



UNIÓN EUROPEA
MISIÓN DE OBSERVACIÓN ELECTORAL
ELECCIONES GENERALES
PERÚ - 2016



Monitoreo cuantitativo de la cobertura mediática

Elecciones Generales 2016

Resultados del monitoreo de medios nacionales
(14/03/2016 – 09/04/2016)

Contenido

Nota metodológica.....	2
Intensidad de la cobertura de la campaña.....	3
Cobertura de los partidos políticos y de sus candidatos (televisión).....	4
Cobertura de los partidos políticos y de sus candidatos (radio).....	6
Cobertura de los partidos políticos y de sus candidatos (prensa escrita).....	8
Cobertura en noticieros de televisiones nacionales	11
Cobertura en las primeras páginas de diarios nacionales.....	13
Uso del tono negativo en la cobertura de la campaña electoral	15
Cobertura por género en las elecciones al Congreso.....	18
Cobertura por distrito en las elecciones al Congreso	18
Publicidad contratada por los partidos políticos en los medios	21

Nota metodológica

Al igual que la mayoría de las Misiones de Observación Electoral de la Unión Europea, la MOE UE Perú 2016 ha realizado un monitoreo de una muestra de 12 medios nacionales para obtener datos cuantitativos que justifiquen las conclusiones de los informes preliminar y final. La metodología está basada en el análisis de contenido de los medios seleccionados.

Muestra seleccionada

Periódicos: *El Comercio*, *El Peruano*, *La República*, *Correo y Trome*.

Televisión: *TV Perú - Canal 7*, *América TV - Canal 4*, *Latina - Canal 2* y *Panamericana Televisión - Canal 5*.

Rádios: *Radio Exitosa*, *Radio Nacional* y *RPP Noticias*.

Período del monitoreo

Del 14 de marzo al 9 de abril. Las cadenas de televisión fueron observadas de las 18:00 a 24:00 horas, y las cadenas de radio entre las 6:00 y 10:00 horas de cada día.

