

Laura Camargo Fernández

Se acabó la fiesta: bulos, outsiders y política grotesca

España es una empresa de 48 millones de socios y, si se gestiona bien, nos da beneficios a todos.

Luis Pérez Fernández, Alvise

Los procesos de conquista y conservación del poder han mutado radicalmente desde la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca en 2016, en un movimiento de ascenso global de proyectos del campo político de la ultraderecha populista que empieza a gestarse tras la Gran Recesión de 2008. Christian Salmon, investigador francés del Centro de Investigación sobre las Artes y el Lenguaje (CNRS-EHESS), argumenta que la crisis de 2008 fue no solo financiera, sino también narrativa. El crack del 29 de este siglo dejó al descubierto la distancia insalvable entre los relatos oficiales y la experiencia de millones de personas. De forma paralela a la crisis de credibilidad de los gurús de la economía y sus arietes políticos —y a la par que familias de todo el mundo se quedaban sin casa y en la ruina— se produjo una aceleración de los intercambios en las redes sociales, en un principio útiles para canalizar la rabia y organizar la protesta, que desembocó en una inestabilidad de la información y una verdadera guerra de relatos. Como explica Miguel Urbán (2024):

En este contexto, Google, Facebook, los grupos de WhatsApp, foros de internet, Twitter, Instagram, etc. han creado un mercado de la atención e información paralelo que en muchos casos absorbe y supera a los grandes medios. Es muy interesante comprobar también la segmentación de las plataformas de información por franjas de edad. Mientras para las personas de más de 65 años la televisión sigue siendo su principal fuente de información (y le dan credibilidad), los electores de entre 18 y 35 muestran unas pautas de consumo informativo totalmente diferente. En 2018, por primera vez, la televisión dejó de ser la primera fuente consultada en favor de las redes sociales e internet en general (Urbán 2024: 217).

Los bulos como emanación del capitalismo digital

En las batallas a través de los nuevos medios de comunicación no convencionales, se impusieron la provocación, la transgresión y la competencia por la atención escasa ante la sobreabundancia de mensajes sin controles de verificación. Llamar la atención con un meme o un *post* escandalizador, a menudo falso, era la única forma de mantenerse más de 4 segundos en la parte alta del tablón de imágenes 4chan (y en sus posteriores sustitutas), el *imageboard* utilizado por la denominada derecha alternativa estadounidense que resultó decisivo en la victoria del magnate *outsider* de la política en 2016. Solo los que generaban más comentarios e interacciones podían permanecer en la *frontpage* del tablón digital y los que no generaban interacciones se borraban, por lo que centenares de miles de usuarios anónimos aprendieron a utilizar todos los recursos a su alcance para provocar, impactar, mantener la atención y viralizarse (Marantz, 2021). También en ese momento, las redes sociales, primero Facebook y Twitter y después las demás, empezaron a ser espacios para la difusión de la cultura del “enfrentamiento comunicativo” (Salmon, 2019). Los formatos de difusión de la información pasaron de ser

verticales a horizontales, sin centro, cuyo modelo ya no era autoral, sino viral y epidémico, todo lo cual provocó una importante crisis de credibilidad en el campo político neoliberal que se sumaba al aumento exponencial de la desigualdad y la precarización de la vida que se siguió a la crisis económica de 2008:

El *homo politicus* neoliberal no tiene un problema de comunicación, sino de credibilidad. La impotencia para actuar y la regresión democrática son las dos coordenadas de nuestra miseria política, a imagen y semejanza de un debate público que se da a leer de ahora en adelante como una sucesión incoherente de enfrentamientos. Estos enfrentamientos son otros tantos síntomas de la descomposición del campo político (Salmon, 2019: 58).

