

El partido frente al líder

Un análisis comparado del contenido en redes sociales en las elecciones de Castilla y León 2022

García Santamaría, Sandra / Antón Merino, Javier
sandrags@ubu.es / javieram@ubu.es

Universidad de Burgos

ABSTRACT: La utilización de las redes sociales durante la campaña electoral se ha convertido, desde su aparición, en algo habitual por parte de todas las formaciones políticas. En la última década, independientemente de la arena política en la que se han desarrollado las elecciones, las redes sociales han pasado a ser una de las principales vías de transmisión de mensajes electorales. Gracias a los datos que se han recabado a lo largo de la campaña de las elecciones autonómicas de Castilla y León, celebradas el 13 de febrero de 2022, este *paper* analiza las diferencias entre las cuentas de Facebook y Twitter de los candidatos a la presidencia de la Junta de Castilla y León y los perfiles de sus partidos, comprobando diferencias y similitudes en contenido y temática, en unos comicios fuertemente marcados por la sexta ola de la pandemia de COVID-19.

PALABRAS CLAVE: comunicación política, campaña electoral, redes sociales, Castilla y León, emociones, personalización de la política.