Alternativa quiere combatir, como también sucede con VOX en España y su propuesta de «pin parental».

Imagen 3. Adoctrinamiento en las escuelas (AfD).



Fuente: spot de AfD Elecciones 2021 en Baden-Württemberg en YouTube

Una vez revisados los spots de la Liga y de AfD, es el turno ahora de exponer los resultados obtenidos a partir del análisis de los spots de la Agrupación Nacional (el antiguo Frente Nacional) de Marine Le Pen. De este partido se ha concluido, nuevamente, que uno de sus principales enemigos es la inmigración. Se busca luchar contra lo que llaman la «inmigración masiva», fenómeno que unen, como AfD, a la delincuencia. Especialmente, se rechaza la acogida de inmigrantes por el «fundamentalismo islámico», en clara línea concordante con los postulados de AfD. La inmigración como enemigo en el caso de la Agrupación Nacional va ligada al islam como religión y como paradigma cultural, en relación con hallazgos previos como los llevados a cabo por Reggiani (2017). El especial impacto del terrorismo islamista en Francia hace que la caracterización del islam como gran enemigo nacional adquiera unos niveles de fortaleza en el caso francés no comparables con ninguno de los dos anteriores. La animadversión no es contra un inmigrante genérico, contra un extranjero cualquiera, sino que se focaliza en el inmigrante de cultura islámica que aparece como equivalente, de por sí, a cualquier fundamentalista.

La construcción antagonista de la inmigración se realiza desde la formación de Le Pen más por ser un enemigo ideológico que amenaza la libertad, la cultura y la forma de vida de los franceses (la identidad de una nación occidental y liberal moderna). En concreto, se enfatiza en cómo el islamismo supone una amenaza para los derechos de

las mujeres. La defensa de la igualdad de la mujer está muy presente en el discurso de Le Pen sobre inmigración y contrasta esta estrategia con el rechazo al feminismo tan frontal por parte de AfD:

Je suis une femme et comme femme je ressens comme une violence extrême les restrictions des libertés qui se multiplient dans tout notre pays à travers le développement du fondamentalisme islamiste (spot n°11).

[En castellano]: Soy mujer y como mujer siento la extrema violencia de las restricciones a las libertades que se multiplican en nuestro país por el desarrollo del fundamentalismo islámico (spot n°11).

Este aspecto se ve reforzado por la construcción de los inmigrantes como terroristas. La comisión de importantes atentados en tierras francesas es la carga probatoria del análisis catastrofista de la situación social en el país provocada por este enemigo de rostro musulmán. El partido argumenta que por culpa de aquellos que permiten la inmigración masiva, la violencia y el extremismo del fundamentalismo islámico aumentan cada vez más en Francia. Si bien el tratamiento de Le Pen de la inmigración como enemigo es especial en comparación con los demás partidos, porque se centra en la dimensión más ideológica y social del fenómeno migratorio como es la «consecuente restricción de derechos de las mujeres», no por ello se renuncia a incorporar la dimensión de la amenaza material, ya que también presenta el dualismo clásico entre dar trabajo a un francés frente a dárselo a un inmigrante. Es ante tal «caos» que Marine Le Pen se posiciona a sí misma como la única capaz de poner a «Francia en orden», la única capaz de combatir al enemigo (el conflicto antagonista refuerza los hiper-liderazgos).

La frase central de la campaña de Le Pen en las presidenciales de 2017, muy presente en los spots de esa campaña («poner a Francia en orden de nuevo»), rememora el famoso eslogan de Trump *Make America great again* («Hacer grande a América otra vez»), usado también por VOX en algunas ocasiones, como en las Elecciones Generales de junio de 2016. Estos eslóganes de tono épico intentan dibujar a los partidos como iniciativas heroicas y, en un mismo sentido, refuerzan la construcción del candidato como líder y salvación ante una situación catastrófica llena de «enemigos de la patria». Debe reseñarse que el concepto «recuperar» o «volver a lo de antes» es una pulsión destacada en cualquier proyecto nacional-populista. La aspiración a recuperar un orden perdido, una grandeza nacional marchitada, es un hilo conductor común en estos discursos y una evidencia del cariz autoritario característico de la derecha radical (Ferreira, 2019).

