

Monitor Electoral Presidencial 2012

Semana 13

23/07/2012 – 29/07/2012

En este capítulo se presentan los resultados de las mediciones realizadas en los principales medios de comunicación social del país sobre el tema de la campaña electoral presidencial de 2012 durante la décima tercera semana del estudio.

Así mismo, se analiza el posicionamiento de los diferentes actores políticos implicados en la contienda electoral: candidatos, partidos e instituciones públicas, en los distintos medios.

La campaña se inició oficialmente el 1° de julio.

Cobertura
mediática de
los principales
actores: pauta
periodística

INTRODUCCIÓN

El estudio “*Elecciones presidenciales venezolanas 2012: estrategia mediática y normativa electoral*” analiza el tratamiento otorgado al proceso electoral en los principales medios de comunicación social del país con el fin de evaluar el comportamiento de los diferentes actores políticos implicados (candidatos, partidos e instituciones públicas) y el nivel de cumplimiento de la normativa legal vigente. Abarca un periodo de seis meses y medio, comprendido entre el 1 de mayo y el 15 de octubre de 2012 y se aplica a una muestra de nueve periódicos, dos televisoras, dos estaciones de radio, cuatro cuentas de *Twitter* y todas las cadenas nacionales de radio y televisión. Los materiales analizados son los contenidos periodísticos y publicitarios relacionados con el proceso electoral presidencial y los mensajes emitidos por los candidatos en la red social *Twitter*.

Este informe presenta los resultados del monitoreo de medios de comunicación social (Prensa, radio y televisión) durante la décima tercera semana del estudio y cuarta semana de la campaña electoral oficial: 23/07/12 – 29/07/12.

La visibilidad y el posicionamiento de los principales actores de la contienda electoral en los medios permiten evaluar las diferentes estrategias mediáticas en desarrollo. Estas variables se midieron esencialmente a partir del registro de las apariciones en los distintos medios analizados (Prensa escrita, Radio y televisión). Todas estas mediciones, registradas semanalmente, se acumulan sistemáticamente para el seguimiento a lo largo del periodo de estudio.

El informe abre con un breve recuento de la actualidad político electoral y describe luego los resultados de la semana 13 sobre los precandidatos y el CNE en la pauta periodística. En anexo, se encuentra una ficha técnica del estudio.

Dos candidatos se disputan la presidencia de la República para el periodo 2013 – 2019. Hugo Chávez Frías, actual presidente de la República y Henrique Capriles Radonski, quien dejó sus funciones como gobernador del estado Miranda el 6 de junio.

PRINCIPALES HITOS DE LA ACTUALIDAD POLÍTICA DE LA SEMANA

El 24 de julio se celebró el natalicio del Simón Bolívar. En el marco de la fecha, el actual presidente y candidato **Hugo Chávez, presentó el rostro digital del Libertador diseñado en 3D.**

El candidato **Henrique Capriles Radonski realizó un foro en la web 2.0** a tiempo real desde la red social *Facebook*, en el que participaron más de 10 mil usuarios en línea de manera simultánea.

Hugo Chávez celebró su cumpleaños 58 entre actos de campaña para optar a la Presidencia de la República por tercer período consecutivo.

El gobierno encabezado por el presidente Chávez decidió retirar a Venezuela de la **Corte Interamericana de Derechos Humanos**. La decisión provocó reacciones encontradas en el país: apoyo del oficialismo y crítica de la oposición.

En sus alocuciones de campaña, **Chávez mantiene su crítica al modelo capitalista** y a las gestiones adecas y copeyanas que lo precedieron, hace más de 10 años.

Del lado opositor siguen las denuncias sobre el uso de los **recursos públicos para la campaña oficialista**, calificado de ventajismo electoral. Armando Briquet, jefe del Comando de Campaña de la alianza de política de la oposición, solicitó en rueda de prensa la respuesta a las **18 denuncias realizadas ante el CNE al respecto.**

Durante esta semana, **H. Capriles continuó su recorrido “pueblo por pueblo”**, sumando el domingo 100 localidades visitadas.

El candidato opositor presentó su plan de gobierno con las cinco áreas de atención: **Compromiso 1:** ninguna familia se acostará sin comer. Plan hambre cero. **Compromiso 2:** ninguna madre va a sufrir por falta de protección a su familia. **Compromiso 3:** ningún joven abandonará el liceo. **Compromiso 4:** ningún adulto mayor será abandonado. **Compromiso 5:** no habrá barrera para ninguna persona con discapacidad.

El **CNE anuncia que se realizará simulacro de votación** el próximo 5 de agosto, con más de 55 centros dispuestos.

Estudios genealógicos muestran hipótesis sobre la relación consanguínea entre el candidato opositor **Henrique Capriles y Simón Bolívar.**

Siguen las exigencias de sectores de la oposición para que el CNE garantice el ejercicio del **voto a los venezolanos residenciados en el exterior**, específicamente a los de Miami, Estados Unidos.

La oferta del sector oficialista sigue siendo batallas contra la oposición, derrotar al adversario y “pulverizarlo”. **El sector opositor** y su candidato abren espectro de **propuestas y plan de gobierno**, muestran planes concretos.

INFORMACIONES DESTACADAS DIFUNDIDAS EN LOS MEDIOS ANALIZADOS

PRENSA ESCRITA

Panorama, 24 de julio:

Título: Habilitarán 55 centros para el simulacro: CNE

“El consejo Nacional Electoral (CNE) dispondrá de 55 centros electorales en todo el país para el simulacro nacional del próximo domingo 5 de agosto”.

TELEVISIÓN

Globovisión: Noticias GB, 24 de julio:

“A 75 días de las elecciones presidenciales en nuestro país, este martes el candidato presidencial Henrique Capriles Radonski dio a conocer su programa de gobierno en materia social”. “El compromiso del aspirante presidencial incluye 5 áreas de acción para los más necesitados”. (Noticiario por el ancla Román Lozinski).

VTV, La Hojilla, 24 de julio:

“Les voy a decir una cosa, yo he visto gente motivada por el odio, pero lo de hoy fue, y estoy hablando de este grupito en Twitter que han estado atacando al Presidente, han estado atacando la foto de Bolívar. Me parece, pero asqueroso (...) es desprecio absoluto por el pueblo. La oligarquía toma el poder en este país y nos jodimos. Se los estoy diciendo, pero en serio, nos jodimos. Hoy más que nunca, y hoy 24 de julio (...) tenemos que estar más conscientes de lo que está en juego el 07 de octubre”. (Mario Silva).

RADIO

RNV: 25 de julio:

“Este jueves, el candidato de la patria, Hugo Chávez, estará en la parroquia caraqueña El Valle. Jorge Rodríguez, jefe del Comando de Campaña Carabobo, explicó este miércoles que, por compromisos de Estado del comandante Hugo Chávez, la movilización de campaña fue pausada para este jueves. Aseguró que una vez el pueblo acompañará a su líder”. (Noticiario por el ancla Elianet Hernández).

