

# EL DISCURSO FATALISTA SOBRE LA INMIGRACIÓN EN “FRONTERAS SEGURAS” DE VOX. UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ANÁLISIS DE MENSAJES PROPAGANDÍSTICOS

SARA REBOLLO-BUENO\*  
Universidad de Sevilla  
srebollo@us.es

Recibido: 28 de abril del 2023 / Aceptado: 21 de septiembre del 2023  
doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2023.n40.6389>

**RESUMEN.** El mecanismo del fatalismo ha tomado importancia en las sociedades occidentales, en tanto la cultura del miedo y la sociedad del riesgo consiguen que las amenazas se perciban como omnipresentes. Este mecanismo pretende mostrar un contexto que se caracteriza por el peligro, la incertidumbre, la inseguridad y el miedo, lo cual da una visión del mundo oscura, terrorífica y pesimista, algo que podría ser beneficioso para algunos actores sociales. Ante esto, el presente trabajo aporta una propuesta metodológica que tiene como base el análisis crítico del discurso y de los aspectos activadores del fatalismo. Así, se pretende determinar si un discurso tiene la intencionalidad de crear/reflejar esa atmósfera marcada por el miedo y cómo el componente escrito/hablado, así como el componente sonoro y el visual operan para construir dicha atmósfera. Para ello, se realiza una explicación acerca de la hoja de análisis creada, así como de su aplicabilidad a un caso de estudio centrado en el discurso sobre la inmigración del partido político Vox en YouTube. Algunas de las conclusiones que se han obtenido son el uso de la incertidumbre y la incontrolabilidad como ejes del fatalismo, así como el posicionamiento maniqueo que deriva del uso de la estrategia del salvador.

**PALABRAS CLAVE:** fatalismo / miedo / propaganda / metodología / Vox

---

\* Magíster en Comunicación Política e Institucional por la Universidad de Sevilla, España (véase: <https://orcid.org/0000-0001-8179-6562>).

## THE FATALISTIC DISCOURSE ON IMMIGRATION IN “SECURE BORDERS”. A METHODOLOGICAL PROPOSAL FOR THE ANALYSIS OF PROPAGANDISTIC MESSAGES

**ABSTRACT.** Fatalism has gained importance in Western societies, as the culture of fear and the risk society make threats appear omnipresent. It portrays a context characterized by danger, uncertainty, insecurity, and fear, providing a dark, terrifying, and pessimistic view of the world that could benefit certain social actors. In response, the present work proposes a methodological approach based on the critical analysis of discourse and the activating aspects of fatalism to determine whether a discourse intends to create/reflect an atmosphere marked by fear and how the written/spoken component, as well as the audiovisual components, operate to construct such an atmosphere. The article presents an analysis sheet and explains its applicability to a case study on the discourse about immigration by the political party Vox on YouTube. Some of the conclusions include the resort to uncertainty and uncontrollability as axes of fatalism, as well as the Manichaeian positioning that arises from using the savior strategy.

**KEYWORDS:** fatalism / fear / propaganda / methodology / Vox

## O DISCURSO FATALISTA SOBRE A IMIGRAÇÃO EM “FRONTEIRAS SEGURAS” DE VOX. UMA PROPOSTA METODOLÓGICA PARA A ANÁLISE DE MENSAGENS PROPAGANDÍSTICAS

**RESUMO.** O mecanismo do fatalismo tornou-se importante nas sociedades ocidentais, uma vez que a cultura do medo e a sociedade de risco fazem com que as ameaças sejam vistas como onipresentes. Este mecanismo pretende mostrar um contexto caracterizado pelo perigo, pela incerteza, pela insegurança e pelo medo, o que confere uma visão sombria, aterradora e pessimista do mundo, algo que pode ser benéfico para alguns atores sociais. Neste sentido, o presente trabalho apresenta uma proposta metodológica baseada na análise crítica do discurso e dos aspectos ativadores do fatalismo. Assim, o objetivo de determinar se um discurso tem a intencionalidade de criar/refratar essa atmosfera marcada pelo medo e como a componente escrita/fala, bem como as componentes sonora e visual operam para construir essa atmosfera. Para isso, apresenta-se uma explicação da folha de análise criada e da sua aplicabilidade a um estudo de caso centrado no discurso sobre imigração do partido político Vox no YouTube. Algumas das conclusões obtidas são o uso da incerteza e do descontrole como eixos do fatalismo, bem como o posicionamento maniqueísta que decorre da utilização da estratégia do salvador.

**PALAVRAS-CHAVE:** fatalismo / medo / propaganda / metodologia / Vox

## INTRODUCCIÓN

Los atentados del 11 de septiembre de 2001 fueron un punto de inflexión en Occidente, pues la inseguridad se apoderó de las sociedades que antes se veían protegidas de amenazas exteriores (Salvador, 2015). Esto implantó la conocida como cultura del miedo (Furedi, 2018) y la sociedad del riesgo (Beck, 2008), conceptos que aluden a la percepción constante de inseguridad de la población: las amenazas siempre acechan. Esto afecta tanto a nivel individual como social, pues el miedo acaba por apoderarse de todos y, por ende, los ciudadanos asumen el papel de víctimas, creando una realidad social y cultural (Farré Coma, 2005).

Ante esto, y conociendo que el miedo es una emoción primaria relacionada con la supervivencia del individuo (Marks, 1991; Sarráis, 2014), no es de extrañar que se intente instrumentalizarla con el objetivo de sacar rédito de algún tipo. Esto se debe a la propia idiosincrasia de dicha emoción, pues el miedo conlleva un riesgo/amenaza (Rey & Rincón, 2008). Así, otorgar seguridad se convierte en un argumento propagandístico a tener en cuenta, pues se materializa en la estrategia del salvador, es decir, ante el miedo y la inseguridad, el emisor es el protector (Catalán, 2018; Charaudeau, 2010; Eggs, 2011; Jiménez, 2017). No se debe soslayar que autores como Farré Coma (2005) exponen que el riesgo puede ser entendido como una realidad epistemológica, por lo que "existe sólo cuando lo reconocemos como tal" (2005, p. 103). Por ello, esta emoción ha sido estudiada como recurso propagandístico en trabajos como el de Salazar (2009) o Altheide (2017); al fin y al cabo, la propaganda es un fenómeno comunicativo cuyo emisor pretende mantener, reforzar o conseguir el poder (Pineda, 2006, p. 228).

