

Carolina Arrieta-Castillo

DOI: 10.4312/vh.30.1.11-35

Universidad a Distancia de Madrid

Vox y la prensa conservadora: Análisis de categorías narrativas en las coberturas de las elecciones de Andalucía 2018 y Castilla y León 2022

Palabras clave: análisis crítico del discurso, discurso mediático, extrema derecha, medios digitales, Vox

La entrada del partido político español Vox en la Junta de Castilla y León tras las elecciones autonómicas de 2022 parece culminar un proceso de legitimación del partido de «ultraderecha» (Ferreira, 2019: 94) por parte del Partido Popular (PP), que necesita a Vox para gobernar. En este artículo se pretende comprender mejor el papel de la prensa tradicionalmente afín al PP en la construcción del imaginario social sobre Vox. Desde el análisis crítico del discurso, se examinan los niveles macro y microtextual para identificar las claves narrativas que configuran la representación de Vox en los medios *ABC*, *El Mundo* y *La Razón* tomando como referencia dos periodos: la campaña que sirvió a Vox para obtener representación en las instituciones por primera vez (las elecciones autonómicas de Andalucía 2018) y la campaña que consolidó a la formación hasta conseguir formar parte de un gobierno: el de la Junta de Castilla y León, en las elecciones de 2022. Los resultados indican que la representación de Vox ha sido más favorable en las elecciones más recientes gracias a la cesión del papel de emisor del discurso a los miembros de la formación y a la pérdida de piezas con contenido crítico, que sí aparecían con frecuencia en Andalucía 2018. Los medios con mayor difusión tienden a representar a Vox como actor de alianzas más que como promotor de medidas sociopolíticas, y *El Mundo* es, de los tres analizados, el diario digital que ofrece una representación más desfavorable de la formación.

1 Introducción

La entrada del partido político español Vox en la Junta de Castilla y León tras las elecciones autonómicas de 2022 parece culminar un proceso de legitimación del partido de «ultraderecha» (Ferreira, 2019: 94) por parte del Partido Popular (PP), que necesita a Vox para gobernar. En este contexto, cabe preguntarse cuál ha sido el papel de la prensa tradicionalmente afín al PP en ese proceso de legitimación (McCombs, 2006; Entman, 2007).

En una coyuntura en la que los medios en los que se obtiene la información pueden favorecer o mitigar la propensión de los ciudadanos a simpatizar con los partidos, los medios tradicionales generalmente han sido críticos con los discursos populistas y nacionalistas al tiempo que han servido como plataformas de difusión de sus mensajes (Esser et al., 2016: 12).

Los recursos visuales y discursivos, así como la selección de noticias y de los titulares que las encabezan, juegan un papel importante a la hora de orientar la interpretación de la actualidad de las formaciones políticas. No obstante, el discurso de los medios, como discurso persuasivo, debe encontrar acomodo en los marcos mentales de los lectores para poder tener efecto (Lakoff, 2004).

Algunos estudios en busca de conocer el tratamiento que los diarios hacen de Vox indican estrategias capaces de suscitar modelos desfavorables a la formación (Mancera Rueda y Villar Hernández, 2020: 337) o valoraciones críticas con algunas de sus propuestas (Moreno y Thornton, 2022: 36). En todo caso, no se han encontrado estudios que reflexionen sobre el papel que ha tenido el discurso mediático en la representación de Vox y su éxito entre el electorado de derechas.

En este artículo se pretende comprender mejor el papel de la prensa orientada a la derecha en la construcción del imaginario social sobre el partido de ultraderecha Vox. De este modo, se indaga en la evolución del relato construido sobre la formación en los medios *ABC*, *El Mundo* y *La Razón* tomando como referencia dos periodos: la campaña que sirvió a Vox para obtener representación en las instituciones por primera vez (las elecciones autonómicas de Andalucía de 2018) y la campaña que consolidó a la formación hasta conseguir formar parte de un gobierno, el de la Junta de Castilla y León (en las elecciones de Castilla y León de 2022).

Desde el análisis crítico del discurso se examinan los niveles macro y micro-textual para identificar las claves narrativas que configuran la representación de Vox en las elecciones autonómicas de 2018 y 2022. Para ello se plantean seis preguntas de investigación que son explicadas en el apartado metodológico.

2 Información y manipulación en los medios de comunicación

En el informe de Reuters Institute (Newman *et. al.*, 2022: 81) destaca la disonancia que existe entre los medios de comunicación españoles y sus audiencias así como la pérdida de confianza de las segundas en los primeros: tan solo un 36 % de los encuestados dice confiar en las noticias provenientes de los medios de comunicación.

En un contexto en el que cabe preguntarse si la construcción de mayorías políticas en democracia obedece a actos autónomos de los individuos o a dinámicas de propaganda y manipulación orquestadas (Romano Burgoa, 2022: 11), la información periodística es portadora de un valor estratégico fundamental. Al fin y al cabo, los medios de comunicación que producen esta información son los escenarios preferidos para las «batallas culturales» (Castells, 1998: 400).

Como indica Casero-Ripollés (2009: s. p.), la información periodística tiene un gran poder simbólico debido a su capacidad para definir la realidad, moldear significados sociales, estructurar la visibilidad pública y articular la agenda pública. Este poder o lógica simbólica (Charaudeau, 2003: 25), en la que los medios construyen representaciones y asignan valores en sus discursos, determina, a su vez, la lógica económica, según la cual los medios de comunicación son también negocios lucrativos que dependen de los espacios simbólicos que hayan conseguido transmitir y representar a la ciudadanía.

Dentro de esa lógica simbólica, se encuentran una serie de mecanismos comunicativos por los que los medios pueden manipular la realidad informativa de la audiencia. Los medios seleccionan los hechos que finalmente se convierten en noticiables, y eligen, también, la importancia que se les otorga mediante la recurrencia del tema, la cantidad de noticias que publican o dónde van colocadas esas noticias. Así, «la información dibuja los contornos de la actualidad, y no a la inversa» (Collon, 2002: 208).

A todo ello hay que sumar que las ediciones digitales de los medios tradicionales compiten por la preferencia de la audiencia en un panorama saturado de medios y noticias, lo que ha llevado a autores como Aguaded y Romero-Rodríguez (2015: 45) a hablar de «mediamorfosis», una dinámica según la cual, con el objetivo de captar la atención de los lectores, estos medios llegan a difundir noticias que no necesariamente se guían por su contenido informativo.

A pesar de que periodistas y ciudadanos comparten la percepción de que la influencia de la política es negativa para el funcionamiento del buen periodismo (Mauri-Rios et al. 2020: 304), la actividad periodística forma parte de un equilibrio complejo. Mayoral et al. (2019: 406), en un repaso por el concepto de *credibilidad periodística*, nos advierten de que lo infrecuente no es un periodismo sometido a los intereses ideológicos y comerciales, sino el modelo de periodismo informativo y riguroso sustentado con prácticas periodísticas independientes.