CADENA NACIONAL, DE RADIO Y TELEVISIÓN

Hugo Chávez, 27 de julio:

El primer mandatario refiriéndose a la corta gestión de Pedro Carmona Estanga, en el golpe de Estado del 11 de abril de 2002 cuando disolvió los Poderes, indicó: “Son los mismos que andan por ahí ahora hablando de democracia y ofreciendo villas y castillos. Disfrazados como el lobo, como el cuento aquel de la caperucita roja, el lobo disfrazado de abuela, ¿no fue? De la abuela, ven acá caperucita toma tu caramelito, así andan por ahí ahora, el lobo”.

TWITTER

@partidopsuv, 22 de julio:

“Soy responsable del chip para enfrentar las mafias <http://bit.ly/MCPVWa> @chavezcandanga #PSUV #Zulia #Chavez #Venezuela”.

@unidadvenezuela, 24 de julio:

“¡Participa este 25 de julio en el Foro en Facebook de @HCapriles ! <http://t.co/2OXghqO7>”

@hcapriles, 25 de julio:

“Lo nuevo para el candidato y su Gobierno: Retirar a nuestra Venezuela de la Corte Interamericana de Derechos ... <http://t.co/ibp9lhiP>”.

LOS CANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA

En este capítulo se presentan los resultados de las mediciones realizadas en los principales medios de comunicación social del país sobre el tema de la campaña electoral presidencial de 2012. Así mismo, se analiza el posicionamiento de los diferentes actores políticos implicados en la contienda electoral: candidatos, partidos e instituciones públicas, en los distintos medios.

Visibilidad de los principales actores en todos los MCS

El registro diario de la presencia de los principales actores políticos en todos los medios analizados permite evaluar su desenvolvimiento en la campaña, su visibilidad y su posicionamiento. Asimismo, esto permite una lectura cualitativa de la presencia de cada actor en relación con el medio.

Figura 1: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Semana 13

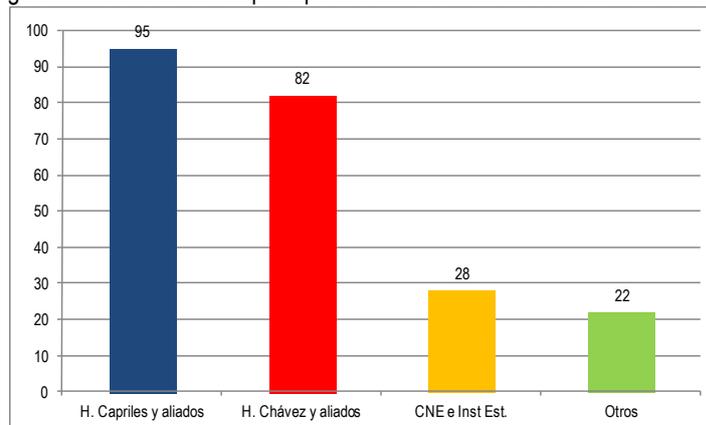
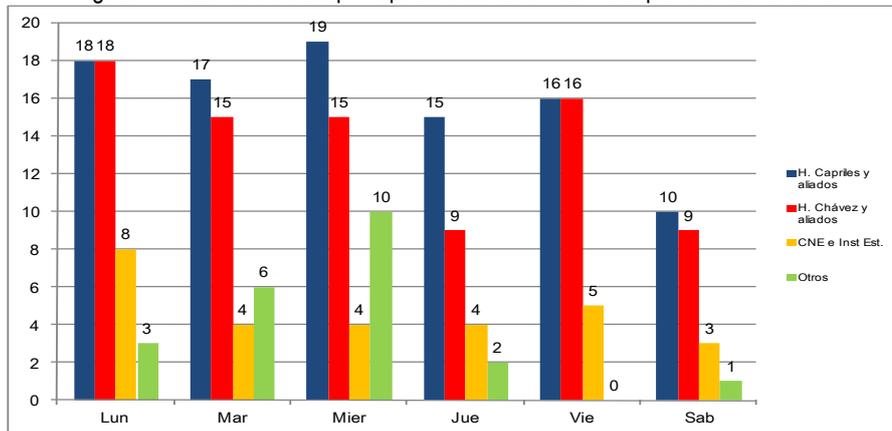


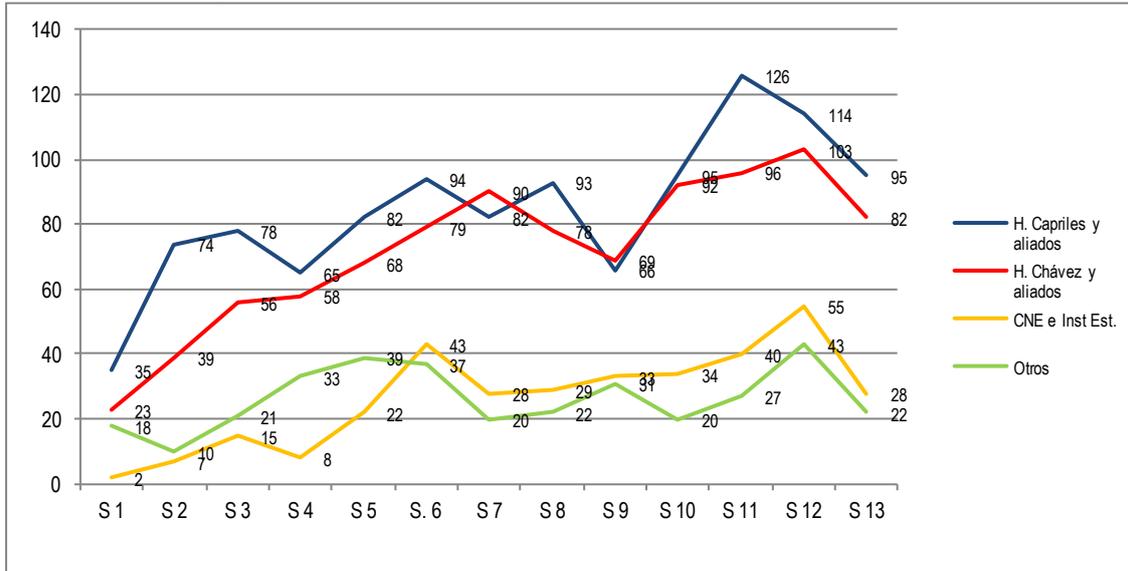
Figura 2: Visibilidad de los principales actores en los MCS por día: Semana 13



Comentario: En la cuarta semana de campaña (semana 13 de monitoreo), el candidato opositor obtiene más segmentos informativos que el actual presidente y también candidato Hugo Chávez.

La figura 2 indica que la visibilidad de H. Capriles superó la de H. Chávez los días martes miércoles y jueves. Los días lunes y viernes y sábado los dos candidatos tuvieron una visibilidad similar.

Figura 3: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Acumulado



Comentario: A lo largo de las 13 semanas de estudio el candidato opositor acumula la mayor visibilidad total en la muestra de medios analizados, con una diferencia de más de 100 segmentos informativos a lo largo del monitoreo, y de más de 50 espacios periodísticos durante la campaña.

Durante esta última semana del primer mes de campaña (semana 13 del estudio) la visibilidad de los todos los actores de la contienda electoral ha disminuido. En el caso del candidato opositor la disminución de presencia se viene registrando desde la 2ª semana de campaña, sin embargo sigue siendo el que contabiliza más menciones en el conjunto de medios analizados.