Sabiendo esto, para erigirse como los salvadores, los emisores de los mensajes propagandísticos primero deben plantear o, al menos, alimentar una situación que genere inseguridad y miedo, lo cual está relacionado con el concepto de fatalismo. Este es un mecanismo, explica Castells (2010), con el que se pretende caracterizar el contexto como peligroso, inseguro e incierto. Esto se vincula con la propaganda política, pues los fatalismos pueden ser de utilidad para generar ese ambiente que requiere protección: "Incertidumbre, inseguridad, resignación, conformidad, apatía: todas esas maneras de afrontar la realidad nos sitúan ... en la égida del fatalismo" (Blanco & Díaz, 2007, p. 552). Ante esto, el presente trabajo pretende aportar una propuesta metodológica para estudiar el fatalismo en los discursos propagandísticos, cuya aplicabilidad se mostrará a través de un estudio de caso, creando así una aproximación para validar la herramienta.

### El fatalismo como mecanismo

Bauman (2021) ya aventuraba que las expectativas sobre la modernidad se centraban, entre otras cosas, en dejar atrás los miedos y la inseguridad. Sin embargo, la fatalidad —"esa gran incubadora de temores" (p. 11)—, ha acabado siendo parte de la cotidianidad de las sociedades y existe: "la fundada sospecha de que la controlabilidad, la certidumbre

y la seguridad han empezado a abandonar el estado de ánimo de los principales protagonistas y máximos beneficiarios de la modernidad” (Blanco & Díaz, 2007, p. 552). Además, las épocas de crisis alimentan el fenómeno del fatalismo (Vallejo Martín et al., 2016). Si atendemos a las últimas décadas, muchos países desarrollados han concatenado crisis de distinta índole: económicas, políticas, institucionales e, incluso, sanitarias, como la acontecida por la pandemia provocada por el COVID-19.

Por lo tanto, los individuos se encuentran en un estado de alerta continuo, midiendo y evaluando posibles amenazas (riesgos potenciales) (Bauman, 2021). Esta alerta y el poco conocimiento sobre las fuentes reales de las amenazas pueden provocar que, tanto los peligros como los miedos, sean cada vez más difusos e invisibles y, por tanto, más temibles (Farré Coma, 2005). Bauman afirmaba que el desconocimiento y el temor tienen un vínculo estrecho por el que se retroalimentan, pues el miedo “es el nombre que le damos a nuestra incertidumbre: a nuestra ignorancia con respecto a la amenaza y a lo que hay que hacer” (Bauman, 2021, p. 10).

Si bien la consecuencia principal es el intento de los individuos y las sociedades por mermar ese miedo (Farré Coma, 2005), esta emoción genera pasividad (Pratkanis & Aronson, 1994). Por lo tanto, resulta más fácil que la ciudadanía asuma las medidas que se les ofrecen para paliar su inseguridad, es decir, la situación fatídica que se les describe (Catalán, 2018). De hecho, esta pasividad provoca que el fatalismo se pueda entender desde dos perspectivas diferentes (Vallejo Martín et al., 2016). La primera es una perspectiva colectiva en la que el mecanismo se concibe como el desarrollo de una actitud pasiva que tiende a la sumisión por parte de los receptores, dejando lo que suceda en manos “de un ser superior o del destino” (2016, p. 3). La segunda, si acudimos a la concepción individual, se trata de un mecanismo de los sujetos para adaptarse a un entorno hostil, donde los riesgos pueden suponer la pérdida de lo preciado. Esta segunda concepción es interesante, pues aventura que serían las sociedades desarrolladas y, al mismo tiempo, las más individualistas, aquellas en las que el fatalismo funciona mejor (Bauman, 2021; Blanco & Díaz, 2007; Castells, 2010). En definitiva, el fatalismo tiene consecuencias individuales y sociales, pues para solventar la inseguridad, la incertidumbre y el miedo de los individuos, se toman decisiones pasivas a nivel social. Estas decisiones se convierten en el caldo de cultivo para mensajes propagandísticos.

### **Fatalismo, riesgo y miedo en la propaganda**

Las emociones desempeñan un papel predominante en la propaganda política (Brown, 1995; Huici, 2017), erigiéndose el miedo como una de las más poderosas (Furedi, 2018; Marks, 1991). Así, mostrando el mundo a través del fatalismo y, en última instancia, mediante el miedo, aquellas personas que terminen asumiendo esos discursos “recurrirá[n] de forma rutinaria (incluso en ausencia de una amenaza auténtica) a respuestas propias de un encuentro cara a cara con el peligro; el ‘miedo derivativo’” (Bauman, 2021, p. 12). Por

ejemplo, Farré Coma (2005) ha identificado el tratamiento que reciben las noticias de los medios de comunicación de masas cuando hacen referencias a amenazas y/o peligros: (1) aluden a acontecimientos novedosos, (2) presentan lo dramático y conflictivo en lugares/momentos familiares para la audiencia y (3) utilizan la personalización.

Estos discursos tienen consecuencias, como la exclusión social de los "otros", la cual deriva en racismo y xenofobia al considerar al exogrupo como el peligro: el mal, correspondiente a la estrategia propagandística del maniqueísmo (Arias Maldonado, 2016; Catalán, 2018; Huici, 2017). Por esto, el uso del miedo y, por deducción, el fatalismo, acaban por convertirse en un caldo de cultivo para la proliferación de partidos de extrema derecha, los cuales, en pro de enaltecer la identidad nacional, utilizan el miedo para su destrucción (Aguilera-Carnerero, 2022; Desviat, 2020). Sin embargo, no se debe soslayar el hecho de que partidos de otros posicionamientos políticos puedan también realizar este tipo de discursos, en tanto ayuda a la identificación del exogrupo y del endogrupo.

Ante lo brevemente descrito, este estudio tiene como objetivo general realizar una propuesta metodológica de carácter cualitativo para analizar los mensajes propagandísticos que hacen uso de los fatalismos y del miedo. Además, se plantean dos objetivos específicos:

- OE1: Proponer una metodología que consiga identificar los aspectos del fatalismo en los discursos propagandísticos.
- OE2: Conocer cómo opera el mecanismo del fatalismo en los discursos propagandísticos a través de la aplicación de la metodología a un estudio de caso.

