

La construcción emocional de la extrema derecha en España

328

Paloma Castro Martínez
Erika Jaráiz Gulías

CIS

Centro de Investigaciones Sociológicas

Paloma Castro Martínez es doctora en Marketing Político, Actores e Instituciones en las Sociedades Contemporáneas y profesora de Ciencia Política en la Universidad de Santiago de Compostela, y pertenece al Equipo de Investigaciones Políticas de la misma universidad, catalogado como Grupo de Referencia Competitiva por la Xunta de Galicia. Especializada en técnicas cuantitativas de investigación, entre sus publicaciones más destacadas se encuentran: «Emociones y extrema derecha: el caso de VOX en Andalucía» (2021), en la *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*; «Extrema derecha o derecha radical: Por qué una nueva semántica» (2020), en *El auge de la extrema derecha en España*, Tirant lo Blanch, o «La percepción de los debates como factor de decisión en el comportamiento electoral en las Elecciones Generales de abril de 2019» (2020), en la *Revista Latina de Comunicación Social*.

Erika Jaráiz Gulías es doctora en Procesos Políticos Contemporáneos y profesora titular del Departamento Ciencia Política y Sociología de la USC. Pertenece al Equipo de Investigaciones Políticas de esta misma universidad, donde también es coordinadora del Máster en Tecnologías en Marketing y Comunicación Política. En los últimos años se ha especializado en comportamiento político y electoral, y la utilización de técnicas de investigación avanzadas. Entre sus publicaciones más recientes destacan: *El auge de la extrema derecha en España* (2020), Tirant lo Blanch; «Emociones y decisión de voto. Los componentes de voto en las elecciones generales de 2016 en España» (2020), en la *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*; y «Monarquía y emociones: el factor temporal en la valoración institucional y personal en España» (2023), en *Historia y Comunicación Social*.

La construcción emocional de la extrema derecha en España

328

**Paloma Castro Martínez
Erika Jaráiz Gulías**

CIS

Centro de Investigaciones Sociológicas

Madrid, 2024

Consejo editorial de la colección Monografías

DIRECTOR

José Félix Tezanos Tortajada, *Presidente del CIS*

CONSEJEROS

Antonio Alaminos Chica, *Centro de Investigaciones Sociológicas*; Luis Enrique Alonso Benito, *Universidad Autónoma de Madrid*; Antón Álvarez Sousa, *Universidade da Coruña*; Antonio Ariño Villarroya, *Universitat de València*; Luis Ayuso Sánchez, *Universidad de Málaga*; Ángel Belzunegui Erasó, *Universitat Rovira i Virgili*; Joaquim Brugué Torruella, *Universitat Autònoma de Barcelona*; Verónica Díaz Moreno, *Universidad Nacional de Educación a Distancia*; Arantxa Elizondo Lopetegui, *Universidad del País Vasco*; Javier de Esteban Curiel, *Universidad Rey Juan Carlos*; José Ramón Flecha García, *Universitat de Barcelona*; Silvia García Ramos, *Centro de Investigaciones Sociológicas*; Margarita Gómez Reino, *Universidad Nacional de Educación a Distancia*; Carmen González Enríquez, *Universidad Nacional de Educación a Distancia*; Teodoro Hernández de Frutos, *Universidad Pública de Navarra*; Gonzalo Herranz de Rafael, *Universidad de Málaga*; Alicia Kaufman Hahn, *Universidad de Alcalá*; Lourdes López Nieto, *Universidad Nacional de Educación a Distancia*; Antonio López Peláez, *Universidad Nacional de Educación a Distancia*; Violante Martínez Quintana, *Centro de Investigaciones Sociológicas*; Araceli Mateos Díaz, *Universidad de Salamanca*; Almudena Moreno Mínguez, *Universidad de Valladolid*; Laura Ponce de León Romero, *Centro de Investigaciones Sociológicas*; Gregorio Rodríguez Cabrero, *Universidad de Alcalá*; M.ª Belén Romero García, *Centro de Investigaciones Sociológicas*; Olga Salido Cortés, *Universidad Complutense de Madrid*; Eva Sotomayor Morales, *Universidad de Jaén*; Benjamín Tejerina Montaña, *Universidad del País Vasco*; Antonio Trinidad Requena, *Universidad de Granada*.