Figura 4: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Precampaña

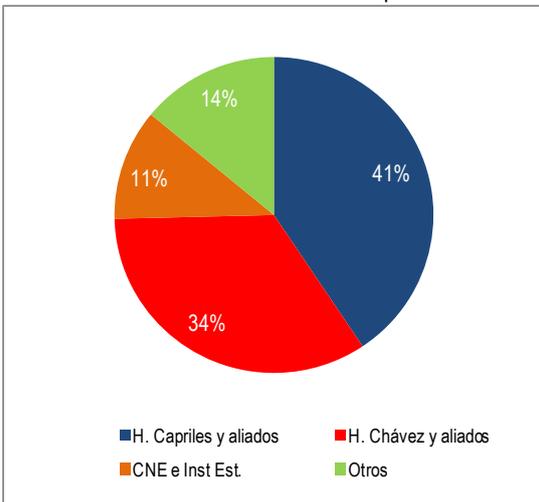
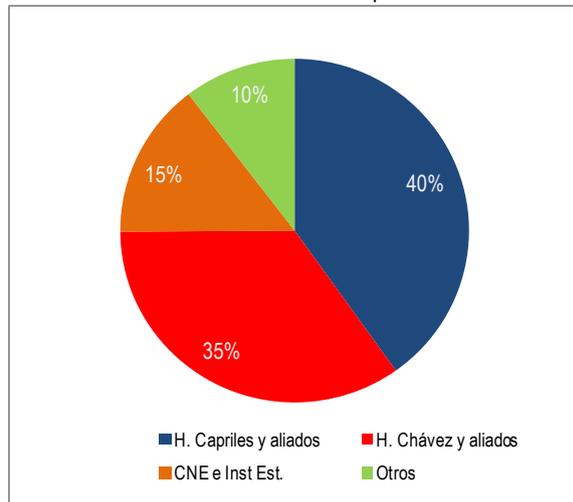


Figura 5: Visibilidad de los principales actores en todos los MCS: Campaña



Comentario: A cierre del primer mes de campaña, la visibilidad de los dos candidatos sigue sin mayores variaciones en comparación con la que se registró durante la precampaña, (1° de mayo - 1° de julio), lo cual pareciera indicar que no ha habido una estrategia comunicacional diferenciada con el inicio oficial de la campaña por parte de los comandos. Solo el CNE tiene mayor presencia en el periodo de campaña.

Visibilidad de los principales actores por tipo de medios

El análisis diferenciado por tipo de medio provee de indicadores para evaluar la estrategia mediática de los otros principales actores de la campaña. Por ello se presentan los resultados de la presencia de los candidatos y del CNE en la prensa escrita, televisiva y radial durante la semana 13 y el análisis de la evolución de este comportamiento desde el inicio del estudio el 1° de mayo..

Figura 6: Visibilidad de los principales actores por tipo de medios: Semana 13

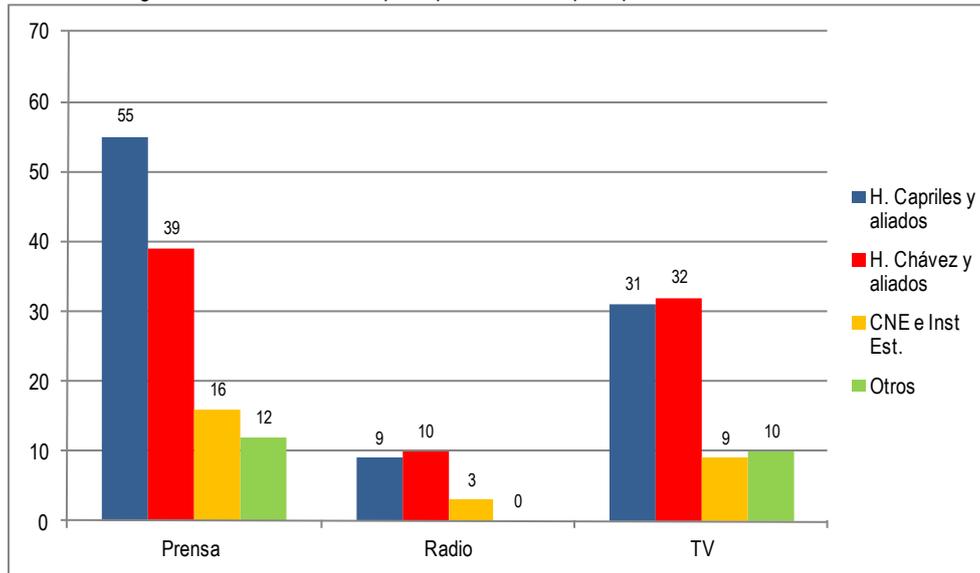
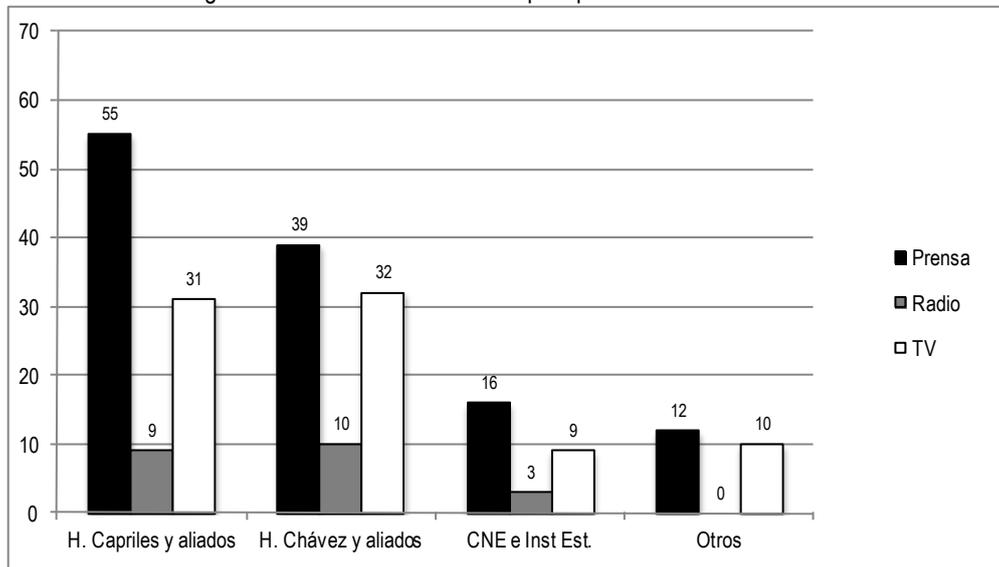


Figura 7: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Semana 13



Comentario: Esta semana, el candidato opositor Capriles registra más segmentos que su rival político en los medios impresos mientras que en radio y televisión la visibilidad de ambos es bastante parecida.

La radio es la plataforma mediática que dedica menor cantidad de informaciones al tema de los comicios que se celebrarán el próximo 7 de octubre.