## METODOLOGÍA

Si bien es cierto que los estudios que analizan el fatalismo lo abordan desde la disciplina de la psicología centrándose en la recepción (por ejemplo, Vallejo Marín et al., 2016), aquí se plantea estudiar los propios discursos que incitan a crear una atmósfera, o a hacer creer en ella, en la que predomina la incertidumbre, la inseguridad y el miedo, con el objetivo de obtener rédito político. Para ello, se utiliza como base el enfoque metodológico de análisis crítico del discurso (ACD) bajo la óptica de Van Dijk (2003), el cual entiende que el discurso es un conjunto de prácticas sociales que guían el uso del lenguaje y que, irremediamente, están condicionadas a las ideologías de los emisores —cuestión vertebral para la propaganda, pues su contenido es ideológico (Pineda, 2006)—. En este caso, se ha creado una hoja de análisis compuesta por cuatro niveles de estudio. El primero tiene relación directa con la propuesta de Fairclough (1992; 1995), pues se analizan las cuestiones formales y lingüísticas como el léxico o el estilo; al fin y al cabo, el miedo se ha convertido en parte del lenguaje (Farré Coma, 2005). El segundo nivel se centra en la alusión a una amenaza/peligro. El tercero identifica los aspectos

característicos del fatalismo. Según Martín Baró (1989), Blanco y Díaz (2007) y Bauman (2021), son:

1. Incertidumbre. Alusiones a un presente y/o futuro inseguro e incierto.
2. Pérdida del control. Descripción de una situación en la que el control es inexistente.
3. Pasividad. Pretensión de que los receptores dejen en manos del emisor la resolución de los problemas que conlleva la amenaza.
4. Importancia del presente.
5. Mención y foco en acontecimiento novedosos.
6. Presentación de lo dramático y conflictivo en lugares y/o momentos que son cotidianos para los receptores.
7. Uso de la personalización.
8. Presentación como el salvador. El emisor se define como el único capaz de mermar o de eliminar los peligros/amenazas. Este aspecto pertenece a las técnicas propagandísticas relacionadas con el miedo, pero se ha incluido dada su relevancia.

El último nivel es el contexto, el cual pretende conocer y definir los marcos de referencia de los discursos. En concreto, siguiendo a Reisigl y Wodak (2001), Baker et al. (2011) y Van Dijk (1997, 2016), se resuelven aspectos como: (1) marco donde se encuadran las estructuras discursivas (por ejemplo, personas que aparecen en el discurso, dónde se da, etcétera); (2) existencia de una relación política o social entre los dominados y los dominantes; (3) (posible) situación e interpretación de producción del texto; (4) (posible) situación e interpretación de recepción de los textos y, por último, (5) consumo de los discursos dentro de los marcos interpretativos (por ejemplo, nociones previas sobre la temática, principios, etcétera).

### **Aplicación a un estudio de caso**

A modo de ilustración, y buscado una aproximación para validar la herramienta, se ha realizado un estudio de caso. En el anexo de este artículo se encuentra la Tabla 1, la cual recoge todas las variables de estudio. En concreto, en primer lugar, se incluyen los datos de referencia, una variable que recoge información básica de la pieza en estudio (por ejemplo, duración, lugar de publicación del discurso, etcétera). En segundo lugar, se indaga en el lenguaje y el estilo con base en la propuesta de Fairclough, ya detallada en el apartado anterior. En tercer lugar, se describe la amenaza/peligro aludida en el discurso, concretando así su naturaleza (catástrofes naturales, cambio climático, políticas económicas concretas, etcétera). En cuarto lugar, se desglosan todos los aspectos

del fatalismo, que ya han sido descritos en líneas anteriores, a fin de recoger cuáles son utilizados y cómo.

Asimismo, esta propuesta incluye el estudio de la imagen y del sonido, por lo que se trata de un análisis crítico del discurso multimodal (O'Halloran, 2012). Por lo tanto, en la hoja de análisis sigue el componente visual, el cual determinará la relación texto-imagen: (1) relación de redundancia (la imagen es una representación visual de lo lingüístico), (2) relación de oposición (la imagen y el texto se oponen) o (3) relación de complementación (la imagen aporta una información complementaria) (Pérez Tornero, 1982; Barthes, 1992; Pineda, 2018). Además, se estudiarán, siguiendo a Cárdenas-Neira y Pérez-Redondo (2021), los signos que aparecen en la imagen en relación con qué parte del binomio estudiado (miedo/esperanza) se relacionan: el miedo o la esperanza. Por su parte, para el componente sonoro se determinará si el audio acompaña y/o refuerza la alusión al miedo o a la esperanza. Por ejemplo, a través de recursos sonoros dedicados a esta emoción, como zumbidos repetidos, sonidos de revelación, etcétera (Hayward, 2009; Halfyard, 2010). Por último, la propuesta recoge el análisis del contexto dentro de los parámetros anteriormente descritos.

El caso de estudio seleccionado es el discurso sobre la inmigración del partido político Vox. Tal elección fue realizada por dos razones principales. Primero, porque es un partido de derecha radical populista (Ferreira, 2019); posicionamiento político que, como afirmaba Desviat (2020), tiende a hacer uso propagandístico del miedo y del maniqueísmo. Segundo, dado que Vox destaca por su postura nacionalista y nativista (Ferreira, 2019), el estudio del tratamiento de la inmigración en su discurso se convierte en una muestra interesante. De hecho, el racismo y la xenofobia del discurso del partido han sido estudiados previamente por Cheddadi (2020), Camargo Fernández (2021), Fernández Suárez (2021), Pérez Joya y Lozano Martín (2021) o Sosinki y Sánchez García (2022), entre otros. Sin embargo, la peculiaridad del presente manuscrito reside en conocer si dicho discurso crea o alimenta una atmósfera fatalista.

Por su parte, la selección de YouTube se debe a que se erige como una plataforma audiovisual popular y relevante para la comunicación política (Pineda et al., 2022; Römer, 2014). Se ha acudido al perfil oficial de Vox y se han escogido los cinco vídeos que el partido ha incluido en una lista titulada "Fronteras seguras" y que está dedicada a la temática de la inmigración. Son estos cinco vídeos, todos los del canal, los que forman el corpus de la presente investigación (la fecha de recogida de la muestra es el 12 de marzo de 2023). Estos vídeos tienen una duración aproximada de un minuto y medio, excepto uno de ellos que llega hasta los 14 minutos y 49 segundos debido a que se trata de un fragmento de un mitin dado por el líder del partido. Asimismo, las fechas exactas en las que los vídeos se subieron no se especifican en la información provista, solamente que el primero de ellos fue creado en 2018, los dos siguientes en 2019 y los últimos en 2021.

## RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados siguiendo los cuatro niveles de análisis explicados.

### Lenguaje y estilo

En las cinco piezas analizadas, el léxico dirige el discurso hacia una visión fatalista de la inmigración, definiéndola como un problema prioritario. Los ejemplos más notorios son las repetidas menciones al “efecto llamada” o a la “invasión migratoria”. Ambos términos dejan patente que no se trata solamente de flujos migratorios abundantes, sino que los caracterizan como un “mal” de grandes dimensiones. Realizar hincapié en el “efecto llamada” magnifica el problema del presente, aludiendo también al futuro. Por su parte, la necesidad de protección/seguridad frente a tal amenaza se refleja en el léxico (por ejemplo, “fronteras seguras”, “protejamos España”, etcétera). Si bien es cierto que este binomio amenaza/seguridad se vislumbra en todas las piezas, la última de ellas (Vox España, 2021b) está centrada en la amenaza.

Con respecto al estilo, la construcción de las oraciones es clara, concisa y simple, facilitando la comprensión del receptor y focalizando el mensaje en algunas palabras o conjuntos de palabras dirigidos a concebir la inmigración como un peligro. Ejemplo de esto es “Vox exigimos que se protejan nuestras fronteras y se acabe con el ‘efecto llamada’” (Vox España, 2018). De nuevo, la construcción de las oraciones refleja el binomio miedo/esperanza. En lo visual este binomio también se deja patente, sobre todo en el primer vídeo (Vox España, 2018) y en el último (Vox España, 2021b), pues es un *collage* con cortes de entrevistas realizadas a Santiago Abascal, líder del partido (véase la Figura 1), junto a los problemas y el ataque que supone la inmigración (véase la Figura 2). En la Figura 2, se observa cómo incluyen subtítulos para traducir lo que dice, supuestamente, el Islam, junto con el apoyo visual que complementa el discurso.

### Figura 1

*Captura del primer video*



*Nota.* De Vox España (2018)-

## Figura 2

Captura del quinto video



Nota. De Vox España (2021b)

### Amenaza o peligro aludido

En el caso de estudio, la inmigración se plantea como el peligro principal, pero son sus consecuencias las que ayudan a crear la atmósfera fatalista. De hecho, se han encontrado cuatro peligros derivados de la inmigración. En primer lugar, la supuesta relación entre la inmigración y los problemas económicos, vinculando la entrada de extranjeros inmigrantes con las carencias económicas que están padeciendo los ciudadanos (Vox España, 2021a). En segundo lugar, se relaciona la problemática principal con el terrorismo: "hemos denunciado que la inmigración ilegal es también una entrada de terroristas en Europa" (Vox España, 2018). En tercer lugar, se encuentra la inseguridad, caracterizándola como un sentimiento omnipresente en la cotidianidad. Ejemplo de esto es el segundo video (Vox España, 2019a), el cual presenta a los Menores Extranjeros No Acompañados (MENAS) como delincuentes que roban y agreden a vecinos. Por último, la cuarta amenaza es la destrucción de la identidad, pues en distintos videos (Vox España, 2018; Vox España, 2021a) se relaciona la llegada de inmigrantes con la pérdida de tradiciones, valores e identidad de los españoles: "Queremos que España siga siendo España" (Vox España, 2018). Asimismo, se muestra un antagonismo entre culturas: "es incompatible con nuestra manera de vivir" (Vox España, 2021a), lo cual alimenta el maniqueísmo. En la Figura 2 se observa que señalan aspectos relacionados con los derechos humanos, algo que para los receptores podría considerarse como diferencias insalvables.

### Aspectos del fatalismo

En el estudio de caso se han encontrado todos los aspectos del fatalismo, excepto la pasividad, pues los discursos han estado más centrados en la caracterización del problema.

Esto puede deberse a que ninguno de los vídeos fue realizado en época de campaña electoral, cuando probablemente la petición del voto habría estado presente.

Siguiendo la hoja de análisis, se detectan alusiones explícitas a la incertidumbre: “Exigimos que se detenga esa inmigración que genera incertidumbre e inseguridad” (Vox España, 2021a) o “Sentados esperando a quién van a atacar” (Vox España, 2019a). Sin embargo, también se observa de forma implícita: por ejemplo, a través del supuesto ataque que la inmigración le hace a la identidad del país (Vox España, 2018). Si España deja de ser lo que sus ciudadanos conocen, el receptor puede preguntarse qué será y, esto, junto a la caracterización que los discursos dan sobre la inmigración, se tornará en clave negativa.

Respecto a la pérdida de control, esta se muestra a través del propio lenguaje, como “invasión”, “explosión migratoria” e, incluso, explícitamente como “inmigración masiva y descontrolada” (Vox España, 2019a). En concreto, la ausencia de control se centra en el número de inmigrantes que entran al país. Ejemplo de esto son las imágenes dedicadas a mostrar cómo distintas personas saltan las vallas de Ceuta o Melilla (Vox España, 2021b).

Asimismo, ejemplos de la importancia del presente en el discurso de Vox son las imágenes que suceden del drama migratorio, mostrando a personas jugándose la vida en el mar Mediterráneo (Vox España, 2019b), el vandalismo y las agresiones (Vox España, 2019a) o los problemas económicos (Vox España, 2021a). Además, también es relevante la alusión que se hace al pasado en el primer vídeo (Vox España, 2018), utilizada para mostrar que Vox lleva reclamando acciones contra la inmigración desde 2014, deduciendo a partir de ello dos aspectos: (1) el problema de la inmigración existe hace mucho tiempo y ningún partido lo ha solucionado; y (2) Vox se posiciona como el único que alerta sobre dicha problemática.