Objeto del análisis

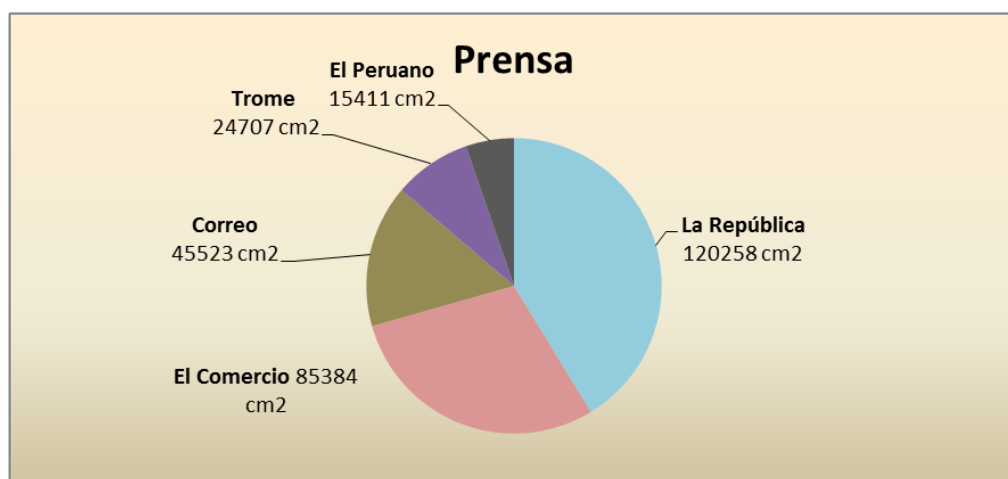
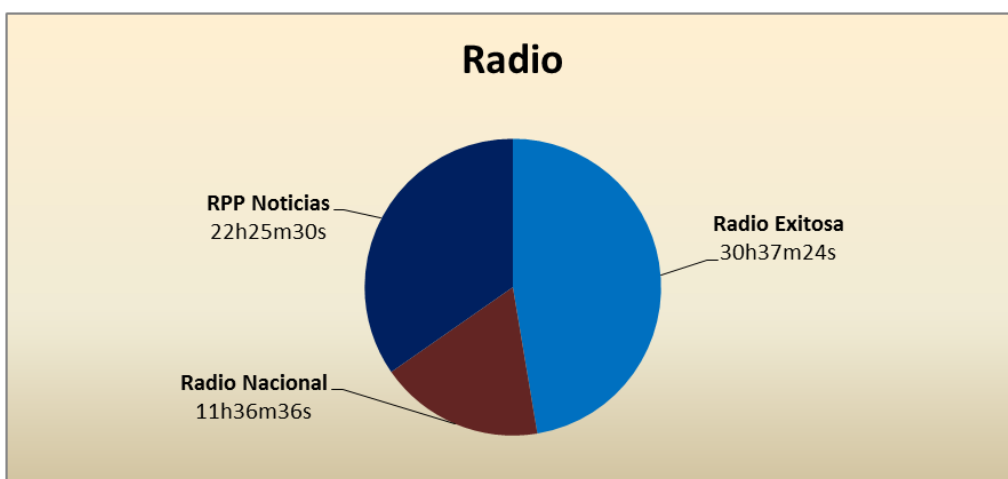
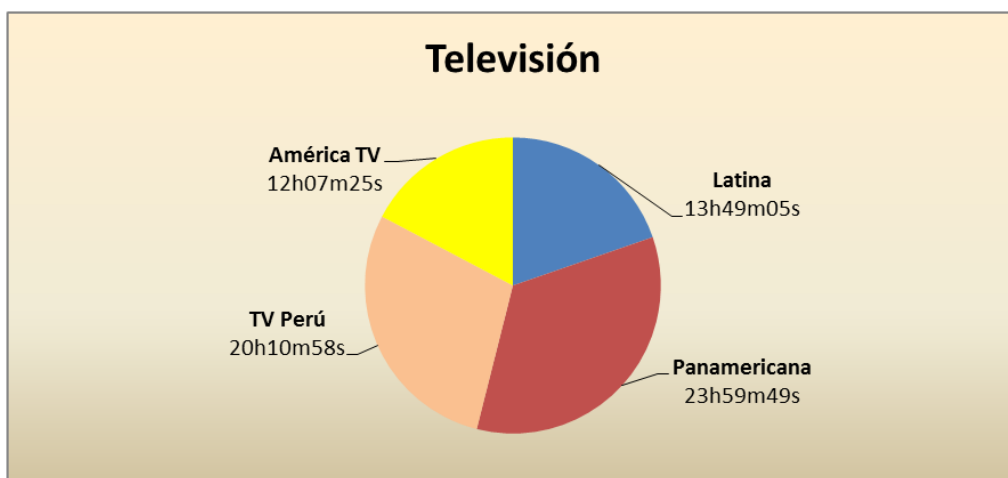
Tiempo o espacio dedicado a todos los candidatos en cada elección, medido en segundos con atribución de tono de la cobertura (positivo, negativo o neutro) según el contexto y contenido.

Variables tomadas en cuenta

- organización política a la que pertenece el candidato
- género del candidato (en casos de candidatos al Congreso y al Parlamento Andino)
- distrito electoral del candidato (en caso de candidatos al Congreso)