Figura 8: Visibilidad de los actores por tipo de medios: Acumulado

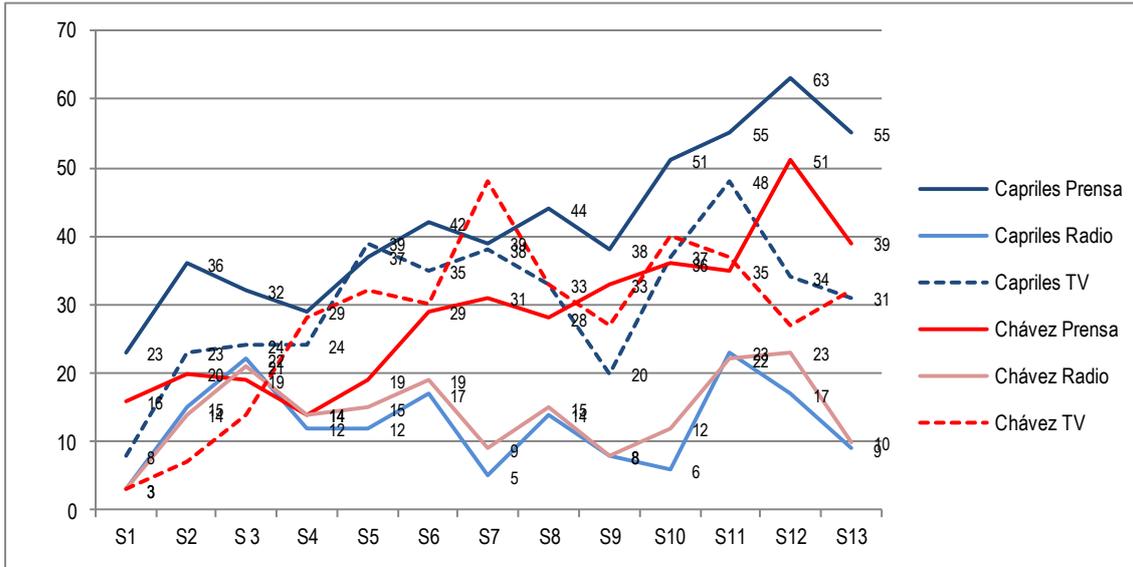
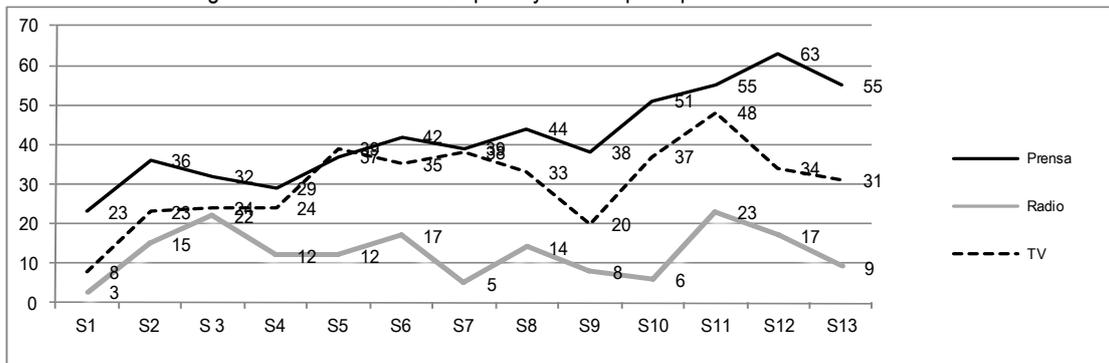
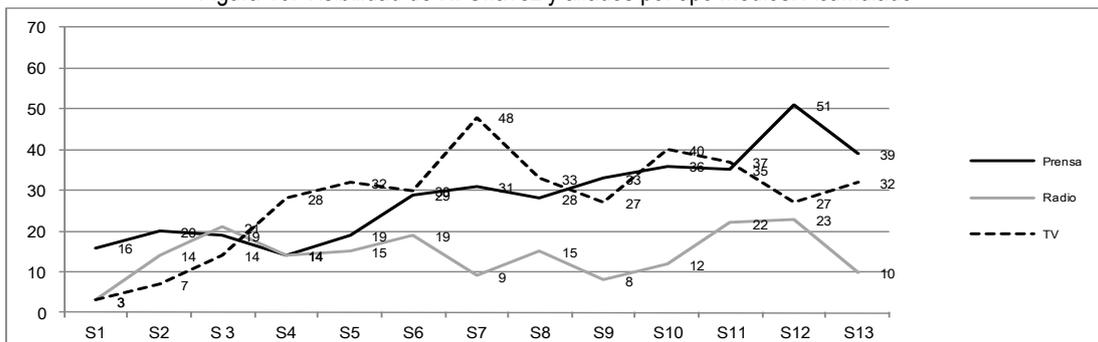


Figura 9: Visibilidad de H. Capriles y aliados por tipo de medios: Acumulado



Comentario: A lo largo del monitoreo, y con especial diferenciación en las cuatro semanas que van de campaña, el candidato opositor Henrique Capriles (Ver figura 8) cuenta con más visibilidad en los impresos, seguido de la televisión; mientras que la radio se mantiene una presencia bastante baja. Se observa regularidad en la cobertura en los tres tipos de medios, lo cual podría responder a una estrategia comunicacional por parte del comando de campaña.

Figura 10: Visibilidad de H. Chávez y aliados por tipo medios: Acumulado



Comentario: La característica principal de la cobertura de la candidatura oficialista es la irregularidad. De nuevo su visibilidad en televisión es inversamente proporcional a la de prensa. La pauta informativa sobre su candidatura no parece responder a ninguna estrategia diseñada desde su comando para asegurar una determinada cobertura mediática.