La transformación descrita ha tenido una consecuencia de gran trascendencia en el nivel cultural profundo de las sociedades del capitalismo tardío: se ha producido un hundimiento de la confianza en el valor referencial y en las condiciones de verdad del lenguaje como instrumento para la descripción de estados de cosas del mundo. Se ha difuminado la separación entre lo verdadero y lo falso, la realidad y la ficción, alentando la aparición de nuevos comportamientos, de prácticas de desorientación, de desinformación y propaganda. Lo que los gramatólogos mediáticos llaman *posverdad* es en realidad un régimen de veridicción caracterizado por lo que Evgeny Morozov (2012) definió hace ya más de una década como “nueva teoría verdad” en la economía gobernada por la publicidad en línea. En los contextos digitales, la verdad es lo que atrae más pares de ojos, por lo que del mismo modo que el cambio climático es una consecuencia lógica del capitalismo fósil, las llamadas *fake news* son emanaciones del capitalismo digital. Es la misma lógica, ya comentada, que llevó a los usuarios de 4chan a circular información falsa, los memes virales de la rana Pepe y teorías de la conspiración, como QAnon, para mantenerse en la parte alta del tablero llamando la atención, algo que recientemente ha sido también confesada por el ministro de Transporte, Óscar Puente, para justificar el comportamiento disruptivo que demuestra en su cuenta de X (antes Twitter).

***Outsiders* de la política y trols de internet**

La incorporación de las técnicas comunicativas de la *Alt Right* llegó a España de la mano de Vox, que se vanaglorió desde su irrupción institucional en 2018 y 2019 de ser una formación *outsider*, sin apoyo de los grandes medios de comunicación, y de tener, por ello, que crear sus propios altavoces para llegar a la gente. La formación de Abascal, que sí contaba con el apoyo del ecosistema mediático de la ultraderecha española (grupos Intereconomía y Libertad Digital), buscó formas de comunicación más directa con sus electores a través de las redes sociales. Vox ha explotado desde entonces todos los recursos de Twitter/X, TikTok e Instagram, y de plataformas de mensajería instantánea como WhatsApp, para viralizar sus mensajes y sus memes, dando la batalla cultural “a la dictadura progre” y a la “derechita cobarde”, con la que después acabaría pactando. Al igual que la derecha alternativa trumpista, las cuentas de Vox y su tupida red de colaboradores digitales fueron marcando la agenda política y condicionando el debate público, recurriendo a menudo también a noticias fake sobre sus temas estrella en la batalla cultural: inmigración, islamofobia, antifeminismo, fiscalidad.

Es en este magma en el que se gesta la popularidad de la figura emergente de la ultraderecha populista, Luis Pérez Fernández, Alvisé, agitador e *influencer* especialista en bulos. El resultado de la agrupación de electores Se Acabó la Fiesta (SALF) fue para muchos la gran sorpresa de la jornada electoral de las elecciones europeas del 9 de junio, en la que consiguió casi un 5% de los sufragios sin cobertura mediática tradicional de ningún tipo, a través de un canal de Telegram y

un chat asociado con medio millón de seguidores. El altísimo nivel de *engagement* del canal y el chat hacía presagiar para los fieles a la agrupación SALF un resultado digno en la jornada electoral europea. Sin embargo, la intención de voto directo de sus más de 800.000 electores había volado por debajo del radar de la inmensa mayoría de las encuestadoras, demoscópicas y comentaristas habituales de la política española. No obstante, el CIS, que falló prácticamente en todo lo demás, predijo 1-2 diputados para SALF, que finalmente logró 3 escaños en el Parlamento.

Pérez no era en absoluto un desconocido en la política española y mucho menos de las redes sociales, de las que había sido frecuentemente suspendido por propagar bulos, hasta el cierre definitivo de sus cuentas. Antes de las europeas era, en efecto, un conocido trol del ecosistema digital de la extrema derecha, que en los últimos tiempos había formado parte activa, junto a varios de sus miles de seguidores, de las movilizaciones de Ferraz y del *agitprop* en las campañas de acoso contra Pedro Sánchez y Begoña Gómez. Alvisé se jacta de ser un *analfabeto académico*, exhibiendo el antiintelectualismo característico de la ultraderecha, porque no terminó sus estudios de Ciencias Políticas en la UNED, pero su historial como consultor de diversos partidos de la derecha española es dilatado. Empezó su carrera política como voluntario en la UPyD de Rosa Díaz y continuó más tarde, asentado en Reino Unido, como delegado de Liberal Youth, la organización juvenil de los liberaldemócratas británicos. En 2017 se da a conocer públicamente cuando entra como jefe de gabinete del grupo parlamentario de Ciudadanos en las Corts valencianas, liderado entonces por Toni Cantó, junto a quien protagonizó algunos escándalos por la difusión de informaciones falsas. Como recoge Tomás Muñoz, Pérez comenzó a conducir campañas financiadas y amparadas por Hazte Oír, la filial española de Citizen Go, presuntamente conectadas a la organización ultracatólica secreta el Yunque:

Alvisé llegó a participar en los rezos frente de clínicas abortivas e incluso recibe un premio de la plataforma Hazte Oír en 2021 por su participación en ellas. Para el politólogo Iago Moreno no es sorprendente esa relación con Hazte Oír, ya que “es cierto que los maestros de la propaganda y de la agitación de ultraderecha en este país han pasado por ahí, no hay mejor escuela” (Muñoz, 2024).

Cuando Vox se consolida como fuerza parlamentaria en el Congreso en 2019, llega a trabar una estrecha relación con Santiago Abascal, quien dijo de él que era uno de los mejores analistas que había conocido, y trabaja desde sus propias redes como parte de la *bulosfera* útil a la batalla cultural de Vox, junto a figuras como el autodenominado “especialista en inmigración ilegal” Rubén Pulido (Camargo, 2021). Su eclosión como uno de los *trols* más activos de la esfera digital llegó con la pandemia cuando viralizó a través de cuenta de Twitter que la exalcaldesa de Madrid, Manuela Carmena, contaba con un respirador personal instalado en la puerta de su casa. La respuesta de Carmena fue una contestación pública seguida de acciones legales contra Alvisé. Pero como explica Marcos García (2021), este no fue un caso aislado, sino más bien su *modus operandi* en las redes sociales. Su línea maestra de contenido consiste en criticar e incluso perseguir y acosar, difundiendo imágenes privadas, a políticos del PSOE (Ábalos ganó una querrela contra él que fue luego anulada y que ahora peligró por el aforamiento de Pérez) y de la izquierda del PSOE, así como a periodistas de todas las ideologías. Aunque siempre evita la autoasignación ideológica, Vox es la formación a la que más ha afectado electoralmente la irrupción de SALF, que según los análisis también ha recibido voto transferido del PP y de la abstención.

El perfil de los votantes de Alvisé Pérez es muy diverso y conviene no cebarse en lo que ya

empieza a ser un mantra al analizar el ascenso del voto a la extrema derecha: culpar a los jóvenes. Es importante hacer un alto aquí para decir que son también jóvenes quienes han impulsado las acampadas solidarias por Palestina, muchas de ellas finalizadas con represión policial, en los campus universitarios de numerosos países a uno y otro lado del Atlántico; que son las y los jóvenes quienes sufren con mayor intensidad la precariedad económica y la incertidumbre ante el futuro en las ruinas del neoliberalismo y en medio del caos ecológico; como también es la generación de nativos digitales la que vive bajo los efectos de la aceleración de la política y expresa con su voto estados de ánimo que manifiestan desafección por los partidos incapaces de dar solución a sus problemas. Es cierto que ya sabemos que el votante de SALF tiene menos de 44 años, que los varones triplican a las mujeres (Galán, Llaneras y Andrino, 2024) y que el voto antifeminista tiene peso entre su electorado, algo sobre lo que conviene leer los argumentos de expertas en extrema derecha y antifeminismo en la juventud como Nuria Alabao (2022). Pero también lo es que las [elecciones europeas](#) son tradicionalmente una convocatoria con muy baja participación (un 49,21% el pasado 9 de junio), en la que es habitual ejercer un voto de castigo y apoyar a partidos nuevos o raros, que se presentan por la facilidad que da la circunscripción única para obtener representación. Finalmente, no puede descartarse que a partir de ahora haya una proliferación de partidos de *influencers*, tal como también demuestran los resultados del *youtuber* y *tiktoker* chipriota Fideas Panayotou, que fue tercera fuerza política en Chipre con un 19,2% de los votos en la jornada del 9 de junio.