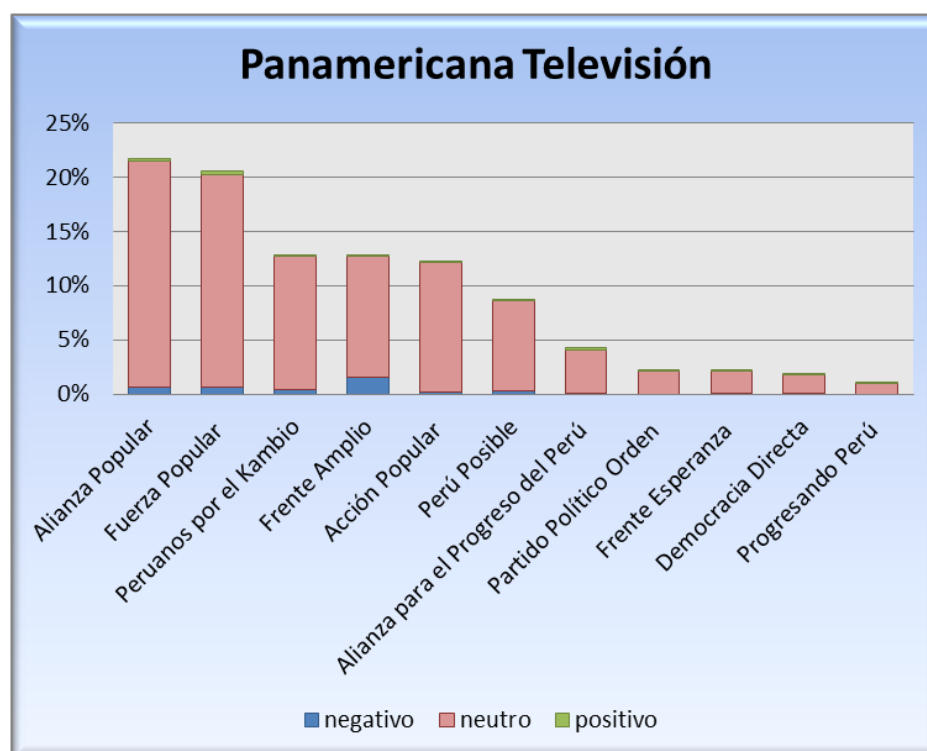
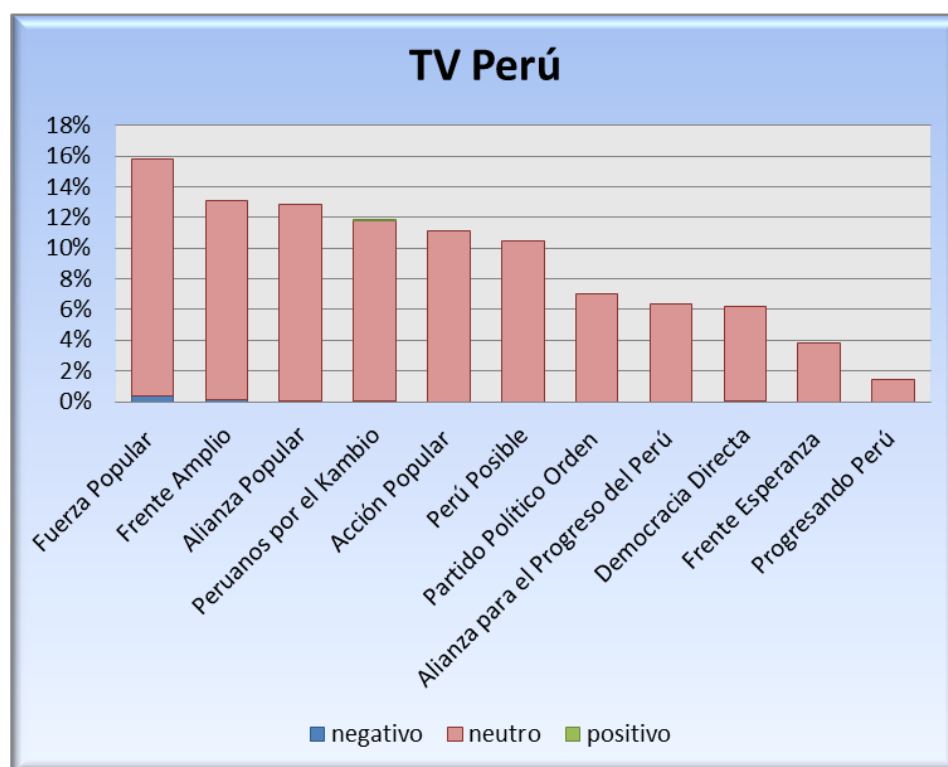
El análisis no incluye materiales de la franja electoral y avisos de la publicidad contratada. También se excluye el contenido de las entrevistas realizadas el 20 de marzo por *TV Perú* y *América TV*, teniendo en cuenta que éstas formaban parte de bloques de entrevistas realizadas en su mayoría antes del período observado.