La alusión a acontecimientos novedosos se ha encontrado en el cuarto vídeo (Vox España, 2021a), en relación con la intensificación del flujo migratorio que vivió Canarias a finales del año 2020, marcando un récord (Rojas, 2021). Por su parte, la presentación de lo conflictivo/dramático en lo rutinario se ha detectado, sobre todo, en el segundo vídeo (Vox España, 2019a). En este, Rocío Monasterio, representante del partido por la Comunidad de Madrid, visita un barrio de dicha comunidad para tratar la temática de los menores extranjeros no acompañados, escuchando supuestos testimonios de las personas que allí viven: “Me cogió la cadena de la medalla, me dio un tirón y se la llevó” (Vox España, 2019a). El objetivo de esto es mostrar que los barrios y las calles son lugares hostiles y peligrosos para los ciudadanos, creando en lo cotidiano amenazas inciertas.

El hecho de mostrar a los ciudadanos y que ellos cuenten, supuestamente, los acontecimientos que han vivido en primera persona, se relaciona con la personalización. Así, las víctimas del problema son personas a las que el receptor les puede poner cara, voz y experiencia. Además, esta personalización también se realiza con los propios representantes

del partido, como sucede en el primer vídeo (Vox España, 2018). En este caso, Santiago Abascal (líder de la formación) explica lo que haría si los inmigrantes quisiesen entrar en su casa: "Pondría puertas en mi casa y las cerraría" (Vox España, 2018).

Por último, la presentación del salvador se representa a través de la figura de Santiago Abascal, pues solamente se aportan propuestas en los vídeos en los que él es el portavoz (Vox España, 2019b; Vox España, 2021a; Vox España, 2021b). Un ejemplo es:

"Hay que detener el 'efecto llamada', tiene que llegar nítido y claro el mensaje a África: el que llega ilegalmente a España, vivirá en la ilegalidad perpetua ... Hace falta que se inicien masivamente las deportaciones de los que están ilegalmente en nuestro suelo ... generando inseguridad y conflictos" (Vox España, 2021a)

A través de estas intervenciones, Abascal se posiciona como aquel que tiene las propuestas necesarias para enmendar la situación.

### Análisis del componente visual

Las imágenes de los vídeos están creadas con diferente material, desde entrevistas realizadas en las calles a vecinos de barrios que conviven con centros de menores no acompañados, hasta discursos del propio líder del partido y otros compañeros, como Rocío Monasterio. Se encuentran dos tipos de relación entre el texto y la imagen. La primera es una relación de redundancia, en la que se va mostrando lo que el discurso puramente lingüístico va narrando; en concreto, lo negativo, el miedo (Vox España, 2018; Vox España, 2019a; Vox España, 2019b; Vox España 2021b). Un ejemplo muy explícito es cuando Rocío Monasterio señala los peligros de tener un centro de menores extranjeros no acompañados en el barrio y, a la vez, se muestran vecinos dañados (Figura 3) y reuniones (Figura 4). Así, se aporta una representación visual tanto de las amenazas como de las consecuencias.

#### Figura 3.

*Captura del segundo video.*



*Nota.* De Vox España (2019a).

#### Figura 4

Captura del segundo video.



Nota. De Vox España (2019a).

Si bien es cierto que la mayoría se centra en el miedo, hay algunas capturas dedicadas a la protección, a través de la figura de Santiago Abascal. Un ejemplo de esto es cuando Abascal aparece en la tribuna del Congreso de los Diputados (Figura 5). Estas imágenes se dan tras la presentación de la situación negativa, posicionando así al líder como la solución, explicando qué va a hacer el partido ante este contexto (Figura 6).

#### Figura 5

Captura del quinto video



Nota. De Vox España (2021b).

## Figura 6

Captura del tercer video.



Nota. De Vox España (2019b)

El caso de Vox España (2021a) es peculiar, pues se trata de un mitin en el que Santiago Abascal expone la problemática de la inmigración en Canarias. En este caso, la imagen no tiene una relación directa con lo que se está narrando, pero puede concebirse al líder como el protector.

### Análisis del componente sonoro

Del análisis sonoro destaca cómo el audio acompaña al miedo, es decir, ayuda a crear una atmósfera para aludir a las amenazas/peligros y, en general, a la situación fatalista. De nuevo exceptuando el vídeo del mitin, que no tiene un acompañamiento musical, el resto de los vídeos presentan cambios estridentes en la música, atonalidades que coinciden con la revelación de la amenaza o de sus consecuencias, etcétera. Por ejemplo, en el primer vídeo (Vox España, 2018) se percibe una música con acordes sostenidos que reflejan una tensión destacable, la cual va haciéndose más fuerte cuando el partido señala sus peticiones. El último vídeo (Vox España, 2021b) difiere de esta tónica, pues se observa primero una música con las características de la anteriormente mencionada, pero luego, cuando aparece Santiago Abascal, se percibe una música heroica que acompaña la idea de salvador.

### Contexto del discurso

Los cinco vídeos se encuentran en la lista "Fronteras seguras" que el partido ha creado en su perfil oficial de YouTube. Ya desde su título es claro el posicionamiento político del partido con respecto a la inmigración, pues se puede deducir que este fenómeno

causa un problema de inseguridad. Respecto a los protagonistas, Santiago Abascal toma una posición predominante, situándose como el salvador (Vox España, 2018; Vox España, 2021b). De hecho, esas imágenes en las que se deja patente el tiempo que lleva el partido reivindicando la importancia de proteger las fronteras, son una forma de mostrar que Abascal es el único que se ha atrevido a llevar la problemática a distintos lugares de representación y de comunicación. Por lo tanto, es en el líder del partido en el que recae la esperanza ante la supuesta devastadora situación.

Esta dicotomía entre el “nosotros” (Vox, sus votantes y los españoles) y el “otros” (las personas extranjeras) muestra la relación política-social entre dominados y dominantes. Mientras unos tienen estilos de vida y pensamientos válidos, además de la capacidad (según el discurso, incluso el deber) de decidir sobre la vida de otras personas, otros deben limitarse a depender de los otros. Esto hace referencia a la problemática social existente con la inmigración, en la que, históricamente, partidos han culpabilizado a estas personas de los grandes males del país, como el desempleo, la violencia, etcétera. Estos vídeos son el reflejo de este tipo de discursos en los que unos dominan y otros son dominados. Sin embargo, gracias al fatalismo, ese sentimiento de dominación parece inexistente, presentándose más bien una situación caótica y descontrolada que puede llevar a la inversión de los roles.