Figura 11: Visibilidad de los candidatos en Prensa: Acumulado

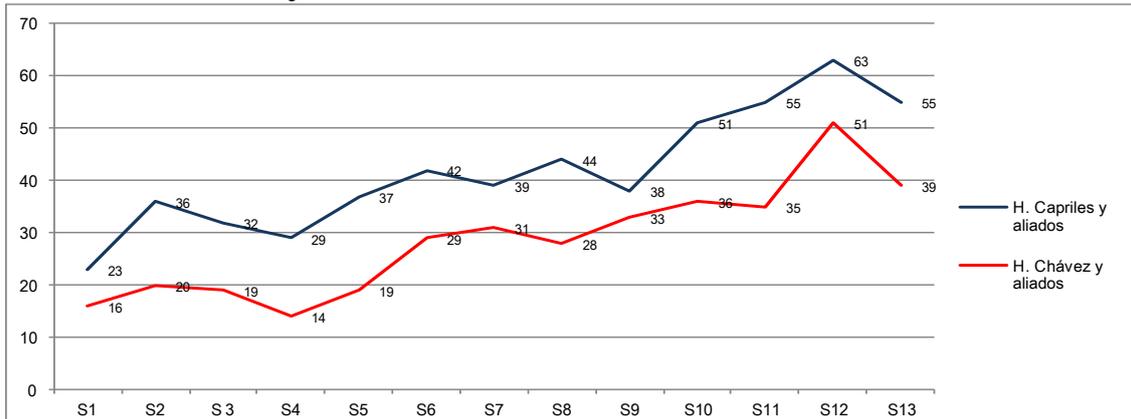


Figura 12: Visibilidad de los candidatos en Radio: Acumulado

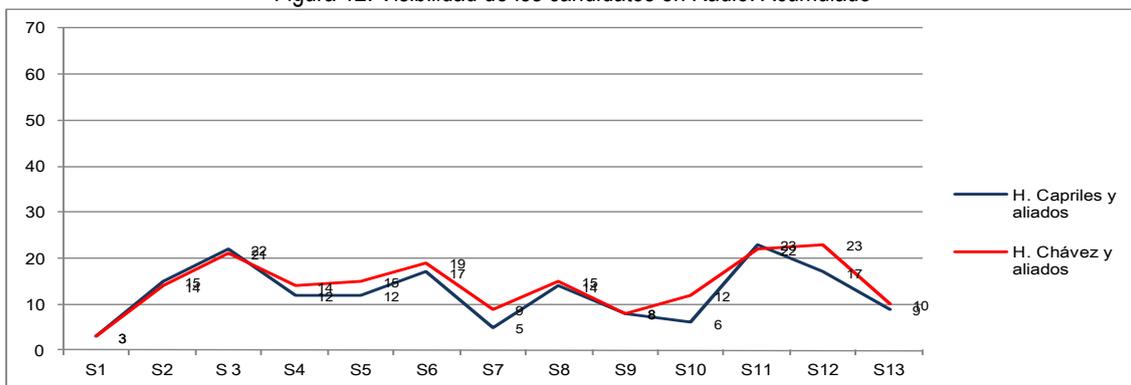
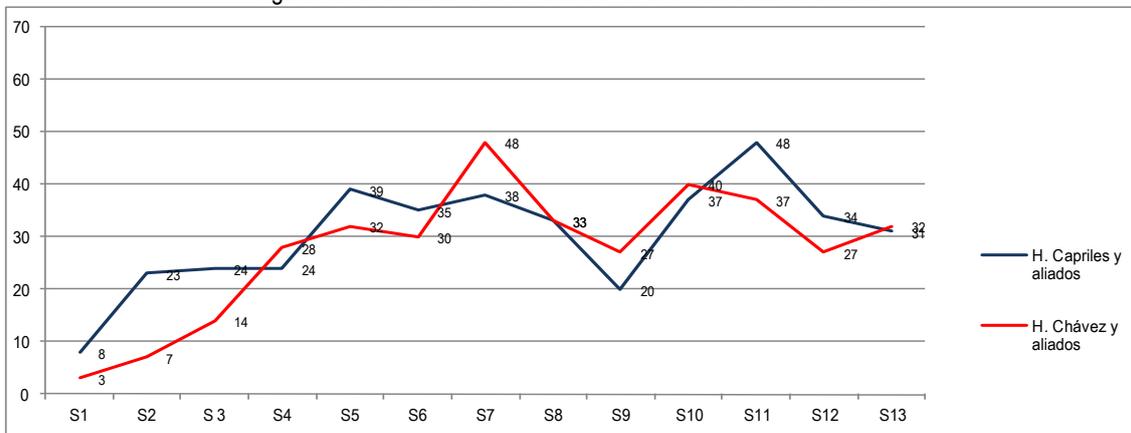


Figura 13: Visibilidad de los candidatos en Televisión: Acumulado



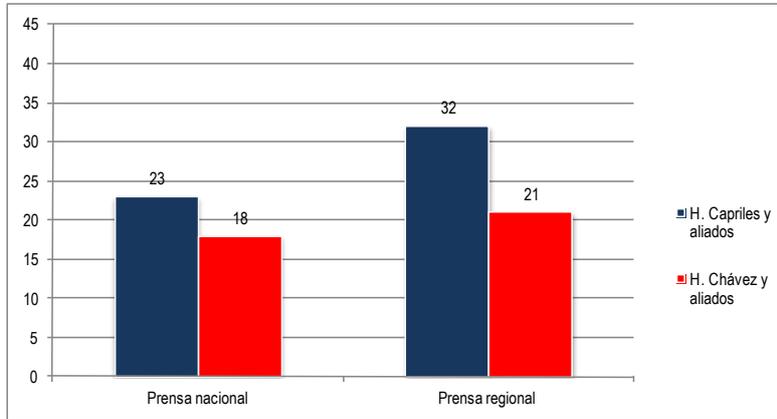
Comentario: Las gráficas 11, 12 y 13 revelan una consistencia por parte de los medios en la cobertura de los candidatos. La cobertura observada por cada tipo de medios es bastante parecida en su comportamiento, es decir, que parece seguir la actualidad noticiosa. En los medios impresos H. Capriles tiene una visibilidad acumulada superior a la de Hugo Chávez pero las líneas de seguimiento son paralelas. En los medios televisivos y radiales las curvas de seguimiento de los dos candidatos son muy cercanas.

Esta observación parece ratificar la hipótesis presentada en el capítulo anterior (Ver Fig. 10) de la inexistencia de una estrategia para asegurar la visibilidad del candidato Chávez en los medios.

Visibilidad de los candidatos en la prensa nacional y regional

En este capítulo se presenta un análisis comparativo de la presencia de los candidatos en los medios impresos de circulación nacional y regional, para inferir sobre el posicionamiento de cada uno en las regiones y en la capital.

Figura 14: Visibilidad de los candidatos en la prensa nacional y regional: Semana 13



Comentario: Esta semana el candidato opositor Henrique Capriles, dominó la prensa de circulación nacional y regional, con más segmentos informativos en comparación con su contrario, el candidato oficialista Hugo Chávez.

Figura 15: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa nacional**: Acumulado

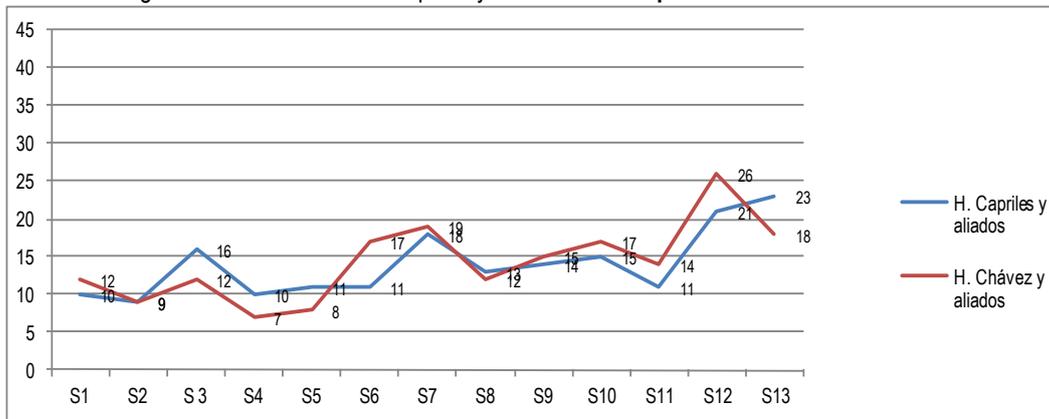


Figura 16: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa regional**: Acumulado