Este modelo de periodismo riguroso e independiente es todavía más difícil de sostener en contextos como el español: un modelo mediterráneo con una fuerte tendencia a la polarización en el consumo de medios (Hallin y Mancini, 2004: 89-142) y con noticias de contenido político habitualmente enfocadas a la representación negativa del enemigo (Baumgartner y Chaqués-Bonafont, 2015: 268-291). Esto da como resultado lo que algunos autores han llamado «audiencias partidistas» (Humanes, 2016: 48) o «ecosistemas mediáticos» (Masip et al. 2020: 10) que dificultan el sentido crítico de la audiencia hacia los periódicos afines y sus redactores.

Puesto que la orientación de la interpretación de las informaciones para representar negativamente al rival se hace —no solo, pero fundamentalmente— a través del lenguaje, el análisis del discurso puede ser útil para realizar el camino inverso: del producto discursivo a la orientación de la interpretación. Cabe preguntarse, no obstante, si toda orientación de la interpretación es también manipulación.

Para el enfoque sociocognitivo del análisis crítico del discurso (van Dijk, 2006: s. p.) la manipulación es un fenómeno que se produce en tres esferas. En la esfera social, la manipulación es el abuso de poder de quienes tienen acceso preferencial a los discursos públicos. En la esfera cognitiva, la manipulación se manifiesta en el control de los modelos mentales y las representaciones sociales que forman los individuos al estar expuestos a los discursos públicos. En la esfera del discurso, la manipulación se refleja en propiedades típicas del discurso utilizadas para influir en las mentes de los receptores (van Dijk, 2016a: 138).

Como discurso público, los medios de comunicación gozan de una posición hegemónica respecto a sus destinatarios; y en cuanto a la configuración de las cogniciones, los medios son capaces de configurar creencias y actitudes sociales (Méndez García de Paredes, 2010: 67). Por último, los discursos de los

medios no están exentos de prácticas discursivas orientadas a crear representaciones favorables o desfavorables de determinados grupos sociales (Fernández García, 2018; Grande López, 2019), colectivos (Arévalo Salinas *et al.*, 2020; González-Martínez *et al.* 2021) o partidos políticos (Peris Vidal, 2018; Vellón Lahoz, 2018).

Por todo ello, parece pertinente conocer las prácticas discursivas que caracterizan el tratamiento de los medios de comunicación hacia los partidos políticos.

3 Metodología

La metodología de este estudio sigue el enfoque sociocognitivo del análisis crítico del discurso, pues se propone llegar a conclusiones sobre el modo en que los medios de comunicación, y en concreto la prensa escrita digital, utiliza las diferentes estructuras discursivas que «representan, confirman, legitiman, reproducen o desafían las relaciones de abuso de poder (dominación) en la sociedad» (van Dijk, 2016b: 205).

El análisis se basa en cinco pasos: la observación documental para la búsqueda de información que permita contextualizar los resultados extraídos del análisis; la recolección del corpus; el análisis y sistematización estadística del corpus; el análisis cualitativo y el análisis crítico interpretativo (Pardo Abril, 2013: 91).

3.1 Selección del Corpus

Para compilar textos que representan la evolución en el tratamiento de Vox de la prensa de derechas, en primer lugar se han seleccionado tres diarios cuya editorial se considera favorable a las aspiraciones de los partidos políticos del centro-derecha. Estos tres diarios son *ABC*, *El Mundo* y *La Razón*. Los tres forman parte de importantes conglomerados de comunicación y, aunque tienen distinto arraigo en la sociedad española¹, se caracterizan por una oposición constante a los gobiernos y partidos de centro-izquierda (Vázquez Bermúdez, 2006: 254-255).

En un informe publicado por Political Watch (Martín, 2021: s. p.) que sitúa a los medios españoles en un eje horizontal o ideológico de izquierda a derecha,

¹ El diario *ABC* es el más antiguo de los tres y fue creado en 1903; *El Mundo*, en 1989, mientras que *La Razón* es el más reciente y fue creado bajo el Gobierno de José María Aznar, en 1998. *El Mundo* es, de los tres, el diario con mayor difusión: cuenta con unos 90.000 suscriptores. El diario *ABC* cuenta con 27.000 suscriptores. Se desconocen los datos de *La Razón* (Vara *et al.*, 2022).

y en un eje vertical de mayor a menor fiabilidad, se observa que los tres diarios se sitúan en el eje de la derecha para temas generalistas. *La Razón* y *ABC* aparecen prácticamente emparejados y *El Mundo*, más próximo al centro ideológico, aunque también claramente ubicado en la derecha².

Para poder examinar la evolución en el tratamiento de Vox, se estudian las piezas informativas producidas durante dos campañas a las elecciones autonómicas: Andalucía 2018, tras la que Vox se estrenaba con representación en las instituciones, y Castilla y León 2022, cuando sus 13 diputados le permitieron lograr para su candidato el puesto de vicepresidente en la Junta de Castilla y León y entrar a formar parte por primera vez de un gobierno autonómico. Por tanto, las piezas seleccionadas para el primero cubren desde el inicio de la campaña para las elecciones autonómicas de Andalucía hasta el día siguiente a la celebración de las elecciones; el segundo periodo comprende desde el primer día de campaña oficial para las autonómicas de Castilla y León hasta el día posterior a conocerse los resultados:

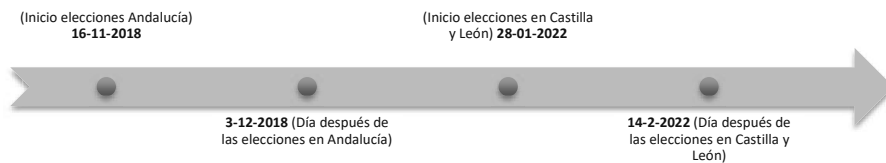


Figura 1: Línea de tiempo del inicio y fin de las elecciones autonómicas analizadas

Identificado el periodo de estudio, se realiza una búsqueda semántica en el buscador de cada diario. Se incluyen los términos *Vox* y *elecciones de Andalucía 2018* o *elecciones de Castilla y León 2022* y se acotan los resultados por las fechas indicadas. Se seleccionan solo aquellas piezas en las que el titular o la entrada incluyen los términos *Vox*, *extrema derecha*, *ultraderecha* o *derecha radical*, o hacen referencia a sus líderes o a sus palabras de forma evidente.

Finalmente, el corpus de estudio incluye 157 piezas periodísticas³.

2 Esta distancia entre los medios se acentúa cuando se atiende a las temáticas controvertidas, para las que *La Razón* sigue escorada a la derecha y *ABC*, aunque menos, también. Sin embargo, en temáticas controvertidas, *El Mundo* aparece prácticamente en el centro ideológico. En cuanto al eje vertical de fiabilidad –en el que, a mayor fiabilidad del periódico, superior es su ubicación en el eje vertical–, *El Mundo* aparece ubicado más arriba que los otros dos diarios y *La Razón* está ubicado en la parte inferior.