Ante la situación que vive Francia, Le Pen, por ejemplo, propone intensificar los valores laicos y republicanos (un valor-consenso en la sociedad francesa) y la protección de Francia en un momento anímico de debilidad tras una crisis económica y constantes amenazas en materia de seguridad internacional.

Imagen 4. «Quiero volver a poner a Francia en orden».

Fuente: spot de Agrupación Nacional elecciones 2017 en *YouTube*.

En el siguiente fragmento podemos detectar cómo el antiguo Frente Nacional propone otro combate, en este caso contra el comunitarismo. Una vez más se construye como enemigo a la Unión Europea. La forma en la que lo realiza el partido francés es argumentando que el euro es una moneda débil que perjudica el poder adquisitivo de los franceses, y que las empresas francesas son incapaces de competir internacionalmente ante la competencia desleal de las empresas de fuera (componente nativista). Un enemigo muy evidente en esta línea lógica es la globalización, de la que dicen que hay que proteger a los franceses emprendedores que ven perjudicados sus ingresos por esta competencia desleal ya comentada.

Moi, je vous propose clairement de choisir la France. Choisir la France, c'est retrouver notre indépendance, protéger notre mode de vie et refuser l'immigration massive, le communautarisme et le fondamentalisme islamiste. C'est permettre le respect d'une laïcité ferme et défendre les droits des femmes. C'est aussi mener une lutte implacable contre le terrorisme et l'insécurité quotidienne (spot n°12).

[En castellano]: Yo, por mi parte, le propongo claramente que elija Francia. Elegir a Francia significa recuperar nuestra independencia, proteger nuestro modo de vida y rechazar la inmigración masiva, el comunitarismo y el fundamentalismo islámico. Es permitir el respeto de un laicismo firme y defender los derechos de las mujeres. También significa luchar sin tregua contra el terrorismo y la inseguridad cotidiana (spot n°12).

El último enemigo presente en el imaginario de Le Pen es la clase política tradicional en general, el bipartidismo francés (tipo de enemigo "A" en Mudde, la élite nacional). En este enemigo se deja ver un componente populista y antielitista profundo (Mellón y Hernández-Carr, 2016). Uno de los recursos empleados en los spots es unir la figura de Macron a la de Hollande (a los que se caricaturiza como «el quinquenio Macron-Hollande») y por lo que en 2014 se criticaba por igual a dos partidos aparentemente diferentes como eran el Partido Socialista Francés y la Unión por un Movimiento Popular. En el Frente Nacional el discurso contra el *establishment* alcanza un grado de centralidad similar al presente en la estrategia de Steve Bannon para Trump.

Con respecto al partido español VOX comenzamos observando una presencia destacada de la inmigración como enemigo. No obstante, la forma en la que caracterizan a dicho enemigo es principalmente relacionándolo con la delincuencia y el coste económico (la batalla cultural es supletoria de momento, aunque no está ausente):

¿De verdad se creen ustedes capaces de convencer a los españoles de que las decenas de inmigrantes ilegales no tienen nada que ver con este nuevo tipo de agresiones, con el aumento de agresiones contra las mujeres, contra los homosexuales o con las mafias del comercio ilegal que arruinan a nuestros pequeños comerciantes? Abandonen de una vez este disparate disfrazado de falsa caridad y protejan a los españoles (spot nº19).

De nuevo, el marco relacionado con la acción de «proteger» es incorporado al mensaje político, esta vez por VOX. El mensaje respecto a la delincuencia de los inmigrantes se enuncia a través del uso de la técnica conocida como triangulación (Morris, 1999), mediante la cual se hacen propios *issues* típicos de la izquierda como la violencia de género. Sin embargo, como veremos después, el caso de VOX está lejano al de Marine Le Pen, pues el feminismo es un enemigo declarado del partido. Es de esta forma como pretenden quitarle la carga masculina a la violencia contra la mujer y otorgarle una esencia racial o migratoria.

Imágenes 5 y 6. Inmigración en VOX.



Fuente: spot de VOX sobre inmigración ilegal en *YouTube*.

El otro enemigo consustancial de VOX son los independentistas catalanes, un enemigo que le va a diferenciar del resto de formaciones por la singular influencia que el proceso secesionista catalán ha tenido en la política española desde 2015 (ver Balinhas, 2020). La problemática territorial en España representa uno de los temas que VOX utiliza para construir a sus enemigos y para destacar su defensa de España como nación cultural homogénea y territorio indisoluble. A los independentistas, a los que también se les llama «golpistas», se les considera desde el partido de Abascal una amenaza para la nación, corruptos, delincuentes (peligrosos), una amenaza para el progreso del país, e incluso para la libertad, por el «adoctrinamiento» en las escuelas y a través de la televisión.