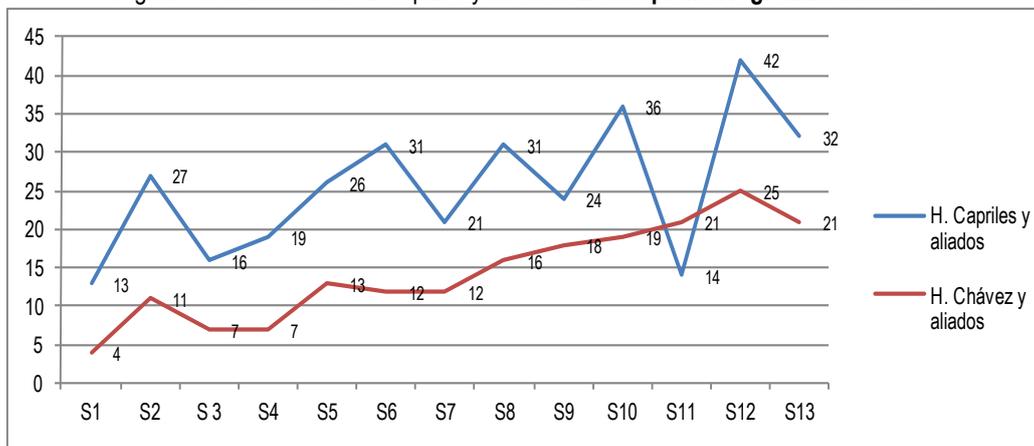


Figura 17: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa nacional**: Campaña

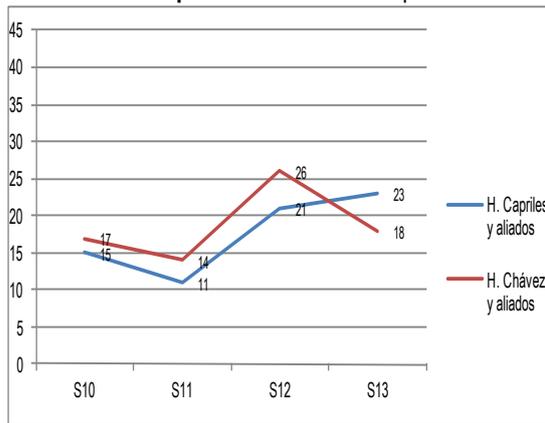
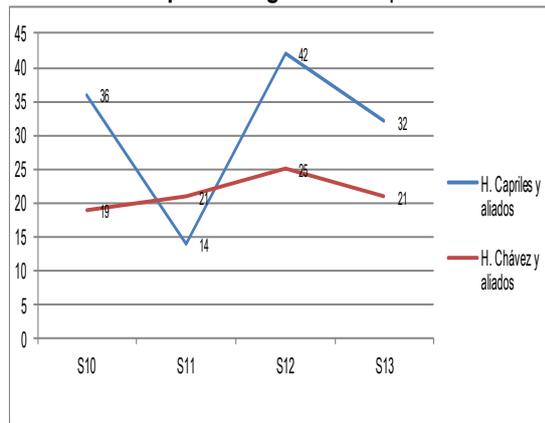


Figura 18: Visibilidad de H. Capriles y H. Chávez en la **prensa regional**: Campaña



Comentario: Por primera vez en lo que va de campaña Capriles logra registrar más espacios informativos en la prensa de circulación nacional que Chávez.

El opositor aún mantiene su amplia ventaja de visibilidad en los medios de circulación regional. El abanderado de la MUD ha recorrido, al cierre de esta semana, 100 pueblos del país con su programa “casa por casa” y “pueblo por pueblo”, lo que puede explicar este posicionamiento mediático en las regiones.

Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación nacional:

Este nivel de análisis busca determinar la distribución de la cobertura periodística de los actores, entre los periódicos de circulación nacional seleccionados para la investigación.

Figura 19: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación Nacional: Semana 13

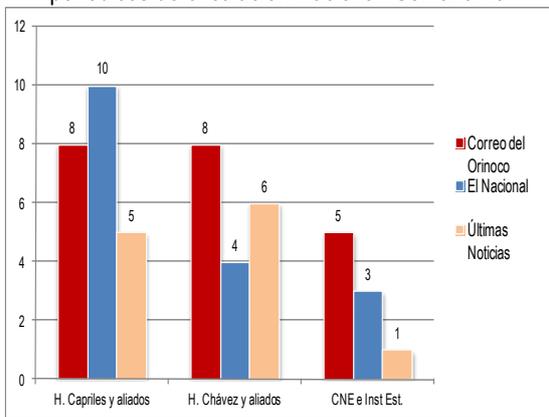
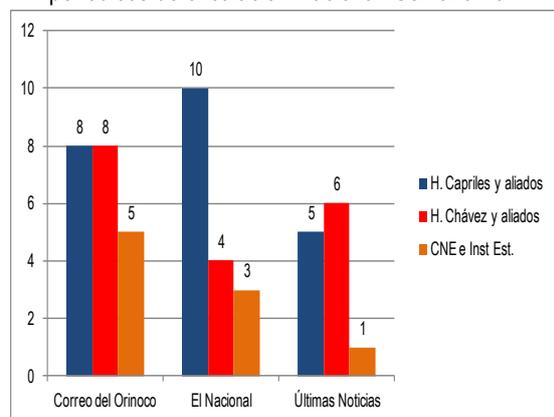


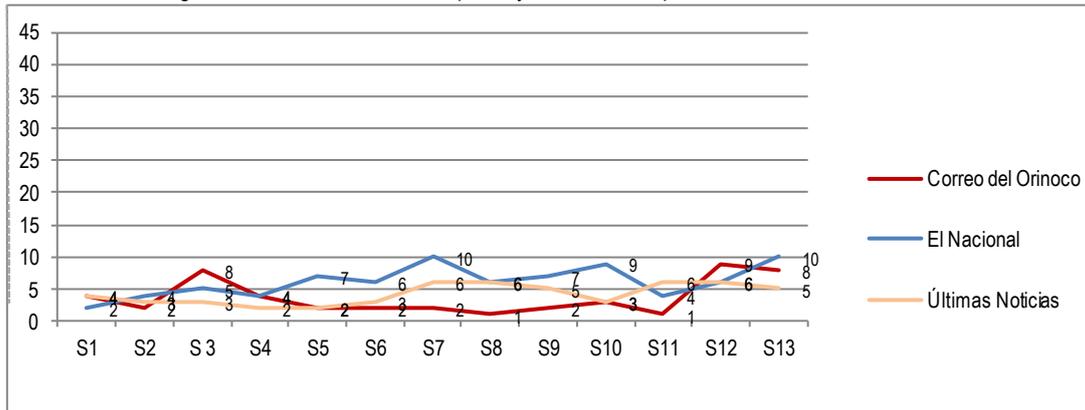
Figura 19a: Visibilidad de los principales actores en los periódicos de circulación Nacional: Semana 13



Comentario: En la cuarta semana de campaña, el diario opositor El Nacional es el que otorga mayor cobertura a H. Capriles y la menor cobertura de H. Chávez.