La vía política como medio para huir de la justicia

Más de 800.763 votos, 3 diputados y un objetivo cumplido: la inmunidad parlamentaria para protegerse por su condición de aforado de las numerosas denuncias por propagación de noticias falsas que pesan sobre él. El perfil del *outsider* nacional-populista que funda un partido con la finalidad de defender sus intereses personales ante causas judiciales abiertas y lograr inmunidad parlamentaria no es un fenómeno nuevo ni propio de la era de las redes sociales. Berlusconi era un conocido magnate mediático e industrial en Italia, propietario de Mediaset y dueño del club de fútbol AC Milan, cuando inicia su carrera política en los años noventa fundando Forza Italia para evitar que el sistema judicial le persiguiera por sus vínculos con la mafia. De su legado como presidente de la República de Italia destacó, además del monopolio mediático y su habitual manipulación de la información, el carácter pionero de sus mandatos en la normalización del fascismo en Europa. Como recuerda Alba Sidera (2023), Berlusconi incorporó en todos sus gobiernos a partidos posfascistas, como la Liga Norte y Alianza Nacional, facilitando también la llegada de Salvini y Meloni a las instituciones italianas. Berlusconi inaugura un camino que sirve de inspiración al propio Trump: el empresario metido a político que aprovecha las causas judiciales para victimizarse y ganar o fidelizar adeptos a su causa.

Dos de los principales rasgos del “trumpismo discursivo” (Camargo, 2022) son el principio de transposición y la mimesis: los mensajes se copian y saltan desde emisores del otro lado del Atlántico (Trump, Milei, Bukele) hasta aquí (mimesis) y se carga sobre el adversario los propios errores o defectos, respondiendo el ataque con el ataque (transposición). La cárcel para más de 40.000 personas, incluyendo a Pedro Sánchez, que construiría a las afueras de Madrid agitada por Alvisé como una de sus principales medidas alucinógenas es un ejemplo de ambas cosas: copia el populismo punitivo de Bukele y responde a las posibles demandas y condenas que podrían poner en peligro su libertad con un ataque.

En el caso español encontramos dos antecedentes claros de empresarios ajenos a la política que arrancan su aventura electoral con proyectos populistas tras tener problemas con la justicia y controversias diversas en sus carreras empresariales: Ruiz Mateos y Jesús Gil. La Agrupación de Electores Ruiz-Mateos y el Grupo Independiente Liberal (GIL) nacieron, respectivamente, tras los escándalos por la expropiación de Rumasa y sus actividades posteriores y las acusaciones de corrupción y mala gestión de su empresa constructora en Marbella. Ambos empresarios se lanzaron a la arena política con la clara intención de utilizar su condición de políticos aforados como forma autodefensa. El líder de “Se acabó la fiesta” comparte con Ruiz Mateos y Jesús Gil, también con Berlusconi y Trump, otros rasgos, además de los problemas con la justicia, como su estilo extravagante y polémico, una tendencia teatral a la victimización y una puesta en escena unas veces autoritaria y otras, grotesca. Alvisé se presenta a sí mismo como un héroe *low cost*, un benefactor que ayudó diariamente a los pobres durante la pandemia (*¿invent?*). En la jornada electoral, mueve fotos trucadas en su canal para presentarse como una víctima porque no había en los colegios papeletas de su candidatura (bulo), y porque todos le querían ocultar los montones (otro bulo, la mayoría de los votantes ignoraba su existencia hasta ese mismo día).

Lenguaje y tiranía de los bufones

En su libro de 2020, *La tiranía de los bufones*, Christian Salmon desmenuza los rasgos del reinado de algunos de los nuevos “tiranos” del reaccionarismo populista actual: Donald Trump, Jair Bolsonaro, Boris Johnson o Recep Tayyip Erdoğan. Muestra cómo estos personajes invasivos alteran los usos en una lógica propiamente carnavalesca de inversión de valores, señalando que el poder de un Bolsonaro o un Trump constituye una “fuerza oscura” que no busca instituir, sino desinstituir el poder político. Se trataría, por tanto, de un poder grotesco instituido que permite a los tiranos-bufones imponerse como figuras del “des crédito generalizado”, fundamentando paradójicamente su credibilidad en el des crédito del sistema que ellos mismos proclaman. Su discurso encuentra potencia por lo que expulsan y por lo que niegan, encontrándose ahí su principal factor de agregación. Al excitar el rechazo, esta tiranía de los bufones utiliza los resortes de lo grotesco para orquestar el resentimiento de las multitudes y despertar los viejos demonios sexistas, racistas y xenófobos (Salmon, 2020).