Otra cuestión diferencial de VOX que contrasta con los demás partidos analizados es la no consideración de la Unión Europea como un enemigo tan prevalente. Aun cuando para el resto de partidos la Unión Europea es un lugar común en sus enfrentamientos

tos discursivos, el caso de VOX parece ser distinto, probablemente por el consenso existente en España acerca de la utilidad de la Unión Europea. Mientras las otras formaciones extremistas analizadas se atreven a criticar el euro, VOX no llega ni a mencionarlo.

Imagen 7. «Recuperemos Cataluña. Recuperem Espanya».



Fuente: spot «Hitos de VOX en Cataluña» en *YouTube*.

Por su parte, el gran enemigo concreto del partido de Abascal es el PSOE, a quien se acusa de formar un Gobierno totalitario y corrupto, y a quien se le responsabiliza directamente de todos los males de España²:

Corrupción, despilfarro, desigualdad, libertades amenazadas, inmigración ilegal, fronteras desprotegidas, desempleo... Esta es la Andalucía fruto de 40 años de socialismo. Ha llegado el momento de que Andalucía recupere su voz, su orgullo y dignidad para dejar de ser el furgón de cola de España (spot nº15).

La última evidencia recabada de VOX, que también lo posiciona como diferente frente a alguno de los otros partidos, es la importancia que confiere al feminismo en la articulación de sus dialécticas conflictivas. Cabe recordar que, como se indicó anteriormente, AfD también hace referencia al feminismo como enemigo, pero en el caso de VOX se intensifica y concretiza este enemigo. El movimiento feminista es apodado como «ideología de género», y categorizado con el significante vacío de «los progres» (uniéndolo al movimiento LGTBIQ+ y a la ideología de izquierdas en general). Se le considera desde VOX al feminismo una amenaza para la libertad de los españoles por su influencia en la educación de los niños dentro de unas escuelas «ideologizadas», y también una amenaza para los recursos públicos de España porque dan lugar a la creación de «chiringuitos» institucionales que malgastarían el dinero público.

² En los últimos tiempos VOX ha utilizado el significante «socialcomunismo» para designar al bloque de partidos de izquierdas que apoyan a Moncloa. Recuerda a uno de los originarios conflictos abanderados por Jean-Marie Le Pen (Reggiani, 2017).

Es importante tener en cuenta en este punto que VOX se posiciona contra el término «violencia machista» o «violencia de género», pues niegan que exista una influencia del género en estos procesos. Asimismo, VOX ha convertido en medida estrella su propuesta de derogación de la Ley Orgánica 1/2004 de medidas de protección integral contra la violencia de género. El feminismo y los valores posmaterialistas, a diferencia de lo que sucede con Le Pen, se convierten en uno de los grandes enemigos del partido de Abascal:

Progres que se piensan que el obrero está preocupado con el heteropatriarcado. Que se piensan que el agricultor, que el hombre del campo, está preocupado con el lenguaje inclusivo. O que el estudiante está preocupado con la custodia compartida de las mascotas (custodia compartida que luego no defienden para los niños). La gran ventaja que tenemos para derrotar a la dictadura progre es que han perdido la cabeza definitivamente, que se enfrentan al sentido común (spot nº 20).

6. Conclusiones

Tal y como hemos podido relatar a lo largo de esta investigación, la construcción del enemigo por parte de la derecha radical europea no aparenta ser totalmente uniforme, pero sí describe convergencias trascendentales que demuestran una unidad ideológica de acción más allá del ámbito nacional. Es posible pautar, por tanto, algunas características comunes al mismo tiempo que destacan las principales particularidades de cada uno de los partidos.

No obstante, antes de presentar estas convergencias y distinciones, procede ubicar estas conclusiones en su contexto académico. La gran obra de Mudde (2007) alrededor de la cual esta investigación ha pivotado, en lo referente a la construcción del enemigo de la derecha radical, apunta teóricamente y bien justificados distintos tipos de enemigos, lo que abre la puerta a estudios como el nuestro, eminentemente empíricos y que busquen aplicar su gran aportación teórica. En este sentido, gracias a nuestra investigación en particular, además de lo averiguado sobre los casos estudiados, hemos podido constatar la aplicabilidad del texto de Mudde en los principales casos de la ola de derecha radical que hemos vivido en la última década.