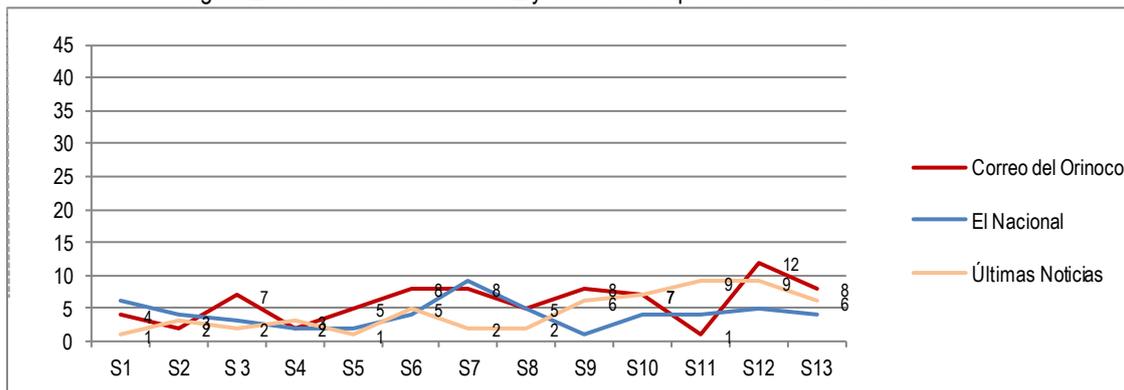
En los otros dos periódicos de circulación nacional, la visibilidad de los dos candidatos es más equilibrada con el mismo número de segmentos periodísticos en el diario oficialista Correo del Orinoco, y un nivel de presencia muy parecido en Últimas Noticias.

Figura 20: Visibilidad de H. Capriles y aliados en la prensa nacional: Acumulado



Comentario: El inicio de la campaña el 1° de julio marca una diferencia en la cobertura de H. Capriles, ahora mucho menos constante que la que se venía registrando desde el mes de junio cuando El Nacional se mantuvo como el impreso que registró el mayor número de segmentos informativos. A la inversa, Correo del Orinoco, que en este mismo periodo cubría la candidatura de H. Capriles en muy bajos niveles, registra desde principio de julio más informaciones sobre el opositor. Últimas Noticias mantiene un nivel de cobertura estable.

Figura 21: Visibilidad de H. Chávez y aliados en la prensa nacional: Acumulado



Comentario: Durante las semanas 12 y 13 el Correo del Orinoco, de línea oficialista, ha registrado la mayor cantidad de espacios periodísticos relacionados con la candidatura del actual presidente Hugo Chávez.

En ese mismo tiempo, Últimas Noticias se ha mantenido en la segunda posición y El Nacional (opositor) ha sido el diario de circulación nacional que ha registrado menos segmentos informativos de la candidatura oficialista.

En esta cuarta semana de campaña, todos los periódicos de circulación nacional analizados redujeron su cobertura de la candidatura del actual Presidente y aspirante a repetir en el cargo.

Segmentos informativos en televisión: Frecuencia

Se analizan a continuación los noticieros estelares de VTV (oficialista) y de Globovisión (opositora) para determinar el número de segmentos informativos dedicados a los principales actores de la contienda electoral.

Figura 22: Visibilidad de los candidatos en el Noticiero estelar de Globovisión: Semana 13

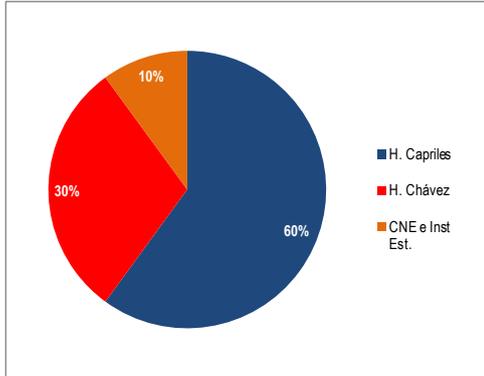
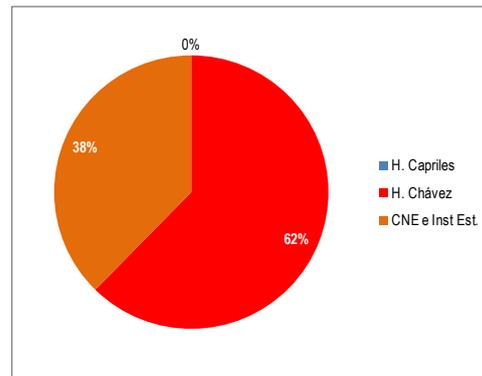


Figura 22a: Visibilidad de los candidatos en el Noticiero estelar de VTV: Semana 13



Comentario: En la última semana de julio, el noticiero estelar de Venezolana de Televisión, **de** del canal del Estado, dedica el 62% de su información electoral a la candidatura oficialista de Hugo Chávez y el resto al CNE.

En Globovisión, canal privado de tendencia opositora, la pauta informativa electoral es más plural aún cuando el 60% corresponde a la cobertura de H. Capriles; 30% reseña la candidatura de Hugo Chávez y un 10% informa sobre el CNE.

Segmentos informativos en televisión: Duración

Se analizan los noticieros estelares de VTV (oficialista) y de Globovisión (opositora) para determinar la duración de los segmentos informativos dedicados a los principales actores de la contienda electoral.

Figura 23: Duración de las informaciones sobre los candidatos en el Noticiero estelar de Globovisión: Semana 13

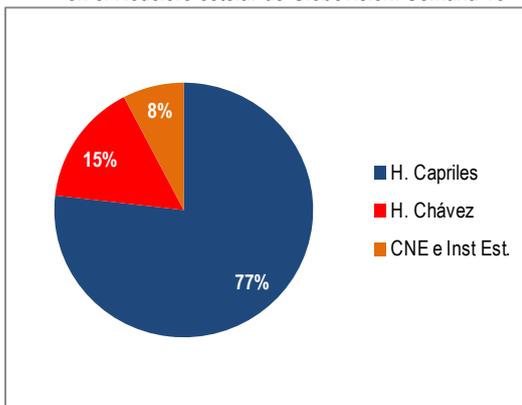
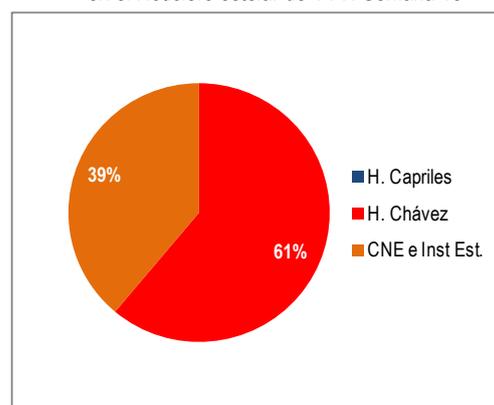


Figura 23a: Duración de las informaciones sobre los candidatos en el Noticiero estelar de VTV: Semana 13



Comentario: Globovisión otorga un tiempo preferencial de más de 75% del total de información electoral al candidato de la oposición contra un 15% a Hugo Chávez y menos del 10% al CNE. No se registraron segmentos informativos sobre la candidatura del opositor Henrique Capriles en la muestra de esta semana de noticieros de Venezolana de Televisión.