3 Puesto que no se ha acotado el corpus de análisis por géneros o tipos textuales, en este trabajo se utilizan los términos *pieza periodística*, *pieza informativa*, *artículo* o *noticia* indistintamente.

3.2 Preguntas de observación y categorías analizadas

Puesto que el objetivo del estudio es comprender el relato construido sobre Vox, se examinan las características macro y microtextuales de la modalidad narrativa (Charaudeau, 2003: 54) y se plantean 6 preguntas:

- P.1) *¿Qué temáticas predominan en las piezas informativas sobre Vox en las distintas elecciones?* Los temas son categorías macrosemánticas en las que se pueden encuadrar los hechos noticiosos. Todas las noticias pueden ser ubicadas bajo una temática paraguas o *umbrella topic* como son las elecciones de Andalucía y las elecciones de Castilla y León. Además, aparecen distintas temáticas que son extraídas de cada noticia y computadas en cada diario.
- P.2) *¿Qué actores sociales aparecen y qué roles se asignan a los principales protagonistas en cada temática?* Para la segunda pregunta, se examinan los actores que —nombrados explícitamente o no— protagonizan los hechos noticiosos de cada temática. A la hora de interpretar un proceso, la aparición o no aparición de ciertos personajes configura un marco actancial diferente. Por ejemplo, si se habla de un suceso pero no del actor que lo ha provocado, se diluye su *responsabilidad* (Bañón Hernández, 2002: 72). También se analizan los roles (van Leeuwen, 2008) que se asignan a estos protagonistas, para ello, se tiene en cuenta si son excluidos o incluidos en el relato; si las acciones las realizan o las reciben y si estas son cuestionadas o no por el redactor a través de recursos del plano microtextual como argumentos, asociaciones o adjetivaciones.
- P.3) *¿Qué tipo de valoración se realiza de Vox?* Los roles asignados a los actores sociales suelen conllevar una valoración positiva, negativa o neutra de acuerdo a la temática que se está tratando. Se observa también el tipo de valoración en las noticias de cada tema y se obtienen estadísticas de tipo de valoración en cada temática.
- P.4) *¿Qué voz se da a Vox?* La transcripción o no de las declaraciones de los actores influye en el tipo de representación. La traslación directa de las palabras de un actor social permite la difusión de su punto de vista al público y funciona como altavoz de sus ideas. Sin embargo, las opiniones de quienes no ejercen de emisores y únicamente son objeto de alusión no son representadas. Por otro lado, es importante observar los juicios valorativos que realizan los emisores —sean el periodista o los actantes del hecho noticioso— de las acciones

protagonizadas por los actores. Todo ello nos dará claves de la asignación de responsabilidades actantes, actoriales o locutivas. Como señala Bañón Hernández (2002: 72), mediante la manipulación de los grados de responsabilidad se puede identificar o atenuar la valoración de los actores sociales y orientar la interpretación del relato informativo.

- P.5) *¿Se observan diferencias en el tratamiento de Vox de unas elecciones a otras?* Para responder a esta pregunta se analizan las informaciones obtenidas en todas las categorías en las dos elecciones autonómicas estudiadas y se comparan los temas, personajes, roles y voces representados por los distintos diarios.
- P.6) *¿Se pueden observar estrategias que favorezcan la manipulación en el tratamiento de los medios hacia Vox?* Para responder a esta pregunta se sintetiza la información obtenida del análisis de las categorías anteriores y se reflexiona sobre ellas teniendo en cuenta el contexto social y las dinámicas comunicativas de los medios de comunicación.

4 Resultados

El primer resultado que comentar es el número de noticias por convocatoria y por diario:

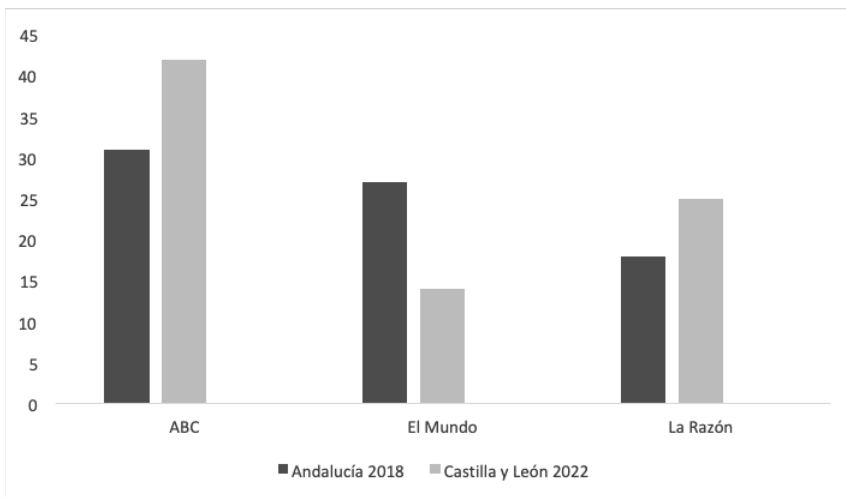


Figura 2: Número de noticias sobre Vox por diario y convocatoria electoral

Para *ABC* y *La Razón* hay un incremento en el número de noticias que llevan a Vox en el titular. En el primero, de las 31 noticias en Andalucía 2018 se pasa a las 42 en Castilla y León 2022. *La Razón* pasa de 18 a 25 artículos. En *El Mundo*, en cambio, se reduce el número de noticias, de 27 piezas en Andalucía 2018 se pasa a 14 piezas en Castilla y León 2022. Tanto *La Razón* como *ABC* producen más piezas periodísticas en el contexto de las elecciones castellano-leonesas que en el contexto andaluz, al contrario de lo que sucede con *El Mundo*, diario en el que Vox parece tener un protagonismo decreciente, al menos en sus titulares.

4.1 Plano macrotextual: las seis temáticas

El análisis de las 157 piezas informativas en el plano macrosemántico ha resultado en la configuración de seis grandes temáticas⁴ que, salvo en dos temáticas, se reproducen en los tres diarios y en las dos convocatorias electorales:

Temas	Andalucía 2018				Castilla y León 2022			
	ABC	<i>El Mundo</i>	<i>La Razón</i>	Total	ABC	<i>El Mundo</i>	<i>La Razón</i>	Total
1. Caracterización	7	8	10	25	18	7	13	38
2. Éxito	9	5	4	18	2	2	5	9
3. Rechazo	7	9	-	16	10	7	-	17
4. Pacto	5	4	1	10	10	7	5	22
5. Efecto en la política	6	4	3	13	4	1	2	7
6. Sus votantes	3	1	4	8	1	-	-	1
Total	37	31	22	90	45	24	35	95

Tabla 1: Cantidad de noticias de los tres diarios en cada temática por elección

El tema 1. *Caracterización* es sin duda el más productivo y es, también, en el que más noticias se encuadran tanto en *ABC* como en *La Razón*. El principal propósito de este tema es dar a conocer el partido, sus propuestas y sus candidatos. Suele incluir definiciones realizadas por el emisor, que puede ser el periodista o los propios actantes del suceso informativo.