Respecto a la (posible) situación e interpretación del texto, el vídeo más antiguo (Vox España, 2018) es de 2018 y el más nuevo de 2021 (Vox España, 2021b), no existiendo ninguna inclusión adicional al momento de recogida de la muestra (año 2022). Esto puede estar relacionado con las elecciones de 2019, primero las de abril y luego las de noviembre, un periodo complicado marcado por la repetición de las elecciones y que finalmente otorgó la victoria al bloque de izquierdas. Esta etapa probablemente impulsó los vídeos de 2018 y de 2019, mientras que los de 2021 pueden deberse a un intento por reavivar este discurso tras la crisis sanitaria del COVID-19. A pesar de que el contexto concreto en el que se da la creación/difusión de los vídeos no puede establecerse, debido a que no incluyen la fecha exacta, sí debe considerarse que posiblemente hayan sido creados para reforzar el pensamiento de los ya seguidores y, a lo mejor, de algunos votantes indecisos. Esta idea deriva de la propia plataforma en la que se alojan (YouTube) que, a diferencia de otras redes sociales como Twitter o Instagram, no se concibe como una extensa propuesta de cuentas y vídeos, sino que los usuarios suelen entrar para ver a quienes siguen o algo en concreto. Por ello, al tratarse de una lista alojada en su perfil, probablemente su creación esté enfocada al refuerzo de determinadas ideas previas. Esto iría en línea con una de las reglas de la propaganda, la transfusión (Domenach, 1962). Esta dice que, ante la complejidad de que nuevas ideas prosperen, hay que buscar una base, un principio previo para crear un mensaje. De hecho, esto se relaciona con la (posible) situación e interpretación de recepción de textos, pues, probablemente, la intención de los receptores esté marcada por un posicionamiento positivo previo. Por último, esto se relaciona con el consumo de textos dentro del marco interpretativo, pues

esa intencionalidad se debe a la base previa sobre la idea de inmigración, la cual considera a los inmigrantes como personas conflictivas y peligrosas.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El fatalismo es definido como "esa gran incubadora de temores" (Bauman, 2021, p. 11). Ante esto, este estudio plantea analizar la estructura de los discursos fatalistas, creando para ello una herramienta metodológica, cuya aplicación ha dejado patente cómo operan los diferentes aspectos que caracterizan a este fenómeno. Así, se refleja cómo el miedo es parte del discurso propagandístico fatalista y, además, cómo la existencia de una amenaza/peligro se vincula a la necesidad de estar protegido (Rey & Rincón, 2008). Respecto al caso de estudio, el binomio entre el peligro y la protección ha sido encontrado en el discurso sobre la inmigración de Vox, el cual se ha podido identificar gracias al léxico utilizado y al estilo (primer nivel de análisis). En concreto, se ha determinado cómo el partido muestra que, ante una supuesta invasión de inmigración, se hace necesario proteger las fronteras del país.

Farré Coma (2005) determina que en este tipo de discursos es prácticamente imposible identificar la fuente del peligro, aunque sí sus consecuencias. Gracias al segundo nivel de análisis, en el que se definen las amenazas/peligros aludidos, se ha conocido cómo opera esta dicotomía entre el qué y lo que provoca. Por un lado, aunque se señala a la inmigración como el principal peligro, no se especifica en concreto por qué se está dando esa supuesta "invasión" y/o ese "efecto llamada"; la inmigración se queda en el discurso, más bien, como un ente abstracto. Por otro lado, sí pueden determinarse las consecuencias (es decir, las amenazas) que derivan de esa causante que es la inmigración: (1) problemas económicos, (2) terrorismo, (3) inseguridad y (4) destrucción de la identidad nacional. Esta última se relaciona con que Vox es un partido nacionalista, dedicado a preservar los valores y símbolos nacionales (Ferreira, 2019).

Siguiendo con el tercer nivel, el principal, se han encontrado casi todos los aspectos que conforman el fatalismo, tales como la incertidumbre, la incontrolabilidad, la personalización, la alusión a hechos novedosos, etcétera (Blanco & Díaz, 2007; Castells, 2010; Farré Coma, 2005). De hecho, estas alusiones han sido tanto al presente y la cotidianidad, como al futuro del país, poniendo en duda si será tal y como lo conocemos ahora, culpabilizando de ello a los inmigrantes. En los resultados, no se han encontrado atisbos de refuerzo de la pasividad, aun cuando este componente es vertebral para el fenómeno del fatalismo (Catalán, 2018; Pratkanis & Aronson, 1994). Esta ausencia puede deberse a que estas piezas audiovisuales están destinadas a dar forma a esos temores (contribuyendo a la visión fatalista) para poder luego (por ejemplo, en época de campaña electoral) erigirse a sí mismos como la solución.

Por su parte, respecto al contexto, se destaca que la figura en la que reside la solución es Santiago Abascal, utilizando la estrategia del salvador (Catalán, 2018; Charaudeau, 2010; Eggs, 2011; Jiménez, 2017). Esto se relaciona con el maniqueísmo, pues se basa en

la idea de un nosotros frente a otros que buscan y consiguen perjudicar al endogrupo (Arias Maldonado, 2016; Bauman, 2021; Huici, 2017), cuestión que, además, puede derivar en racismo y xenofobia (Catalán, 2018; Farré Coma, 2005).

En resumen, los resultados muestran cómo Vox, a través de los vídeos analizados, pretende crear una atmósfera fatalista con respecto a la inmigración y sus supuestas consecuencias, pues cumple con todos los aspectos que activan el mecanismo del fatalismo. De hecho, para la activación de dicho fenómeno, tanto las imágenes como el componente sonoro han desempeñado un papel relevante, en tanto han sido indispensables para definir el peligro: por ejemplo, utilizando cambios estridentes en la música para la revelación de la amenaza. Por lo tanto, y como deducción, la herramienta metodológica parece ser una aproximación fiable para estudiar los discursos propagandísticos relacionados con el miedo, las amenazas y el riesgo. Se alcanza así el primer objetivo del presente estudio: proponer una metodología que consiga identificar los aspectos del fatalismo en los discursos propagandísticos.