Segmentos informativos en televisión: Valoración

Se analizan los segmentos informativos dedicados a los principales actores de la contienda electoral en los noticieros estelares de VTV (oficialista) y de Globovisión (opositora) para determinar la valoración otorgada a dichos actores.

Figura 25: Valoración de las informaciones sobre los candidatos en VTV: Semana 13

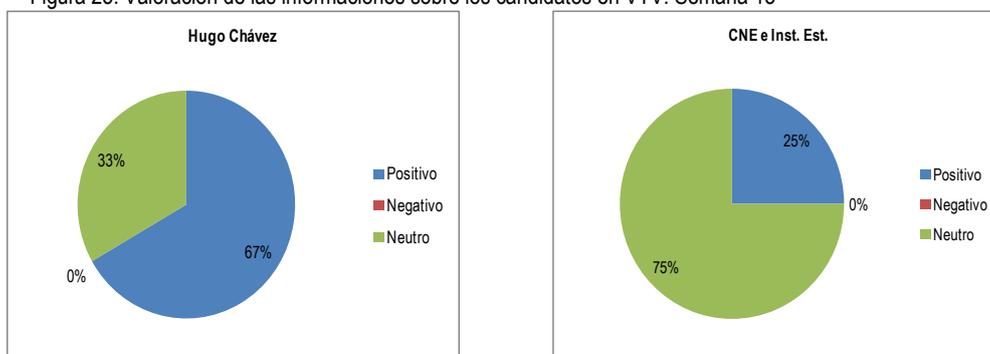


Tabla 1: Valoración de las informaciones sobre los candidatos en Globovisión: Semana 13

	H. Capriles			H. Chávez			CNE e Inst Est.			Total
Valor	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro	Positivo	Negativo	Neutro	
%	0%	0%	60%	0%	0%	30%	0%	0%	10%	100%

Comentario: Esta semana, no se registraron informaciones sobre la candidatura Henrique Capriles en la muestra de noticieros el canal del Estado por lo que no hay valoración. La valoración del candidato Chávez es mayoritariamente positiva, mientras que la valoración del 75% de las informaciones sobre el CNE y de las instituciones del Estado es neutra. En el canal Globovisión los segmentos informativos analizados no tienen valoraciones hacia los actores.

LOS CANDIDATOS Y EL CNE EN LA PAUTA PERIODÍSTICA: CONCLUSIONES

SEMANA 13

En la cuarta semana de campaña el candidato opositor Henrique Capriles registró más visibilidad en el conjunto de medios analizados que su contrincante oficialista Hugo Chávez.

La cobertura de los actores políticos involucrados en la campaña registró esta semana un descenso en la agenda periodística, en comparación con semanas previas.

En los impresos, tanto de circulación nacional como en los de circulación regional, Capriles superó los segmentos periodísticos que logró Chávez.

De los impresos de circulación nacional que conforman la muestra, El Nacional otorgó más espacios a H. Capriles y Últimas Noticias a H. Chávez. En la semana 13 de estudio, el Correo del Orinoco dedicó la misma pauta periodística a ambos candidatos. En los periódicos de circulación regional el opositor obtuvo una ventaja de 11 espacios por encima de Chávez.

En radio, el aspirante a repetir el cargo Hugo Chávez contabilizó un segmento más que su opositor Henrique Capriles, al igual que en los canales de televisión monitoreados. En los diales de las emisoras se dedica menos de la mitad de la pauta periodística a la campaña, en comparación con los medios televisivos e impresos medidos.

En la última semana de julio, el noticiero estelar de Venezolana de Televisión, el canal del Estado dedicó el 62% de su información electoral a la candidatura oficialista de Hugo Chávez y el resto al CNE. Esta semana, no se registraron informaciones sobre la candidatura Henrique Capriles en la muestra de noticieros el canal del Estado. En el canal del Estado la valoración del candidato H. Chávez es mayoritariamente positiva, mientras que la del CNE es mayoritariamente neutra.

EVOLUCIÓN DE LA CAMPAÑA

Desde el 1° de mayo –fecha de inicio del estudio-, el candidato opositor Henrique Capriles Radonski ha acumulado más visibilidad en el conjunto de medios que conforman la muestra, en comparación con su contendor, el candidato presidente Hugo Chávez.

El comportamiento de los medios frente a la campaña se mantiene: los impresos son los que más la incluyen en su pauta periodística. La radio es la plataforma que dedica menos segmentos informativos al tema electoral, por lo que la televisión es el punto medio.

Los candidatos mantiene también su tendencia de visibilidad: el abanderado de la MUD, Henrique Capriles, tiene una sólida presencia en prensa con una amplia ventaja en comparación con el candidato presidente Hugo Chávez. En radio, la ventaja, más estrecha, la tiene el líder del PSUV. Mientras que aún no es claramente definida la cuál de los dos aspirantes a la Presidencia de la República acumula más visibilidad en los canales de televisión analizados.

ANEXO: FICHA TÉCNICA DEL MONITOREO

OBJETIVO GENERAL

Analizar el tratamiento otorgado al proceso electoral en los principales medios de comunicación social del país con el fin de evaluar el comportamiento de los diferentes actores políticos implicados (candidatos, partidos e instituciones públicas) y el nivel de cumplimiento de la normativa legal vigente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- .1 Elaborar un capítulo de antecedentes sobre el sistema comunicacional venezolano actual.
- .2 Registrar y analizar los mensajes periodísticos y de propaganda, relativos a la campaña electoral difundidos en los medios venezolanos (prensa, radio y televisión) y en la red social *Twitter*.
- .3 Elaborar perfiles de las infracciones cometidas por los candidatos, las organizaciones políticas y las instituciones públicas) en los principales medios de comunicación social del país y en la red social *Twitter*.

ALCANCE DEL PROYECTO

El proyecto cubre el periodo comprendido entre el 1 de mayo y el 15 de octubre de 2012. Los contenidos analizados serán los contenidos periodísticos y de propaganda, relacionados con política electoral venezolana y los mensajes emitidos por los actores seleccionados en la red social *Twitter*.

MUESTRA

- . Se seleccionan dos grupos de periódicos, uno de alcance nacional y otro de alcance regional y en ellos, todos los contenidos informativos relativos a las elecciones. *El Nacional, Últimas Noticias y Correo del Orinoco Panorama, La Nación, El Carabobeño, El Impulso, El Tiempo de Puerto la Cruz y La Voz de Guarenas*. Televisión
- . Se seleccionan dos canales de televisión, uno público Venezolana de Televisión y otro privado Globovisión y en ellos los contenidos relativos a las elecciones transmitidos en los noticieros estelares, en sus programas de opinión más emblemáticos: *La Hojilla* y *Aló Ciudadano* y en cadena nacional.
- . Se seleccionan dos estaciones de radio, una pública Radio Nacional de Venezuela y una privada Circuito Fm Center y en ellas, todos los contenidos informativos relacionados a las elecciones transmitidos en sus noticieros estelares y en cadena nacional.

CORPUS DE INVESTIGACIÓN

Segmentos informativos, de opinión o publicitarios relativos a los principales actores de la contienda electoral publicados o difundidos en los MCS.
Mensajes de *Twitter* enviados por los candidatos y su principal organización política, relacionados con la campaña electoral.