Esta soberanía grotesca ya funcionó en la Roma imperial bajo Calígula o Heliogábalo, emperadores romanos que pasaron a la historia por sus excentricidades y abusos de poder y, justamente, opera no a pesar de la incompetencia de quien la ejerce, sino debido a esa misma incompetencia y a los efectos grotescos que de ella se derivan. Lejos de constituir una aberración, lo grotesco es, de acuerdo con Salmon, uno de los engranajes que forman parte inherente de los mecanismos del poder de las nuevas derechas autoritarias. De este modo, la palabra “bufona” de un Trump, un Milei o un Alvisé, que tienen en común estar desprovistas de valor de verdad, pueden en el actual contexto verse dotadas de una potencia ejecutiva, por no decir performativa, por la sola magia que su acceso al poder les otorga.

Entrar el chat asociado al canal de Alvisé es como adentrarse en un carnaval trumpista, similar a 4chan, en el que sus seguidores jalean al líder, pero también se ríen de él y de sí mismos para que continúe la fiesta. La noche electoral uno decía “Alvisé, márcate un calvo y te harás famoso” y otro respondía “Entonces sería kalvisé”. Estos mismos seguidores aplauden y toman a broma que no tenga un programa definido o que cada vez parezca más un “pakistani” (como ya le

llaman algunos de sus afines). Parece que esto les inspirara confianza y les hiciera pensar que es alguien cercano, exento de la ambición y el egocentrismo de varios de los personajes centrales del anterior y el actual ciclo político. Las “quedadas” que caracterizaron su campaña electoral, en las que se congregaban centenares de fieles de SALF en lugares públicos al aire libre, van igualmente en esta línea de presentarse como un jefe de filas cercano y horizontal. En todo caso, la que denominó campaña #BocaABoca estuvo fuertemente basada en su presencia y agitación a través de su canal de Telegram.

Desde el punto de vista de su actuación discursiva, el ahora eurodiputado sevillano habla rápido y con desparpajo, siempre parece tener argumentos claros para defender sus ideas, por descabelladas que estas sean, hacer que sus bulos o medias verdades parezcan ciertos o que sus fantasmadas trumpistas suenen como proyectos realizables. Rara vez titubea al exponer sus delirantes e hiperbólicas medidas punitivistas xenófobas: encarcelar en la macroprisión a inmigrantes ilegales o a “cualquiera que lleve un tatuaje” (como si el país fuera un paraíso de mareros), así como a quienes han convertido a España “en una fiesta de los corruptos, de los mercenarios, de los pedófilos y violadores”.

Conserva un ligero acento andaluz occidental, más perceptible por la relajación o las aspiraciones en la coda silábica que por el seseo y la entonación tradicionalmente característica del geolecto de Sevilla. Aunque pudiera parecer algo premeditado para evitar la habitual *andalufobia*, o *glotofobia* hacia los acentos andaluces, a la que se ha sometido a otras figuras políticas del sur, como Teresa Rodríguez o María Jesús Montero, también puede deberse a que el personaje lleva más de una década viviendo fuera de Sevilla. Sus rasgos al hablar son un compendio de los elementos habituales del citado trumpismo discursivo: introduce a menudo frases hechas, léxico disfémico y coloquial, usado para menospreciar, atacar u ofender, salpicándolo con metáforas efectistas que se viralizan en las redes a gran velocidad:

Y si luego me tiene que venir la ONU a decirme que estoy violando derechos fundamentales, me descojono. Pues mira, te pongo a los 40.000 en fila y te los llevas donde queráis.

Los tomates españoles necesitan más papeles para salir del huerto, ¡que un inmigrante ilegal para entrar en este país!