Así pues, la primera gran convergencia entre todos los partidos es la construcción antagonista de la inmigración como uno de los ejes centrales del discurso. El llamado por Mudde (2007) enemigo “fuera de la nación, pero dentro del Estado (B)” es usado por todos los partidos de la derecha radical analizados a lo largo de nuestro estudio, bien para defender un «chovinismo del bienestar» contrapuesto al enemigo externo no nacional, bien para usar la delincuencia y la inseguridad. El componente nativista y xenófobo aparece como mínimo común denominador, por encima del populismo y del antiglobalismo. En este relato hay ciertos matices: la Agrupación Nacional de Le Pen se centra más en el islam como forma de vida radical y amenaza identitaria, lo que le permite presentar una imagen más amable. VOX, por el contrario, prefiere, seguir in-

ciendo en la delincuencia común y no tanto en la gran lucha de civilizaciones para instalar su relato antiinmigración. Más allá de estos matices, la inmigración es, en resumen, el enemigo referencial de esta derecha radical europea.

La segunda convergencia no ocurre en todos los partidos. Se trata de la identificación de la Unión Europea como enemiga distinguida. Todos, a excepción de VOX, coinciden en que lo es, fundamentalmente porque critican el euro como moneda común, la falta de libertad nacional, la «invasión migratoria» por ella fomentada, e incluso la competencia desleal a nivel empresarial. Sin embargo, en VOX no es posible identificar por el momento un discurso tan conflictivo frente a Europa. La razón por la que el euroescepticismo no ha llegado a España, a pesar de ciertos intentos, ni siquiera de la mano de la derecha radical, podría responder a que en el imaginario colectivo de los ciudadanos españoles la Unión Europea se asocia a cierta prosperidad nacional, algo que probablemente limita las posibilidades de antagonismo. La historia nacional, como memoria intergeneracional aprendida, limita las posibilidades de articulación conflictiva.

Por otro lado, se ve interesante destacar algunas de las particularidades de los partidos analizados, que dependen de su contexto nacional. La primera es la cuestión territorial de España, que hace que uno de los enemigos constituyentes de VOX sean los independentistas catalanes, y la siguiente es, del mismo partido, la centralidad en la construcción discursiva del feminismo y el colectivo LGTBI como enemigos. Esto último no le distingue demasiado de AfD, teniendo en cuenta que estos también critican a los movimientos «posmaterialistas» por el «adoctrinamiento», pero sí que diferencia radicalmente al partido español de su «análogo» francés, la Agrupación Nacional. El partido de Le Pen hace continuas referencias a que la candidata es mujer, sosteniendo que sufre más los peligros del fundamentalismo islámico por su condición. En contraposición, VOX está en otra senda discursiva, negando la violencia de género y luchando contra lo que denominan «la ideología de género». Es también relevante señalar que tanto Agrupación Nacional como la Liga realizan continuas referencias a que el país tiene derecho a conservar un aire limpio, es decir, que apuntan al ecologismo y a la lucha contra la contaminación. Mientras, desde AfD se choca frontalmente con el movimiento ecologista pues literalmente defiende la producción del diésel, de la que dicen, «dependen miles de puestos de trabajo».

En suma, se ha constatado un protagonismo crucial en el discurso de estos partidos del elemento conflictivo y antagónico. Aunque en este sentido se confirmen las aportaciones de Mudde (2007) en cuanto a cuáles son los enemigos esenciales, pues se ha establecido como patrón común la construcción de la inmigración como enemigo (componente nativista-xenófobo), y se han usado usualmente los componentes popu-

lista y antiglobalización (a excepción este último del caso español), no se encuentra presencia de rasgos anticosmopolitas y, además, las posturas respecto a otros colectivos difieren según la cultura política de cada país.