SECRETARIA

M.ª del Rosario H. Sánchez Morales, *Directora del Departamento de Publicaciones y Fomento de la Investigación, CIS*

Castro Martínez, Paloma; Jaráiz Gullías, Erika

La construcción emocional de la extrema derecha en España / Paloma Castro y Erika Jaráiz Gullías.– Madrid:

Centro de Investigaciones Sociológicas, 2024

(Monografías; 328)

1. Sociología electoral 2. Ideología de extrema derecha

329.055.1(460)

Las normas editoriales y las instrucciones para los autores pueden consultarse en:

<https://www.cis.es/publicaciones/colecciones/monografias>

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier procedimiento (ya sea gráfico, electrónico, óptico, químico, mecánico, fotocopia, etc.) y el almacenamiento o transmisión de sus contenidos en soportes magnéticos, sonoros, visuales o de cualquier otro tipo sin permiso expreso del editor.

COLECCIÓN «MONOGRAFÍAS», N.º 328

Catálogo de publicaciones de la Administración General del Estado

<https://cpage.mpr.gob.es/>

Primera edición, noviembre 2022

Primera reimpresión de la primera edición, noviembre 2024

© CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS

Montalbán, 8. 28014 Madrid

www.cis.es

© Paloma Castro Martínez y Erika Jaráiz Gullías

DERECHOS RESERVADOS CONFORME A LA LEY

Impreso y hecho en España

Printed and made in Spain

NIPO (papel): 146-24-028-6 / NIPO (electrónico): 146-24-027-0

ISBN (papel): 978-84-7476-889-3 / ISBN (electrónico): 978-84-7476-890-9

Depósito legal: M-23013-2022

Fotocomposición e impresión: Editorial MIC



Esta publicación cumple los criterios medioambientales de contratación pública.

ÍNDICE

RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN	11
1. EXTREMA DERECHA O DERECHA RADICAL.....	15
2. LA CONSTRUCCIÓN DE LA EXTREMA DERECHA EN EUROPA.....	25
2.1. LAS OLAS DE LA EXTREMA DERECHA.....	27
3. LA EXTREMA DERECHA EN LA ESPAÑA DEMO- CRÁTICA	37
3.1. LOS INTENTOS FALLIDOS.....	38
3.2. EL NACIMIENTO DE VOX	43
4. UNA METODOLOGÍA PARA EXPLICAR EL AUGE DE VOX DESDE LAS EMOCIONES.....	51
4.1. BASES METODOLÓGICAS	52
4.2. CONSTRUYENDO LA INVESTIGACIÓN	55
4.3. LA MODELIZACIÓN.....	59
5. LAS EXPLICACIONES DEL ÉXITO DE LA EXTREMA DERECHA	65
5.1. FACTORES CONTEXTUALES	65
5.1.1. Las reglas cuentan	66
5.1.2. La competición partidista	69
5.1.3. Tradiciones, culturas y valores.....	75
5.1.4. Los medios de comunicación.....	78

5.2. FACTORES INTERNOS EN EL ÉXITO DE LA EXTREMA DERECHA	80
5.2.1. Ideología	80
5.2.2. Organización	84
5.2.3. Liderazgos	86
5.2.4. Internacionalización	89
5.3. LAS BASES DEL VOTO A LOS PARTIDOS DE EXTREMA DERECHA	91
5.3.1. La ruptura social	91
5.3.2. El posmaterialismo revertido	94
5.3.3. El interés económico	97
5.3.4. El single-issue	104
5.3.5. El voto protesta	123
6. EMOCIONES Y COMPORTAMIENTO ELECTORAL	131
7. ¿QUIÉNES Y POR QUÉ VOTARON A VOX EN LAS ELECCIONES GENERALES DE NOVIEMBRE DE 2019?	143
7.1. LOS VOTANTES DE VOX	144
7.2. LA RUPTURA SOCIAL	151
7.2.1. Los cleavages ideológicos	151
7.2.2. Factores sociodemográficos	169
7.3. EL POSMATERIALISMO REVERTIDO	182
7.4. EL INTERÉS ECONÓMICO	188
7.5. LOS TEMAS	194
7.5.1. La inmigración, el <i>issue</i> dominante	199
7.5.2. La tensión europeísta	205
7.5.3. El impacto de los temas (issues)	207
7.6. EL VOTO PROTESTA	215
7.7. COMPROBANDO EL IMPACTO DE LAS LECTURAS TRADICIONALES	234
7.8. EL LIDERAZGO	241

7.9. LA EXPLICACIÓN EMOCIONAL.	246
7.9.1. El impacto de las emociones positivas	259
7.9.2. El impacto de las emociones negativas	268
7.9.3. El impacto global de las emociones	287
7.10. MODELIZANDO EL IMPACTO DE LA CONSTRUCCIÓN EMOCIONAL DEL VOTO A VOX	289
CONCLUSIONES	301
BIBLIOGRAFÍA	323
ÍNDICE DE FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS	347