Su discurso es también el de alguien curtido en las lides del trol de internet, en donde la agresividad verbal se ha convertido en la única forma de hacerse ver. También presenta la ya típica sintaxis simple, de frases breves y mensajes emocionales, propia del formato de las redes sociales. Exhibe, además, el lenguaje de la cultura del zasca y los rituales de lapidación propios de Twitter:

Pedro, calienta que sales. Más vale que te escondas en un maletero ¡porque te vamos a meter en prisión!

Periodistas mercenarios, ¡tenéis que entender el hartazgo del pueblo español!

Hace uso, asimismo, de métodos de propaganda clásicos, habituales ya en el trumpismo discursivo, como la hipérbole y la repetición e incorpora otros de la “propaganda autoritaria” (Stanley, 2015), como el juego de las generalizaciones o los significados sociales del endogrupo.

Construiremos una mega cárcel, sin piscinas ni gimnasio, donde meteremos previa reforma

legislativa a todos aquellos políticos que viven de la impunidad, del robo, ¡de los José Bono a los Felipe González!

Al oírle hablar, unas veces parece que estás escuchando a Torrente, otras a Jesús Gil y otras a uno de los *youtubers* de extrema derecha que copan la *fachosfera*. A pesar de ello, consigue presentarse como si fuera una figura *antiestablishment*, y desde ahí logra votos y apoyos para reforzar su posición como parte del *establishment*, entrando a formar parte de parlamentos, gobiernos, presidencias. No resulta fácil entender cómo se logra esta pirueta política, que ha sido explicada por Luisa Martín Rojo y Ángela Delgado (2021) como una de las señas de identidad del negacionismo generador nuevas hegemonías durante la pandemia:

Oponiéndose a los discursos hegemónicos, ponen en circulación otros conocimientos, otros valores e ideologías. Esta estrategia común en el discurso político adquiere en este caso rasgos especiales, sobre todo en la manera que tienen de movilizar la sospecha y la conspiración, y las fuertes emociones que ambas desatan, el odio y el miedo (Martín Rojo y Delgado, 2021).

Balance provisional

Las contradicciones en el discurso del eurodiputado de Se Acabó la Fiesta no se han hecho esperar: “A mi número 2 lo conocí el otro día. ¿Qué he hecho yo para seleccionar a mi lista? Hemos contratado una empresa que se encargaba de analizar todo compliance a todos los candidatos para ver todos los antecedentes penales a tiempo real a través de su DNI electrónico”, decía en una entrevista previa a las elecciones. Sin embargo, en un *post* en su canal de Telegram cuando ideó la candidatura dijo que iba a hacer las listas por sorteo y prometió también sortear todos los meses su sueldo de europarlamentario entre sus seguidores (aunque luego ha dicho que va a renunciar a él): “No venimos a la política a hacernos millonarios, no somos parásitos”. Pero como explica Ángel Carreño, esa lista planteada como un proceso de selección objetivo entre aspirantes de la sociedad civil, estuvo trufada en un 20% por empresarios del negocio inmobiliario, por amigos personales de Alvisé y por otros candidatos cuyos familiares concurren juntos.

De momento, ha conseguido su objetivo de lograr la “inmunidad diplomática y europarlamentaria”, pero es todavía muy pronto para saber cuál será el futuro de SALF. Lo único que parece seguro es que habrá novedades en un partido que acaba de nacer de un chat de Telegram y que seguirá transformándose con el tiempo, ajustando el objetivo de sus posiciones, en el intento de seguir siendo protagonista de la *fast politics* contemporánea. El tigre ya está fuera de la jaula y puede costar mucho volver a encerrarlo antes de que nos devore, si no somos capaces de articular colectivamente respuestas como las que propone el periodista experto en teoría y praxis antifascista Miquel Ramos:

La respuesta contra esta ola reaccionaria no puede ser darles la razón, sino mantenerse firmes. La izquierda debe reconstruirse bajo esos términos, sanar las heridas y recuperar la ilusión. Los movimientos sociales deben aguantar el embate, seguir dando ejemplo y lidiar con esta fascistización que viene y que puede que vuelva a traer violencia a las calles. La lucha contra esas deserciones y esa desafección que hace crecer a los monstruos mientras surge un mundo nuevo, como decía Gramsci, nunca puede ser a base de renunciadas, sino compitiendo por este relato y dando ejemplo en la praxis (Ramos, 2024).