7. Referencias bibliográficas

- Albertazzi, Daniele, Arianna Giovannini y Antonella Seddone (2018). No regionalism please, we are Leghisti! The transformation of the Italian Lega Nord under the leadership of Matteo Salvini. *Regional & Federal Studies*, 28 (5), 645-671. <https://doi.org/10.1080/13597566.2018.1512977>.
- Álvarez-Benavides, Antonio y Francisco Jiménez Aguilar (2021). La contraprogramación cultural de Vox: secularización, género y antifeminismo. *Política y Sociedad*, 58(2), e62099. <https://dx.doi.org/10.5209/poso.74486>.
- Antón-Mellón, Joan y Aitor Hernández-Carr (2016). El crecimiento electoral de la derecha radical populista en Europa: parámetros ideológicos y motivaciones sociales. *Política y Sociedad*, 53 (1), 17-28. https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n1.48456
- Arroyo Menéndez, Millán (2020). Las causas del apoyo electoral a VOX en España. *Política y Sociedad*, 57(3), 693-717. <https://doi.org/10.5209/poso.69206>
- Arzheimer, Kai y Carl C. Berning (2019). How the Alternative for Germany (AfD) and their voters veered to the radical right, 2013–2017. *Electoral Studies*, 60, 102040. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2019.04.004>.
- Balinhas, Daniel (2020). Populismo y nacionalismo en la “nueva” derecha radical española. *Pensamiento al margen*, 13, 69-88.
- Bastow, Steve (2018) The Front national under Marine Le Pen: a mainstream political party? *French Politics*, 16(1), 19-37. <https://doi.org/10.1057/s41253-017-0052-7>
- Bernárdez-Rodal, Asunción; Paula Requeijo Rey y Yanna G. Franco (2020). Radical right parties and anti-feminist speech on Instagram: VOX and the 2019 Spanish general election. *Party Politics*, october. <https://doi.org/10.1177/1354068820968839>.
- Bontempo, Tomás (2018). La otredad en la política europea. *Revista Bordes*, 3(9), 163-166.
- Crespo, Ismael (2015). ¿Cómo cambia la comunicación política? Reflexiones y tendencias a partir de las experiencias de América Latina. *Revista Democracias*, 3, 155-184.
- D’Adamo, Orlando y Virginia García Beaudoux (2016). Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión. *Comunicación y Hombre*, 12, 23-39.
- Derrida, Jacques (1998). *Políticas de la amistad seguido de El oído de Heidegger*. Trotta.
- Díaz Herrera, Claudio (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista Universum. *Revista General de Información y Documentación*, 28(1), 119-142. <http://dx.doi.org/10.5209/RGID.60813>

Doerr, Nicole. 2021. The Visual Politics of the Alternative for Germany (AfD): Anti-Islam, Ethno-Nationalism, and Gendered Images. *Social Sciences*, 10(20), 1-15. <https://doi.org/10.3390/socsci10010020>.

Eco, Umberto (2011). *Construir al enemigo*. Lumen.

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

García Beaudoux, Virginia; Orlando D'Adamo y Gabriel Slavinsky (2016). Anuncio político televisivo. En I. Crespo, O. D'Adamo y A. Mora (coords.), *Diccionario enciclopédico de Comunicación política* (pp. 34-37). Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Grimm, Robert (2015). The Rise of the German Eurosceptic Party Alternative für Deutschland, between Ordoliberal Critique and Power Anxiety. *International Political Science Review*, 36 (3), 264-278. <https://doi.org/10.1177/0192512115575384>

Hansen, Michael A. y Jonathan Olsen (2019). Flesh of the Same Flesh: A Study of Voters for the Alternative for Germany (AfD) in the 2017 Federal Election. *German Politics*, 28(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/09644008.2018.1509312>.

Hernández-Carr, Aitor (2011). La derecha radical populista en Europa: discurso, electorado y explicaciones. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 136(1), 141-159.

Hobsbawm, Eric (2000). La izquierda y la política de la identidad. *New Left Review*, 24, 114-125.

Hutchins, Rachel D. y Daphne Halikiopoulou (2020). Enemies of liberty? Nationalism, immigration, and the framing of terrorism in the agenda of the Front National. *Nations and Nationalism*, 26(1), 67-84. <https://doi.org/10.1111/nana.12555>.

Laclau, Ernesto (2005). *La razón populista*. Fondo de Cultura Económica.

Longo, Michael (2016). Italy's Lega Nord: Changing Poses in a Shifting National and European landscape. *Australia and New Zealand Journal of European Studies*, 8(1), 16-30. <https://doi.org/10.30722/anzjes.vol8.iss1.15156>.

