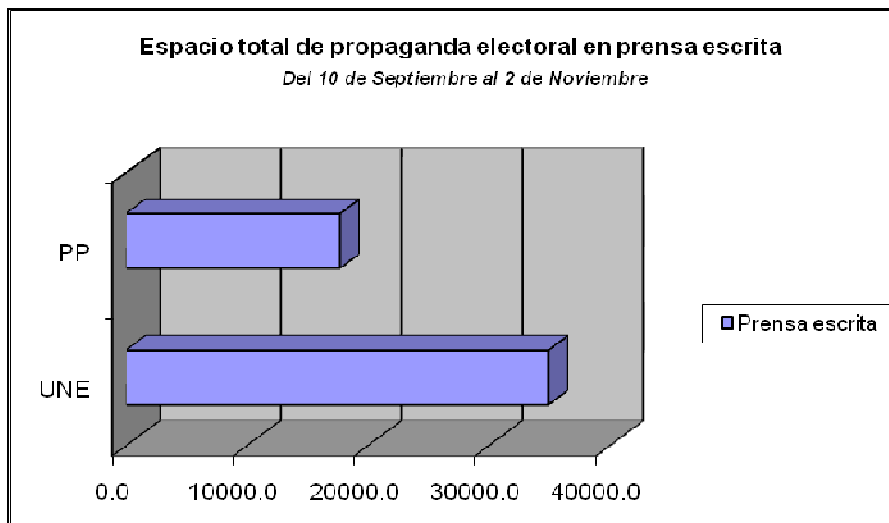
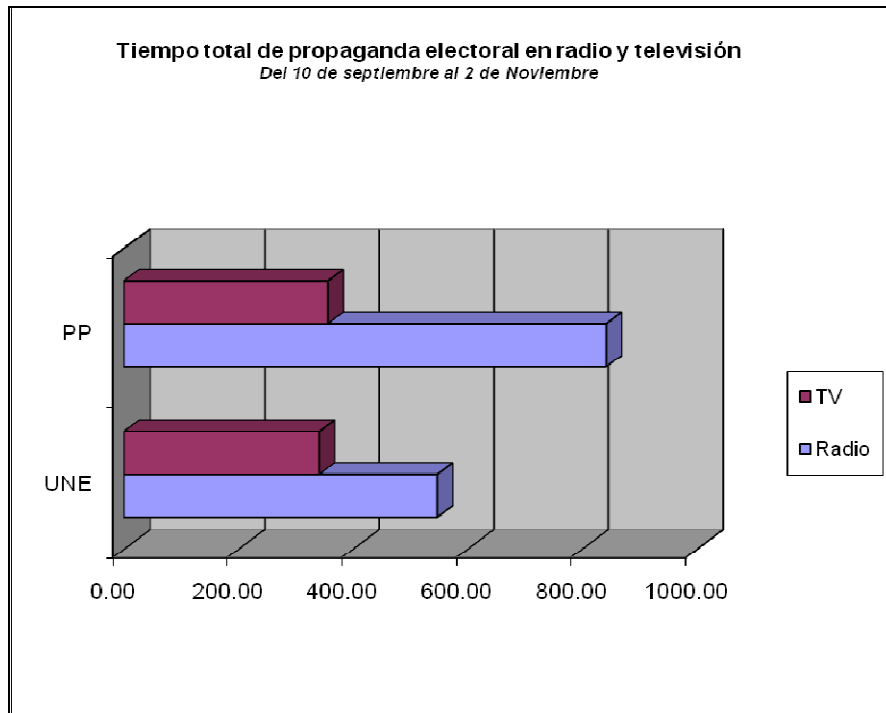


PROPAGANDA ELECTORAL



Los gráficos relativos a la propaganda electoral contratada por cada uno de los 2 partidos en contienda en los diferentes medios de comunicación nacionales monitoreados por la MOE UE reflejan estrategias muy claras por parte de ambas formaciones durante la segunda vuelta electoral. Mientras la inversión en campos pagados en televisión fue prácticamente la misma por parte del PP (356 minutos) y la UNE (341 minutos), las cifras en prensa y radio varían. Mientras el PP reforzó principalmente sus campos pagados en radio (842 minutos frente a 547 minutos contratados por la UNE), la UNE focalizó sobretodo su inversión en prensa escrita, doblando prácticamente el número de campos pagados contratados por su adversario (34.911 cm2 por parte de la UNE frente a 17.671 cm2 del PP).