

**El papel de los medios de comunicación durante un proceso electoral. Análisis de la cobertura mediática de los comicios autonómicos de Castilla y León 2022**

La adaptación al ecosistema digital y la implementación de la tecnología en la sociedad han provocado profundos cambios en el panorama comunicativo, donde los medios de comunicación tradicionales han perdido su posición predominante en la sociedad y ya no poseen el monopolio de la creación de contenido noticioso (Casero-Ripollés, 2020). Actualmente, coexisten con otros actores como las redes sociales, que captan la atención de la audiencia y han influido notablemente en la modificación de los hábitos de consumo informativo de la ciudadanía. Twitter es la red social por excelencia para diseminar contenido y es la que concentra mayor número de interesados en la actualidad (López-Meri et al., 2017; Pujol, 2019). En este sentido, los medios de comunicación suelen emplear esta red social para promocionar su contenido, redirigir tráfico a su página y amplificar su área de incidencia, especialmente en periodos electorales.

Atendiendo a estas particularidades, esta investigación tiene como objetivo principal analizar la cobertura mediática realizada por los principales diarios españoles en Twitter de la campaña electoral de las elecciones autonómicas de Castilla y León, celebradas el 13 de febrero de 2022 (n=721). Mediante técnicas de procesamiento de lenguaje natural y algoritmos de aprendizaje automático – *clustering*, n-gramas y Naive Bayes–, se evaluará la incidencia de los comicios en las cabeceras con mayor alcance en la Red –*El País*, *El Mundo*, *Eldiario.es* y *El Confidencial*– (Reuters Institute, 2022), se identificará la preponderancia de los cabezas de lista y los partidos políticos en cada medio y se medirá la carga emocional de los tuits publicados, calificándolos como positivos, negativos o neutros. En este sentido, se pretende confirmar si los medios han contribuido positiva o negativamente en la campaña de alguno de los candidatos.

Entre otros, se espera que los resultados pongan de manifiesto la relevancia a nivel nacional de la campaña electoral de las elecciones autonómicas de Castilla y León de 2022, constatando la importancia de evaluar este periodo para conocer la dimensión otorgada a cada uno de los partidos y sus líderes. Si bien, la dimensión de estos comicios distará de la recabada por otros procesos electorales autonómicos como los de la Comunidad de Madrid de 2021. Asimismo, los mensajes publicados se centrarán, principalmente, en la cobertura de los actos públicos y reflejarán la alineación partidista de los diarios, con la incorporación mayoritaria de tuits negativos hacia el partido o candidato contrario a su línea editorial.