McDevitt, Michael y Patrick Ferrucci (2017). Populism, journalism, and the limits of reflexivity: The case of Donald J. Trump. *Journalism Studies*, 19(4), 512-526. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2017.13865863>

Milne, Seumas (2018). *El enemigo interior. La guerra secreta contra los mineros*. Alianza.

Molina, Julián y Grosser, Vedia (2008). La construcción del "pueblo", según Laclau. *La lámpara de Diógenes Revista de filosofía*, 16, 137-157.

Morris, Dick (1999). *El nuevo Príncipe*. El Ateneo.

Mudde, Cas (2007). *Populist radical right parties in Europe*. Cambridge University Press.

Ortiz Barquero, Pablo (2019). The Electoral Breakthrough of the Radical Right in Spain: Correlates of Electoral Support for VOX in Andalusia (2018). *Genealogy*, 3(4), 72. <https://doi.org/10.3390/genealogy3040072>

Reggiani, Andrés (2017). Persistencia y mutaciones de la extrema derecha francesa. *Nueva Sociedad*, 270, 72-82.

Sarasqueta, Gonzalo (2020). Anatomía del relato político: conceptualización, funciones y piezas de una herramienta comunicacional estratégica. El caso del presidente Mauricio Macri (2015-2018). *Política y Sociedad*, 57(3), 821-841. <https://doi.org/10.5209/poso.67224>

Simmel, Georg (2010). *El conflicto. Sociología del antagonismo*. Sequitur.

Smith, David Norman (1996). The social construction of enemies: Jews and the representation of evil. *Sociological Theory*, 14(3), 203-240.

Stockemer, Daniel y Barisione, Mauro (2017). The 'new' discourse of the Front National under Marine Le Pen: A slight change with a big impact. *European Journal of Communication*, 32(2), 1-16. <https://doi.org/10.1177/0267323116680132>.

Žižek, Slavoj (2011). *El acoso de las fantasías*. Akal.





8. Anexo

Tabla 3. Presencia de indicadores de la dimensión “identificación del enemigo”.

Partido político	Spot	I-4	I-5	I-5.1	I-5.2	I-6	I-7	I-8	I-9	I-10	I-11	I-12	I-13	I-14	I-15
	Sp1	✓	✓		✓	✓						✓			
	Sp2	✓	✓		✓							✓	✓		
	Sp3	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓			
	Sp4	✓	✓		✓	✓						✓			
	Sp5	✓	✓		✓							✓			
	Sp6	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓			
	Sp7	✓	✓		✓				✓			✓			
	Sp8	✓	✓		✓						✓	✓	✓	✓	✓
	Sp9	✓	✓		✓					✓	✓	✓		✓	
	Sp10	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓			
	Sp11	✓	✓		✓				✓			✓	✓		✓
	Sp12	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓		✓	✓
	Sp13	✓	✓		✓		✓					✓			
	Sp14	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓			
	Sp15	✓	✓		✓	✓	✓		✓			✓	✓		
	Sp16	✓	✓		✓	✓						✓	✓	✓	✓
	Sp17	✓				✓								✓	
	Sp18	✓	✓		✓	✓						✓	✓	✓	✓
	Sp19	✓	✓		✓							✓			
	Sp20	✓	✓	✓						✓	✓		✓		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Presencia de indicadores de la dimensión «construcción y caracterización del enemigo».

Partido político	Spot	I-16	I-17	I-18.1	I-18.2	I-18.3	I-18.4	I-18.5	I-18.6	I-18.7	I-18.8	I-18.9	I-18.10	I-18.11
	Sp1		✓		✓		✓						✓	
	Sp2		✓		✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓
	Sp3				✓		✓	✓			✓		✓	
	Sp4												✓	✓
	Sp5		✓		✓			✓		✓	✓		✓	
	Sp6	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓		✓	✓
	Sp7		✓		✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓
	Sp8	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	Sp9	✓	✓					✓		✓	✓		✓	✓
	Sp10	✓	✓		✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓
	Sp11	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	Sp12	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	Sp13		✓		✓		✓	✓	✓	✓			✓	✓
	Sp14	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓
	Sp15	✓	✓		✓			✓		✓	✓	✓	✓	✓
	Sp16	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
	Sp17	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓			✓
	Sp18	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Sp19	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
	Sp20	✓	✓			✓	✓	✓	✓					✓

Fuente: elaboración propia.