Con Alvisé y su camarilla se acabó la fiesta... y empezó el *after*. Las imágenes de la noche electoral, en las que se le ve de celebración junto al Pequeño Nicolás en la discoteca Kapital de Madrid, son la caricatura perfecta de una élite que nunca duerme manipulando al pueblo en su propio beneficio.

Referencias

- Alabao, Nuria (2022). "Ser de Vox es guay. ¿Por qué algunos adolescentes asumen posiciones antifeministas públicamente? ¿Cómo responder?", *Ctxt*, 19/1/2022. Disponible en <https://ctxt.es/es/20220101/Firmas/38471/adolescentes-feminismo-patriarcado-vox.htm>
- Camargo Fernández, Laura (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*, 26, pp. 63-82. Disponible en <https://doi.org/10.6035/clr.5866>
- Camargo Fernández, Laura (2022). "El trumpismo discursivo en el Partido Popular", *Viento Sur*, 180, pp. 89-96. Disponible en <https://vientosur.info/el-trumpismo-discursivo-en-el-partido-popular/>.
- Carreño, Ángel (2024). "Alvisé y la conexión de Se Acabó la Fiesta con el sector inmobiliario", *El Independiente*, 17/6/2024. Disponible en <https://www.elindependiente.com/espana/2024/06/17/alvisé-y-la-conexion-de-se-acabo-la-fiesta-con-el-sector-inmobiliario/>.
- Galán, Javier, Kiko Llaneras y Borja Andrino (2024). "¿Quién ha votado a Alvisé? Sus apoyos por edad, sexo, ideología y renta", *El País*, 11/6/2024. Disponible en <https://elpais.com/internacional/elecciones-europeas/2024-06-11/quien-ha-votado-a-alvisé-sus-apoyos-por-edad-sexo-ideologia-y-renta.html>.
- García Díaz, Marcos (2021). *Alt-Right: Origen y proyección comunicativa Nacimiento, expansión e influencia en España de la derecha alternativa estadounidense*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza. Disponible en <https://independent.academia.edu/MarcosGarc%C3%ADaD%C3%ADaz?swp=tc-au-87056814>
- Marantz, Andrew (2021). *Antisocial. La extrema derecha y la "libertad de expresión" en internet*. Madrid: Capitán Swing.
- Martín Rojo, Luisa y Ángela Delgado (2021). "Desafíos políticos del negacionismo". *Viento Sur*, 21/1/2021. Disponible en <https://vientosur.info/desafios-politicos-del-negacionismo/>
- Morozov, Evgeni (2012). *El desengaño de internet. Los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Destino.
- Muñoz, Tomás (2024). "La fiesta de Alvisé Pérez acaba de empezar (y se mantendrá alejada de los juzgados)", *El Salto*, 9/6/2024. Disponible en <https://www.elsaltodiario.com/elecciones/quien-es-alvisé-pérez-conspiranoia>.
- Ramos, Miquel (2024). Respuestas ante la ola reaccionaria. *Público*, 12/6/2024. Disponible en <https://blogs.publico.es/dominiopublico/62737/respuestas-ante-la-ola-reaccionaria/#analytics-autor:listado>

Salmon, Christian (2019). *La era del enfrentamiento. Del storytelling a la ausencia de relato*. Barcelona: Península.

Salmon, Christian (2020). *La tyrannie des bouffons: sur le pouvoir du grotesque*. Paris: Les Liens qui Libèrent.

Sidera, Alba (2023). *Fascismo persistente. La Italia de Meloni y el ascenso de la extrema derecha en Europa*. Madrid: Ctxt/Escritos Contextatarios.

Stanley, Jason (2015). *How Propaganda Works*. Princeton & Oxford: Princeton University Press.

Urbán, Miguel (2024). *Trumpismos. Neoliberales y autoritarios. Radiografía de la derecha radical*. Barcelona: Verso.

[Fuente: [Viento Sur](#). Laura Camargo es profesora de Lingüística en la Universitat de les Illes Balears. Varias de las ideas que desarrolla este artículo pueden leerse en el libro de la autora sobre trumpismo discursivo y política trol que aparecerá próximamente publicado por la editorial Verbum].