4 En vista de que el contenido macrosemántico principal de algunas noticias coincide con más de una temática, estas noticias son clasificadas en distintos temas. Es por ello que el total de noticias asignadas a temáticas (185) es mayor que el número de piezas del corpus de estudio (157).

En cambio, el tema en el que más artículos se engloban en *El Mundo* es *Rechazo*. Este tema se caracteriza por hacerse eco de sucesos en los que se rechaza la existencia, el auge o la colaboración con Vox, o bien es el emisor el que reflexiona sobre ese rechazo. Es un tema en el que aparecen claros antagonistas de la formación y es especialmente interesante observar la valoración que el periodista realiza de ese rechazo y a quién se responsabiliza de la acción de rechazo.

El número de noticias de la temática *Pactos* es mayor en las elecciones castellano-leonesas que en las andaluzas en todos los diarios. En esta temática principalmente se informa sobre la posibilidad de pactar o no con Vox. Algunos artículos comparten temática con *Rechazo*, pues son varias las ocasiones en las que el tema principal es la negativa de otros partidos a pactar con Vox.

Lo contrario sucede con la temática *Votantes*, cuyo número de artículos disminuye en 2022, respecto a 2018, en todos los diarios. En este tema se produce información sobre las características de las personas que simpatizan con Vox.

Los otros dos temas, *Éxito* y *Efecto en la política*, responden a tendencias diferentes según los diarios. En el tema *Éxito*, el propósito informativo del artículo es exponer sucesos que revelan la popularidad creciente de Vox, y esto genera reflexiones sobre las claves de su éxito. Por tanto, tiene algunas noticias compartidas con el tema *Caracterización*.

En el tema *Efecto en la política* se encuentran artículos en los que se informa sobre declaraciones o movimientos políticos provocados por la irrupción o la influencia de la formación liderada por Santiago Abascal. Comparte algunas noticias con el tema *Pactos*.

No pasa inadvertido que los diarios *ABC* y *El Mundo* muestran tendencias opuestas en casi todos los temas.

4.2 Plano microtextual: roles, voces y valoraciones

En la cobertura de las elecciones andaluzas, la valoración que se realiza en los tres diarios es más bien dispar:

PERIÓDICOS	ROL		VALORACIÓN	
ABC (31 noticias)	Héroe	3	Positiva	25.8 %
	Colaborador	3		
	Víctima	2		
	Beneficiario	5	Negativa	22.5 %
	Cómplice	-		
	Malhechor	2		
	Neutro	16	Neutra	51.6 %
El Mundo (27 noticias)	Héroe	1	Positiva	18.5 %
	Colaborador	1		
	Víctima	3		
	Beneficiario	4	Negativa	51.8 %
	Cómplice	2		
	Malhechor	8		
	Neutro	8	Neutra	29.6 %
La Razón (18 noticias)	Héroe	3	Positiva	22.2 %
	Colaborador	-		
	Víctima	1		
	Beneficiario	3	Negativa	16.6 %
	Cómplice	-		
	Malhechor	-		
	Neutro	11	Neutra	61.1 %

Tabla 2: Roles y valoraciones de los actores sociales en Andalucía 2018

Mientras en *ABC* y *La Razón* dominan los textos expositivos que se hacen eco de las ideas de la formación de extrema derecha –muchas veces citando los discursos de los propios candidatos–, en *El Mundo* la valoración es mayormente negativa y los roles dominantes son los de malhechor y beneficiario. En su rol de malhechor, Vox es caracterizado como *un mal* de la política que es cuestionado por el emisor-periodista. Al Partido Socialista Obrero Español (PSOE) le es atribuida la responsabilidad del origen de ese *mal* llamado Vox y por tanto le es asignado un rol de *supermalhechor*. Tanto en el tema *Caracterización* como en *Rechazo*, se atribuye el rol de *supermalhechora* a Susana Díaz, candidata del PSOE a la Junta de Andalucía.

El Mundo es especialmente crítico cuando caracteriza a Vox como un partido *antiautonomías* y *antiinmigración*. Sin embargo, pese a que parte del rol de malhechor le es asignado por su actitud antiinmigración, ni aparecen los inmigrantes retratados como víctimas ni se reproducen sus reclamaciones; son actantes aludidos pero no emisores. *El Mundo* muestra valoraciones más favorables de Vox cuando, al informar de los orígenes lejos de los focos del partido, se le atribuyen roles de *underdog* o víctima.

El único atributo que se le da a Vox como *héroe* en este diario es cuando se tacha al entonces candidato a la presidencia de la Junta, Francisco Serrano, de referente:

- [1] (...) ejerce actualmente como abogado en muchas causas relacionadas con procesos de violencia de género o divorcio, habiéndose convertido en un referente de los colectivos de hombres *que dicen ser*⁵ discriminados en favor de sus ex parejas (López Pavón, T. 3/12/2022, *El Mundo*).

Incluso en esta noticia [1], el periodista se refiere a estos colectivos como hombres «que dicen ser» discriminados. El redactor toma distancia con la designación de dichos colectivos y, por tanto, con la causa del candidato de Vox.

A la hora de representar el éxito de Vox, los diarios *ABC* y *La Razón* tienden a elevar a titulares sucesos no relacionados con la acogida de las propuestas políticas, lo que puede haber contribuido a la sobrerrepresentación del éxito de la formación. Así ocurre en las siguientes noticias:

- [2] «Vox fue el partido más buscado en Google en la última semana» (Buitrago, J., 2/12/2018, *La Razón*).
- [3] «La prensa internacional destaca que las elecciones con una prueba para Sánchez y una oportunidad para Vox» (Redacción *ABC*, 2/12/2018).

En el tema *Rechazo*, *ABC* realiza una representación heroica y victimaria de la formación política en oposición a una serie de enemigos políticos a quienes se da voz y en cuyos discursos Vox es representado como el gran rival ideológico. Predomina la modalidad expositiva construida con citas de los discursos de otras personalidades.

En el tema *Pactos*, tanto en *ABC* como en *El Mundo* predominan las citas de cargos del PP que valoran –a veces de forma positiva y a veces negativa– la

5 La cursiva es nuestra.

colaboración política con Vox. En general, la valoración de Vox es positiva cuando se le asigna el rol de *colaborador* que ayuda a desalojar al gobierno andaluz, y negativa cuando se le asigna el de *carga* que debe soportar el Partido Popular. Se trata de uno de los temas con mayor riqueza de roles asignados a la formación.

A diferencia de lo que ocurre en *ABC*, en *El Mundo* predominan los juicios de valor del periodista (Lamet, J., 3/12/2018, *El Mundo*), que destaca “la suavización del discurso del PP” con respecto a Vox y valora que los populares “desdramatizan la radicalidad de Vox”.