Algunas conclusiones destacadas en relación con el estudio de caso son las siguientes: la figura de Santiago Abascal como el líder del partido sobre el que recae la solución al problema planteado, el binomio peligro/solución repetido durante el discurso, la presentación de la personalización a través de terceros y de Abascal como ejemplo a seguir por los receptores, así como el papel protagonista de las alusiones a la incontabilidad y la incertidumbre. Este desglose del análisis realizado al estudio de caso del discurso propagandístico de Vox sobre la inmigración en su canal de YouTube, responde al segundo objetivo del estudio: conocer cómo opera el mecanismo del fatalismo en los discursos propagandísticos, mediante la aplicación de la metodología a un estudio de caso.

En definitiva, el presente estudio propone una herramienta metodológica que, basándose en propuestas del análisis crítico del discurso y en la teoría del fenómeno del fatalismo, consigue determinar si un discurso tiene la intencionalidad o, al menos, utiliza elementos que ponen en funcionamiento dicho mecanismo. Sabiendo esto, y considerando que cada vez más, por las redes sociales vivimos en un mundo globalizado en donde la concatenación de las distintas crisis es destacable (Vallejo Marín et al., 2016), conocer qué emisores hacen uso del miedo, el riesgo y la incertidumbre y, además, cómo lo hacen, se torna de importancia, incluso, de relevancia democrática.

Como futura línea de investigación, se plantea volver a testar la herramienta en otros estudios de caso, conociendo así si otros partidos políticos hacen uso del fatalismo e, incluso, si las temáticas difieren. Asimismo, sería interesante verificar su aplicabilidad a otros formatos, soportes y medios, tales como la radio, las gráficas publicitarias, etcétera. Del mismo modo, se podría profundizar en estudios comparativos entre partidos políticos de países no occidentales. De esta forma, esos peligros invisibles —y, por ello, más temibles— que explicaban Farré Coma (2005) y Bauman (2021), pueden empezar a ser visibles.

## REFERENCIAS

- Aguilera-Carnerero, C. (2022, 6-7 de julio). *Young patriots online: The visual discourse of "Vox Jóvenes"* [Presentación de escrito]. *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines (CADAAD)*. Università degli Studi di Bergamo, Bergamo, Italia.
- Altheide, D. L. (2017). *Creating Fear: News and the Construction of Crisis*. Routledge.
- Arias Maldonado, M. (2016). *La democracia sentimental. Política y emociones en el siglo XXI*. Página Indómita.
- Baker, P., Costas, G., KhosraviNik, M., Krzyzanowski, M., McEnery, T., & Wodak, R. (2011). ¿Una sinergia metodológica útil? Combinar análisis crítico del discurso y lingüística de corpus para examinar los discursos de los refugiados y solicitantes de asilo en la prensa británica. *Discurso & Sociedad*, 5(2), 376-416.
- Barthes, R. (1992). *Lo obvio y lo obtuso*. Paidós.
- Bauman, Z. (2021). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Paidós.
- Blanco, A. & Díaz, D. (2007). El rostro bifronte del fatalismo: fatalismo colectivista y fatalismo individualista. *Psichothema*, 19(4), 552-558.
- Beck, U. (2008). *La sociedad del riesgo mundial. En busca de la seguridad perdida*. Paidós Ibérica.
- Brown, J. A. C. (1995). *Técnicas de persuasión: de la propaganda al lavado de cerebro*. Alianza Editorial.
- Camargo Fernández (2021). El nuevo orden discursivo de la extrema derecha española: de la deshumanización a los bulos en un corpus de tuits de Vox sobre la inmigración. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 16, 63-82. <http://dx.doi.org/10.6035/clr.5866>
- Cárdenas-Neira, C., & Pérez-Arredondo, C. (2021). Prácticas discursivas insurgentes y ocupación de espacios urbanos: análisis de los paisajes semióticos creados en dos ciudades de Chile durante la revuelta social (2019-2020). *Bulletin of Spanish Studies*, 98(7), 1165-1190. <https://doi.org/10.1080/14753820.2021.1961458>
- Castells, M. (2010, 23 de junio). *Comunicación y poder en la sociedad red* [Presentación de escrito]. IV Conferencia Cátedra Globalización y Democracia. Universidad Diego Portales, Santiago, Chile.
- Catalán, M. (2018). *Poder y caos. La política del miedo. Seudología VIII*. Verbum.
- Charaudeau, P. (2010). La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político. En M. Shiro, P. Bentivoglio & F. D. Erlich (Comps.), *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar* (pp. 277-295). Fondo Editorial de Humanidades de la Universidad Central de Venezuela.

- Cheddadi, Z. (2020). Discurso político de Vox sobre los menores extranjeros no acompañados. *INGURUAK. Revista Vasca de Sociología y Ciencia Política*, 69, 57-77. <https://doi.org/10.18543/inguruak-69-2020-art04>
- Desviat, M. (2020). Neoliberalismo, nueva extrema derecha y el sufrimiento psíquico. En O. A. Bravo (Ed.), *Las nuevas derechas. Un desafío para las democracias actuales* (pp. 101-125). Universidad Icesi. <https://doi.org/10.18046/EUI/ee.10.2020>
- Domenach, J. M. (1962). *La propaganda política*. Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Eggs, E. (2011). La producción de emociones en el discurso político. Las técnicas retóricas de Bush y Obama. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 26, 67-76. <https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/403>
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Redwood Books.
- Farré Coma, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y Sociedad*, (3), 95-119. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-252X2005000100095&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2005000100095&lng=es&tlng=es)
- Fernández-Suárez, B. (2021). Gender and immigration in VOX: The discourse of the radical right in Spain. *Migraciones. Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones*, (51), 241-268. <https://doi.org/10.14422/mig.i51y2021.009>
- Ferreira, C. (2019). Vox como representante de la derecha radical en España: un estudio sobre su ideología. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 73-98. <https://doi.org/10.21308/recp.51.03>
- Furedi, F. (2018). *How Fear Works: Culture of Fear in the 21st Century*. Bloomsbury Continuum.
- Halfyard, J. K. (2010). Mischief afoot: Supernatural horror-comedies and the *Diabolus in musica*. En N. Lerner (Ed.), *Music in the Horror Film. Listening to Fear* (pp. 21-37). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203860311>
- Hayward, P. (2009). Introduction: Scoring the edge. En P. Hayward (Ed.), *Terror Tracks. Music, Sound and Horror Cinema* (pp. 1-13). Equinox.
- Huici, A. (2017). *Teoría e historia de la propaganda*. Síntesis.
- Jiménez, M. (2017). La emoción como estrategia argumentativa en el mitin español. Identificación de actos de habla y análisis cuantitativo. *Discurso & Sociedad*, 11(4), 621-641.
- Marks, I. M. (1991). *Miedos, fobias y rituales: Los mecanismos de la ansiedad*. Martínez Roca.
- Martín Baró, I. (1989). *Sistema, grupo y poder. Psicología social desde Centroamérica II*. UCA.
- O'Halloran, K. L. (2012). Análisis del discurso multimodal. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 12(1), 75-97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5959014>