En el tema de *Efecto en la política*, la representación que realizan los tres diarios es mayoritariamente neutra, aunque también se encuentran críticas sutiles a su política migratoria y centralista en el diario *La Razón*:

- [4] El partido de Santiago Abascal irrumpe por primera vez en una Cámara autonómica de España con la contradicción de querer eliminar los gobiernos regionales (González Q., M. 03/12/2018, *La Razón*).

Respecto al tema *Sus votantes*, aunque la representación mayoritaria en los tres diarios sigue siendo la neutra (Tabla 2), tanto en *ABC* como en *El Mundo* se ha observado la atribución de roles con valor negativo como *beneficiario* de un voto “de desahogo” (Camacho, I. 29/11/2018, *ABC*). Se ofrece el perfil de unos votantes hartos de la clase política y muy especialmente del gobierno socialista andaluz.

En *La Razón*, sin embargo, la caracterización de los votantes es más favorable y no hay reparo en emitir juicios negativos sobre los inmigrantes, lo que sirve a modo de argumento que justifica tanto las palabras condenatorias de Vox hacia la inmigración como la buena acogida de este discurso por parte de sus votantes (Lorente Ferrer, J. 26/11/2022, *La Razón*).

PERIÓDICOS	ROL		VALORACIÓN	
ABC (42 noticias)	Héroe	5	Positiva	19 %
	Colaborador	3		
	Víctima	-		
	Deudor	1	Negativa	19 %
	No Cómplice	1		
	Malhechor	6		
	Neutro	26	Neutra	61.9 %
El Mundo (14 noticias)	Héroe	2	Positiva	42.8 %
	Colaborador	1		
	Víctima	3		
	Beneficiario	-	Negativa	21.4 %
	Cómplice	1		
	Malhechor	2		
	Neutro	5	Neutra	35.7 %
La Razón (25 noticias)	Héroe	6	Positiva	32 %
	Colaborador	1		
	Víctima	1		
	Beneficiario	1	Negativa	4 %
	Cómplice	-		
	Malhechor	-		
	Neutro	16	Neutra	64 %

Tabla 3: Roles y valoraciones de los actores sociales en Castilla y León 2022

A la hora de caracterizar a Vox en la cobertura de las elecciones de Castilla y León 2022, los tres medios ofrecen valoraciones mayormente neutras y positivas de la formación (Tabla 3). En *La Razón*, Vox es el principal emisor del discurso y o bien no hay valoración por parte del periodista, o bien se observa un tratamiento favorable por parte de la prensa. Este tratamiento se produce por la atribución que el redactor-emisor hace al partido de acciones positivas en piezas aparentemente expositivas, como sucede en [5]:

[5] (...) Todo ello con el reto que se han marcado de llegar a lo máximo para cambiar las cosas (Conde, C. 30-01-2022, *La Razón*).

También se produce este tratamiento favorable a través del enfoque de la noticia como una réplica de Vox a palabras de otros (Santiago, F. 3/2/2022, *La*

Razón). En las piezas de carácter más opinativo, la representación es directamente favorable (Marco, J. M. 9/2/2022, *La Razón*). Tanto *ABC* como *El Mundo* dan protagonismo a las ideas de Vox, y aunque se destacan aspectos de su programa, los titulares son protagonizados por las políticas de pactos y las expectativas electorales.

En el tema de *Éxito*, de nuevo la valoración más común es la neutra. Esta vez es el diario *ABC* el que, mediante la referencia a discursos contrarios a Vox de agentes políticos y sociales, favorece una predisposición negativa a la formación de extrema derecha. En *El Mundo* predomina la valoración neutra y los emisores destacados son los miembros del PP.

En el tema *Pactos* predomina la representación neutra de Vox y la de colaborador necesario para formar gobierno, gracias a una variedad de voces de miembros del PP y de Vox y algún texto opinativo a favor de estos pactos (Carrascal, J. 8-2-2022, *ABC*). En *El Mundo* se le asignan atributos positivos en dos de las piezas, con roles como *colaborador positivo* del PP o *víctima* de los enemigos (PSOE y terroristas). Desaparecen las opiniones del redactor sobre la desdramatización o suavización de las posturas del PP respecto a Vox. A pesar de ser menos críticos con el PP, se refleja su pérdida de protagonismo: seis noticias recogen palabras de dirigentes de Vox y tres recogen palabras de miembros del PP; algo que no sucedió en el contexto de las elecciones de Andalucía. En *La Razón*, los redactores se hacen eco mayoritariamente de las declaraciones de Vox sobre posibles pactos con el PP; en ocasiones de modo expositivo, sin valoración positiva o negativa, y en otras con una representación positiva al asignarles atributos de honestidad y valor y asociando esos atributos a su éxito [6]:

- [6] Vox no tuvo que «disfrazarse» en campaña y jugó de nuevo a sus cartas ganadoras: decir lo que defienden sin cambiar el guion, guste o no; su poder de movilización en la calle, y mostrarse tal y como son convirtiéndoles en «imparables» (Macías, C. S. 13-2-2022, *La Razón*).

En *Efecto en la política*, de nuevo se observan coincidencias en los discursos de los diarios. *La Razón* y *ABC* favorecen representaciones positivas de la formación gracias a la asignación de atributos heroicos. Para ello utilizan piezas opinativas claramente favorables o se sirven de dar a Vox el lugar de emisor sin valorar los discursos de la formación. *El Mundo* también se hace eco de las declaraciones de los dirigentes de Vox. A la hora de introducir sus discursos, se observa la asignación de atributos positivos de liderazgo [7].

- [7] García-Gallardo, novato en política con poco más de 30 años, sacó sus nuevos galones y dejó claro que liderará la comisión negociadora de Vox y que se hablará en Castilla y León (Lázaro, F., 14-2-2022, *El Mundo*).

Para *El Mundo* y *La Razón* no tiene interés la temática *Sus votantes* en las elecciones castellano-leonesas y solo *ABC* produce una pieza con exposición ligeramente favorable que le asigna un rol de beneficiario positivo a Vox, como *underdog*.

Si se tienen en cuenta el global de las valoraciones de los tres periódicos y se comparan por elecciones autonómicas, se obtiene la Figura 3:

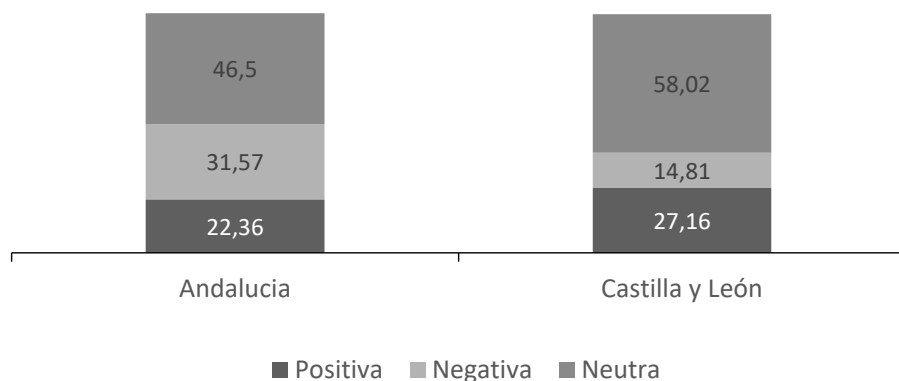


Figura 3: Porcentaje de frecuencia de valoraciones de Vox en los tres diarios

En ella se puede observar que el tratamiento de Vox por parte de la prensa conservadora es menos negativo en 2022 que en 2018. La pérdida de crítica en el tratamiento que se hace de la formación con el paso de los años coincide con una representación mayormente neutra en la campaña a las elecciones autonómicas de Castilla y León. Esta representación neutra, no obstante, se logra con la cesión del rol de emisor a la propia formación política, lo que deriva en la creación de una plataforma de difusión de sus ideas sin que estas sean evaluadas por el periodista.

5 Discusión y Conclusiones

Para conocer el tratamiento que se ha dado a Vox por parte de los diarios *ABC*, *El Mundo* y *La Razón* en dos elecciones autonómicas, Andalucía 2018 y Castilla y León 2022, se han examinado temas, valoraciones de los actores, roles asignados a estos y voces con las que se construye el relato mediático sobre el partido político.

Respecto a la P.1 *¿Qué temáticas predominan en las piezas informativas sobre Vox en las distintas elecciones?* La prensa afín al espacio de derechas parece especialmente interesada en contar a sus lectores quién es Vox y qué representa. El tema de los pactos cobra especial relevancia en las elecciones autonómicas de Castilla y León 2022, al tener al PP de coprotagonista, y no parece que ninguno de los diarios tenga especial interés por saber quiénes están apoyando a este partido que irrumpe en las instituciones.

Es importante señalar que, incluso cuando en los cuerpos de las noticias los diarios se hacen eco –a través de la figura del emisor encarnada en los políticos de Vox– de las propuestas respecto a temas como la inmigración o la unidad territorial, los titulares han dado especial importancia a la política de alianzas. En el relato de los diarios *ABC* y *El Mundo* –y en menor medida en *La Razón*– Vox es resaltado como protagonista de pactos más que como promotor de políticas socioeconómicas, lo que puede suponer un sesgo importante de la información hacia la ciudadanía.

Por otro lado, se ha observado que el tratamiento de los tres diarios tiene diferencias y similitudes. En respuesta a las preguntas 2, 3 y 4 (*¿Qué actores sociales aparecen y qué roles se asignan a los principales protagonistas en cada temática? ¿Qué tipo de valoración se realiza de Vox? ¿Qué voz se da a Vox?*) *El Mundo* ha sido el diario que ha ofrecido una representación más desfavorable del partido político, especialmente en las elecciones andaluzas de 2018. *El Mundo* tiende a cuestionar la irrupción de la formación en la sociedad y le otorga el rol de *amenaza* al considerar que radicaliza a los votantes de derechas. Con todo, la responsabilidad final no es de sus votantes (que se representan como víctimas) ni del propio partido Vox, que sería un mero beneficiario, sino de la clase política que le ha dado pábulo y, muy especialmente, de los enemigos políticos, encarnados en la figura de Susana Díaz, a la que preferentemente se le asigna el rol de supermalhechora. La formación de Abascal, en este caso, es un medio para la construcción de la macroestrategia semántica de polarización en el relato político: Ellos-malos/ Nosotros-buenos (van Dijk, 2005: 33).

La representación ofrecida sobre Vox por los diarios *ABC* y *La Razón* es más pareja, aunque se observa alguna diferencia: *ABC* prioriza a los miembros del PP como emisores del discurso cuando se abordan cuestiones como los pactos o el efecto en la política. En algunas piezas informativas sobre Vox, se han identificado valoraciones sutilmente negativas de los redactores. Por el contrario, en *La Razón* es más difícil encontrar valoraciones del periodista y, cuando estas aparecen, suelen ser favorables a la formación política de Abascal. *La*

Razón es, con diferencia, el medio que mayor altavoz proporciona a Vox en cualquiera de las dos elecciones estudiadas, pues sus noticias van destinadas a caracterizar al partido otorgando el papel de emisores del discurso a los propios miembros de Vox, lo que permite la transmisión de sus puntos de vista sin cuestionamiento por parte del diario.

Además, *ABC* y *La Razón* tienden a seleccionar titulares que pueden llevar a la sobrerrepresentación de Vox, en un claro ejemplo de «mediamorfosis» (Agueda y Romero-Rodríguez, 2015: 45). Esto no parece tener lugar en *El Mundo*, donde, por otra parte, el número de noticias que llevan a Vox en el titular disminuye en las elecciones autonómicas de 2022.

Estas diferencias en el relato de los medios son consistentes con la ubicación de los tres diarios en el eje horizontal o ideológico (Martín, 2021: s. p.). Cuanto más lejos está el diario del centro ideológico más firme es la representación favorable de Vox y más visibilidad se da a sus propuestas socioeconómicas, y viceversa: a mayor representación desfavorable, menor distancia del centro y mayor ocultación de su programa, como ocurre en *El Mundo*.

No obstante, teniendo en cuenta la P.5 *¿Se observan diferencias en el tratamiento de Vox de unas elecciones a otras?* Se ha observado que la representación tiende a ser más favorable en las elecciones de 2022 en los tres diarios analizados. La representación que la prensa de derechas arroja sobre Vox va del rol de *amenaza* que se cierne sobre el espacio de derechas al de *incentivo* capaz de forzar a reaccionar a ciertos sectores dentro del PP, algo que parece consistente con los fines de algunos miembros destacados del PP (Rubio-Pueyo, 2019: 10), más críticos con la llamada *línea blanda* del partido.

Por último, para responder a la P.6 *¿Se pueden observar estrategias que favorezcan la manipulación en el tratamiento de los medios hacia Vox?* Se observa que es la selección de la figura del emisor –más que el uso de valoraciones en las piezas expositivas– el recurso que habitualmente posibilita una representación que, si bien es mayoritariamente neutra, funciona como una plataforma para difundir los puntos de vista del partido, de manera más evidente cuanto más escorado ideológicamente a la derecha está el diario y cuanto más reciente en el tiempo es el discurso. Todo ello puede mostrar la pérdida de función crítica de los diarios hacia Vox tras su consolidación (Díaz Nosty, 2011: 18).

Para concluir, se debe admitir que este estudio pone el foco en las categorías correspondientes a la modalidad narrativa y es evidente que un análisis del resto de modalidades que intervienen en la composición del texto mediático

—fundamentalmente, la descriptiva y la argumentativa—, ayudarán a caracterizar en mayor detalle la representación mediática sobre el partido político.

Consideramos que el análisis discursivo de los artículos nos da información sobre la orientación de la interpretación que sobre el fenómeno Vox han favorecido cada uno de los diarios en su audiencia y que todo ello puede contribuir a comprender mejor el comportamiento de la sociedad respecto a la formación política. Al final, es de lo que trata el análisis crítico del discurso: asistir con el examen del lenguaje a la constitución de claves que ayuden a descifrar las prácticas sociales.