- Pérez Joya, R., & Lozano Martín, A. M. (2021). La "derecha radical" en Europa y España: Racismo, xenofobia y discriminación. *Revista de Cultura de Paz*, 5, 245-269. <https://revistadeculturadepaz.com/index.php/culturapaz/article/view/123>
- Pérez Tornero, J. M. (1982). *La semiótica de la publicidad: análisis del lenguaje publicitario*. Mitre.
- Pineda, A. (2006). *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*. Alfar.
- Pineda, A. (2018). *Análisis del mensaje publicitario*. Advoock.
- Pineda, A., Rebollo-Bueno, S., & Olveira, J. S. (2022). El uso de YouTube por los partidos políticos andaluces. *Revista CENTRA de Ciencias Sociales*, 1(1), 29-50. <https://doi.org/10.54790/rccs.13>
- Pratkanis, A., & Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión*. Paidós.
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination: Rethorics of Racism and Anti-Semitism*. Routledge.
- Rey, G., & Rincón, O. (2008). Los cuentos mediáticos del miedo. *Urvio. Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana*, (5), 34-45.
- Rojas, A. (2021, 2 de diciembre). ¿Qué pasó con las migraciones en Canarias y cómo nos lo contaron? *El País*. <https://elpais.com/planeta-futuro/migrados/2021-12-02/que-paso-con-las-migraciones-en-canarias-y-como-nos-lo-contaron.html>
- Römer, M. (2014). *Comunicación en campaña. Dirección de campañas electorales y marketing político*. Pearson.
- Salazar, R. (2009). La nueva estrategia de control social. Miedo en los medios y terror en los espacios emergentes. *Quórum Académico*, 6(2), 105-123. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199018370007>
- Salvador, L. (2015). *La pantalla distópica: pesadillas del sueño americano en el cine post 11-S*. Ediciones Universidad de Valladolid.
- Sarráis, F. (2014). *El miedo*. Ediciones Universidad de Navarra - EUNSA.
- Sosinki, M., & Sánchez García, F. J. (2022). "Efecto invasión". Populismo e ideología en el discurso político español sobre los refugiados. El caso de Vox. *Discurso & Sociedad*, 16(1), 149-172. [http://www.dissoc.org/es/ediciones/v16n01/DS16\(1\)Sosinski&SanchezGarcia.pdf](http://www.dissoc.org/es/ediciones/v16n01/DS16(1)Sosinski&SanchezGarcia.pdf)
- Vallejo-Martín, M., Moreno-Jiménez, M. P., & Ríos-Rodríguez, M. L. (2016). Sentido de comunidad, fatalismo y participación en contextos de crisis económica. *Psychosocial Intervention*, 26(1), 1-7. <https://dx.doi.org/10.1016/j.psi.2016.10.002>

- Van Dijk, T. A. (1997). What is political discourse analysis. *Belgian Journal of Linguistics*, 11(1), 11-52. <https://doi.org/10.1075/bjl.11.03dij>
- Van Dijk, T. A. (2003). *Ideología y discurso*. Ariel.
- Van Dijk, T. A. (2016). Análisis crítico del discurso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30, 203-222. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2016.n30-10>
- Vox España (2018). ¿Qué opina VOX sobre la inmigración? #FronterasSeguras [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=ttVEDm1cr0E&list=PLV9zP7Df1nvnVCfibDsJdSDaC95HmGUnI&index=1>
- Vox España (2019a). La inmigración masiva y descontrolada destruye la tranquilidad de nuestros barrios [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=CsXAY383t0E&list=PLV9zP7Df1nvnVCfibDsJdSDaC95HmGUnI&index=2>
- Vox España (2019b). ¡Expulsión de inmigrante ilegales y violentos YA! [Vídeo]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=sKCbM0HDq\\_c&list=PLV9zP7Df1nvnVCfibDsJdSDaC95HmGUnI&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=sKCbM0HDq_c&list=PLV9zP7Df1nvnVCfibDsJdSDaC95HmGUnI&index=3)
- Vox España (2021a). #StopInvasiónMigratoria | Discurso completo de Santiago Abascal en Canarias [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=JBuw4LQpn1A&list=PLV9zP7Df1nvnVCfibDsJdSDaC95HmGUnI&index=4>
- Vox España (2021b). Esto es lo que piensa de los homosexuales el islam radical [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sTVmBs1k07c&list=PLV9zP7Df1nvnVCfibDsJdSDaC95HmGUnI&index=5>

**ANEXO****Tabla 1***Hoja de análisis*

Aspecto	Pieza 1	Pieza 2	Pieza N	Conclusiones
Datos de referencia				
Componente escrito/hablado				
(1) Lenguaje y estilo				
(2) Amenaza o peligro al que se alude				
(3) Aspectos del fatalismo				
(a) Incertidumbre				
(b) Pérdida de control				
(c) Tendencia a la pasividad				
(d) Importancia del presente				
(e) Alusión a acontecimientos novedosos				
(f) Presentación de lo conflictivo/dramático como rutinario				
(g) Personalización				
(h) Presentación del salvador				
Componente visual				
Relación texto-imagen: - Redundancia - Oposición - Complementación				
La imagen se centra en el miedo				
La imagen se centra en la esperanza				
Componente sonoro				
El audio acompaña/refuerza el miedo				
El audio acompaña/refuerza la esperanza				
(4) Contexto del discurso				
(a) Marco donde se encuadran las estructuras discursivas				
(b) Existencia de una relación política y/o social de dominados y los dominantes				
(c) (Posible) situación e interpretación de producción del texto				
(d) (Posible) situación e interpretación de recepción de los textos				
(e) Consumo de los mismos dentro de los marcos interpretativos				