Bibliografía

- Aguaded, J. I., Romero-Rodríguez, L. M. (2015): «Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo», *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 16, 1: <https://doi.org/10.14201/eks20151614457> (13-07-2022).
- Arévalo Salinas, A. I., Al Najjar Trujillo, T., Silva Echeto, V. (2020): «Representaciones de la inmigración en los medios informativos españoles y su visibilidad como fuentes informativas», *Historia y comunicación social*, 26, 1: <http://dx.doi.org/10.5209/hics.66548> (13-07-2022).
- Bañón Hernández, A. M. (2002): *Discurso e inmigración. Propuestas para el análisis de un debate social*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Baumgartner, F. R., Chaqués-Bonafont, L. (2015): «All news is bad news: Newspaper coverage of political parties in Spain», *Political communication*, 32, 2: <https://doi.org/10.1080/10584609.2014.919974> (13-07-2022).
- Buitrago, J. (2-12-2018): «Vox fue el partido más buscado en Google en la última semana», *La Razón*: <https://www.larazon.es/elecciones-andaluzas/vox-fue-el-partido-mas-buscado-en-google-en-la-ultima-semana-CM20796325/> (13-07-2022).
- Camacho, I. (29-11-2018): «Voto del desahogo». *ABC*: https://www-abc-es.zproxy.org/opinion/abci-voto-desahogo-201811290059_noticia.html (13-07-2022).
- Carrascal, J. (8-2-2022): «De mal en peor». https://www.abc.es/opinion/abci-jose-maria-carrascal-peor-202202082242_noticia.html (13-07-2022).
- Casero-Ripollés, A. (2009): «El control político de la información periodística». *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366: <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-828-354-366> (13-07-2022).

- Casero-Ripollés, A. (2012): «El periodismo político en España: algunas características definitorias». En: A. Casero-Ripollés (ed). *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*, La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social. <http://hdl.handle.net/10234/80553> (13-07-2022).
- Castells, M. (1998): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza editorial.
- Charaudeau, Patrick (2003): *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona: Gedisa.
- Collon, M. (2002): ¡Ojo con los media! Hondarribia: Hiru Argialetxea.
- Conde, C. (30-01-2022): «García Gallardo promete „patria, vida y libertad“ frente a la cultura de la muerte». *La Razón*: <https://www.larazon.es/castilla-y-leon/20220130/ylm4kxltxrbgti7jn7kzv5zknq.html> (13-07-2022).
- Díaz Nosty, B. (2011): *El libro negro del periodismo en España*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Entman, R. (2007): «Framing bias: Media in the distribution of power», *Journal of communication*, 57, 1, 163-173: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x> (13-07-2022).
- Esser, F., Stepinska, A. y Hopmann, D. N. (2016): «Populism and the Media. Cross-National Findings and Perspectives». En: T. Aalberg, F. Esser, C. Reinemann, J. Strömbäck, y C. d. Vrees (eds.), *Populist Political Communication in Europe*. London: Routledge.
- Fernández García, N. (2018): Género, medios y política: representación de las mujeres políticas en los medios de comunicación, *Más poder local*, 36: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6784244> (13-07-2022).
- 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> (13-07-2022).
- González Q., M. (03-12-2018): «Vox, el quinto elemento, revoluciona el Parlamento». *La Razón*: <https://www.larazon.es/elecciones-andaluzas/vox-el-quinto-elemento-revoluciona-el-parlamento-LK2o8o38oo/> (13-07-2022).
- González Calleja, E. (2001): «Extrema derecha y fascismo en España y en Europa: elementos para un debate», *Hispania*, 61, 207: <https://doi.org/10.3989/hispania.2001.v61.i207.305> (13-07-2022).
- González-Martínez, A. M., Maribondo Albuquerque, I., da Costa Silva, K., José Luis Estramiana, A. (2021): Influencia de los periódicos españoles

- en la creación de estereotipos contra los inmigrantes marroquíes entre los años 2008 y 2016. *Huellas de la Migración*, 5, 9: <https://doi.org/10.36677/hmigracion.v5i9.12995> (13-07-2022).
- Grande López, V. (2019): «La hipersexualización femenina en los medios de comunicación como escaparate de belleza y éxito», *Communication Papers*, 8, 16: <http://hdl.handle.net/10498/21599> (13-07-2022).
- Hallin, D. C., Mancini, P. (2004): *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511790867> (13-07-2022)
- Humanes, M. L. (2016): «Exposición selectiva, partidismo y polarización de las audiencias de los medios en España». En: A. Casero-Ripollés (coord.), *Periodismo y democracia en el entorno digital*. Madrid: SEP.
- Lakoff, G. (2004): *Don't think of an elephant*. Chelsea: Chelsea Green Publishing.
- Lamet, J. (3/12/2018): «Pablo Casado se abre a pactar todo con Vox menos la supresión de las autonomías». *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/espana/2018/12/03/5c05442321efa0cc3d8b46bc.html> (13-07-2022).
- Lázaro, F. (14-2-2022): «García-Gallardo (Vox): „No nos vamos a abstener. No seremos la muleta de nadie». *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/elecciones/elecciones-castilla-y-leon/2022/02/14/620a396be4d4d8797a8b45ad.html> (13-07-2022).
- López Pavón, T. (3-12-2018): «El juez Francisco Serrano, azote del discurso de género». *El Mundo*: <https://www.elmundo.es/andalucia/2018/11/14/5bec499622601db6478b45c1.html> (13-07-2022).
- Macías, C. S. (2022): «Vox reivindica su derecho a formar gobierno». *La Razón*: <https://www.larazon.es/espana/20220213/v575g5rt7reavoqlepg5hgiena.html> (13-07-2022).
- Mancera Rueda, A., Villar Hernández, P. (2020): «Análisis de las estrategias de encuadre discursivo en la cobertura electoral sobre Vox en los titulares de la prensa española». *Doxa Comunicación*, 31, 315–340: <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/452> (13-07-2022).
- Martín, I. (2021): «Political Watch publica el primer Media Bias Chart con el análisis de 30 medios de comunicación en España», Political Watch: <https://politicalwatch.es/blog/political-watch-publica-primer-media-bias-chart-espana-2021/> (13-07-2022).

- Masip, P., Suau, J., Ruiz-Caballero, C. (2020): «Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español». *Profesional De La información*, 29, 5. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27> (13-07-2022).
- Mauri-Rios, M., López-Meri, A., Perales-García, C. (2020): «La ética profesional de los periodistas frente a los gobiernos y políticos: percepciones de los profesionales y ciudadanos en España», *Revista Latina de Comunicación Social*, 77: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1459> (13-07-2022).
- Mayoral, J., Parratt, S., Morata, M. (2019): «Desinformación, manipulación y credibilidad periodísticas: una perspectiva histórica». *Historia y Comunicación Social*, 24, 2, 395-409: <https://doi.org/10.5209/hics.66267> (13-07-2022).
- McCombs, M. (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Méndez García de Paredes, E. (2010): Lengua y manipulación en el discurso de la información periodística. En: Esteban Tomás Montoro del Arco, Juan Antonio Moya Corral (coords.). *Actas de las XV Jornadas sobre la Lengua Española y su Enseñanza*. Granada: Universidad de Granada: <https://idus.us.es/handle/11441/25418> (13-07-2022).
- Moreno, J. A., Thornton, G. (2021): «Obstrucción de la acción climática en la extrema derecha española: La enmienda de Vox a la Ley de Cambio Climático y su representación en prensa», *Ámbitos*, 55, 25-40: https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/55/Art_02.pdf (13-07-2022).
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Nielsen, R. (2020): *Digital news report*. Reuters Institute: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (13-07-2022).
- Pardo Abril, N. G. (2013): *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Peris Vidal, M. (2018): «El tratamiento periodístico del partido político Podemos en el País Vasco y Público: Un análisis desde la teoría del framing» *Vivat Academia*, 143: <https://doi.org/10.15178/va.2018.143.111-134> (13-07-2022).
- Redacción ABC (2-12-2018): «La prensa internacional destaca que las elecciones con una prueba para Sánchez y una oportunidad para Vox» *ABC*: https://www.abc.es/espana/abci-prensa-internacional-destaca-elecciones-prueba-para-sanchez-y-oportunidad-para-201812022018_noticia.html (13-07-2022).

- Romano Burgoa, R. B. (2022): Comunicación, manipulación y democracia. *Orbis Tertius*, 6, 11, 11–23: <https://www.biblioteca.upal.edu.bo/htdocs/ojs/index.php/orbis/article/view/113> (13-07-2022).
- Rubio-Pueyo, V. (2019): *Vox: ¿Una nueva extrema derecha en España?* New York: Rosa Luxemburg Stiftung.
- van Dijk, T. A. (2005): «Política, ideología y discurso», *Quorum académico*, 2, 2: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199016762002> (13-07-2022).
- van Dijk, T. A. (2006): «Discurso y Manipulación. Discusión teórica y algunas aplicaciones». *Signos*, 39, 60, 49-74.
- van Dijk, T. A. (2016a): «Estudios Críticos del Discurso: un enfoque sociocognitivo». *Discurso y Sociedad*, 10, 1, 167-193.
- van Dijk, T. A. (2016b): «Análisis Crítico del Discurso». *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 30: <http://revistas.uach.cl/pdf/racs/n30/art10.pdf> (13-07-2022).
- van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Vara, A., Negredo, S., Amoedo, A., Moreno, E. y Kaufmann, J. (2022): Digital News Report España. Reuters Institute: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022/espana> (13-07-2022).
- Vázquez Bermúdez, M. A. (2006). Los medios toman partido. *Ámbitos*, 15, 257-267: <https://idus.us.es/handle/11441/13907> (13-07-2022).
- Vellón Lahoz, F. J. (2018): «Ideología y comunicación: Metáforas orientacionales en la representación mediática de Podemos». *eHumanista / IVITRA*, 13: <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/176883> (13-07-2022).

Vox and the Conservative Press: Analysis of Narrative Categories in the Coverage of the Elections of Andalucía 2018 and Castilla y León 2022

Keywords: critical discourse analysis, media discourse, far right, digital media, Vox

The arrival of the Spanish political party Vox into the Junta de Castilla y León after the regional elections of 2022 seems to have culminated in a process of legitimization of the “far-right” party (Ferreira, 2019: 94) by the Partido Popular (PP), which needs Vox to govern. This article aims to better understand

the role of the press that traditionally favours the PP in the construction of the social imaginary about Vox. Using critical discourse analysis, the macro and microtextual levels are examined to identify the key narratives that build the representation of Vox in the media *ABC*, *El Mundo* and *La Razón*, taking two pivotal moments as a reference: the campaign that allowed Vox to obtain electoral legitimacy for the first time (the regional elections of Andalusia 2018), and the campaign that solidified the party when it became an active part of a government: that of the Junta de Castilla y León in the 2022 elections. The results indicate that the representation of Vox has been more favourable in the most recent elections because the role of emitter of speech has been transferred to the party members; as well, there has been a loss of media pieces with critical content, of the type that appeared frequently in Andalusia 2018. The more mass media tend to represent Vox as an actor of alliances rather than as a promoter of socio-political measures, and *El Mundo* is, of the three analysed, the voice that offers the most unfavourable representation of the party.

Vox in konservativni tisk: analiza narativnih kategorij v poročanju o volitvah v Andaluziji 2018 in v Kastilji in Leónu 2022

Ključne besede: kritična analiza diskurza, medijski diskurz, skrajna desnica, digitalni mediji, Vox

Vstop španske politične stranke Vox v upravo avtonomne skupnosti Kastilje in Leóna (Junta de Castilla y León) po regionalnih volitvah leta 2022 pomeni vrhunec procesa legitimizacije »skrajne desnice« (Ferreira, 2019: 94) s strani Ljudske stranke (PP), ki stranko Vox potrebuje kot vladnega zaveznika. Namen članka je analizirati vlogo tiska, ki je tradicionalno blizu stranki PP, pri oblikovanju družbenega imaginarija o Voxu. S kritično analizo diskurza ter preučevanjem makro- in mikrobeseidilne ravni so identificirani narativni ključni, ki oblikujejo reprezentacijo Voxa v medijih *ABC*, *El Mundo* in *La Razón*. Pri tem sta kot referenca vzeti dve obdobji: kampanja, ko si je Vox prvič priborila zastopstvo v institucijah (avtonomne volitve v Andaluziji 2018), ter kampanja, ki je stranko utrdila tako, da je po volitvah 2022 postala del avtonomne vlade Kastilje in Leóna. Rezultati kažejo, da je bila zastopanost Voxa na zadnjih volitvah večja, saj je bila pripadnikom stranke podeljena vloga prenašalca govora, opuščena pa je bila tematika s kritično vsebino, ki se je v Andaluziji leta 2018 pogosto pojavljala. Množični mediji predstavljajo Vox kot akterja

zavezništev in manj kot promotorja družbenopolitičnih ukrepov, časopis *El Mundo* pa izmed treh analiziranih digitalnih časopisov ponuja najbolj neugoden prikaz stranke.

Carolina Arrieta-Castillo

Carolina Arrieta-Castillo es Doctora en Lingüística Aplicada por la Universidad de Salamanca. Actualmente es Profesora Ayudante Doctora acreditada por la ANECA y personal docente-investigador en la Universidad a Distancia de Madrid, donde imparte docencia en los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas y en el Programa de Doctorado en Derecho y Sociedad. También ha publicado diversos artículos académicos relacionados con el análisis de los discursos político y mediático.

Dirección: Universidad a Distancia de Madrid – UDIMA.
Carretera de La Coruña,
KM.38,500
Vía de Servicio, nº 15
28400 Collado Villalba
Madrid
España
Correo electrónico: carolina.arrieta@udima.es