Intensidad de la cobertura de la campaña¹

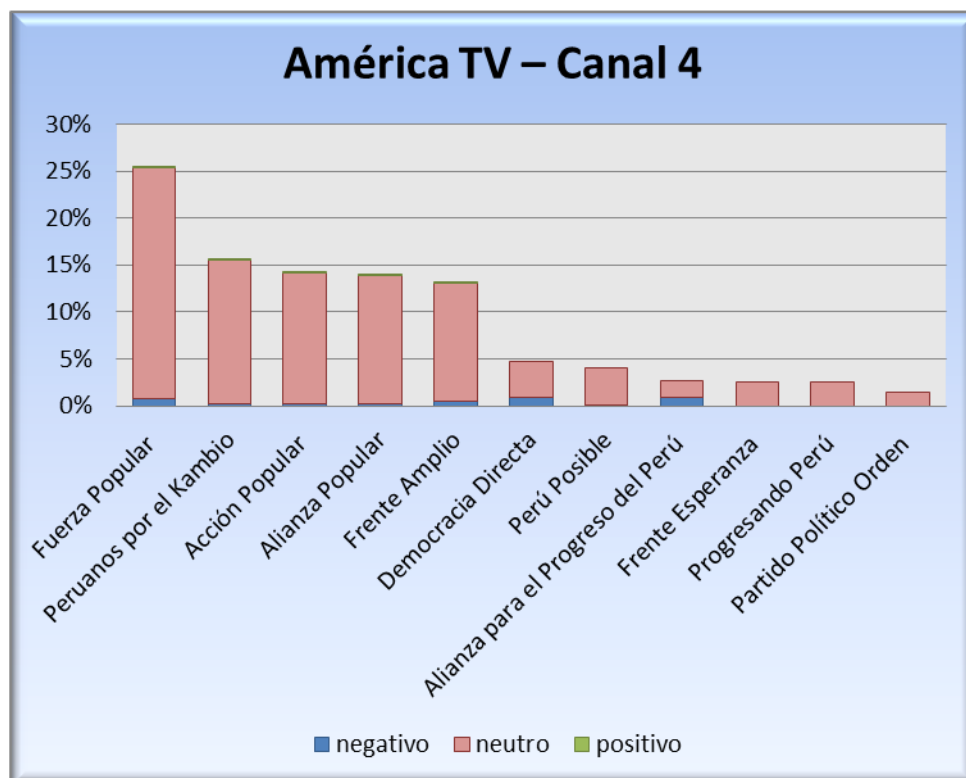
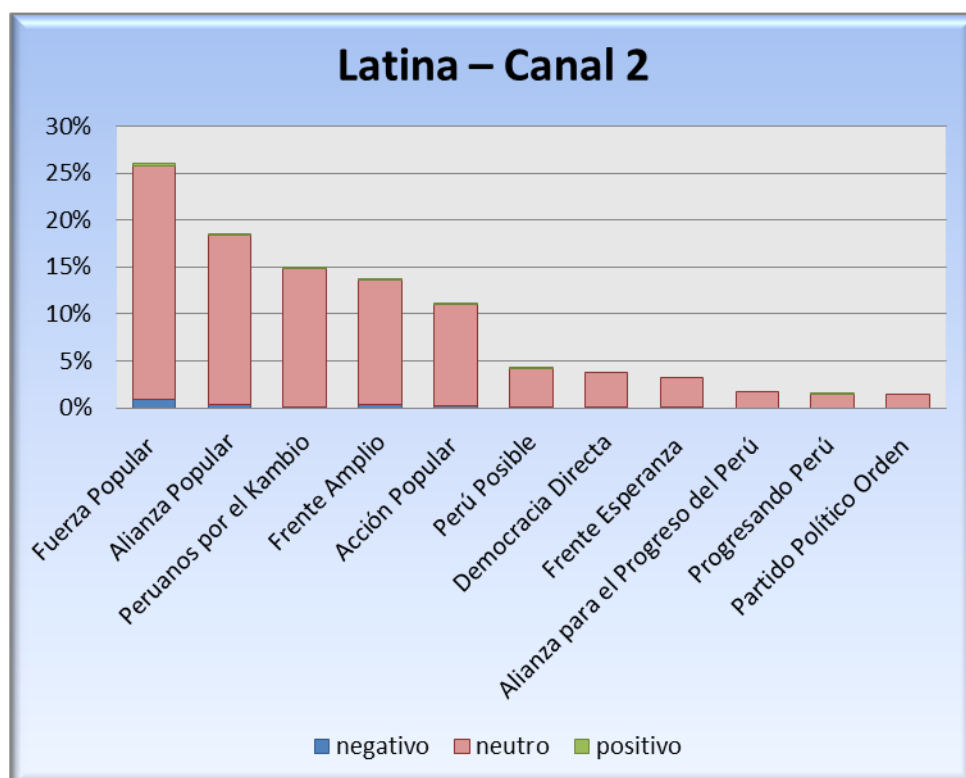


¹ Toda la cobertura periodística de los partidos y candidatos sin contar la publicidad y el espacio contratado

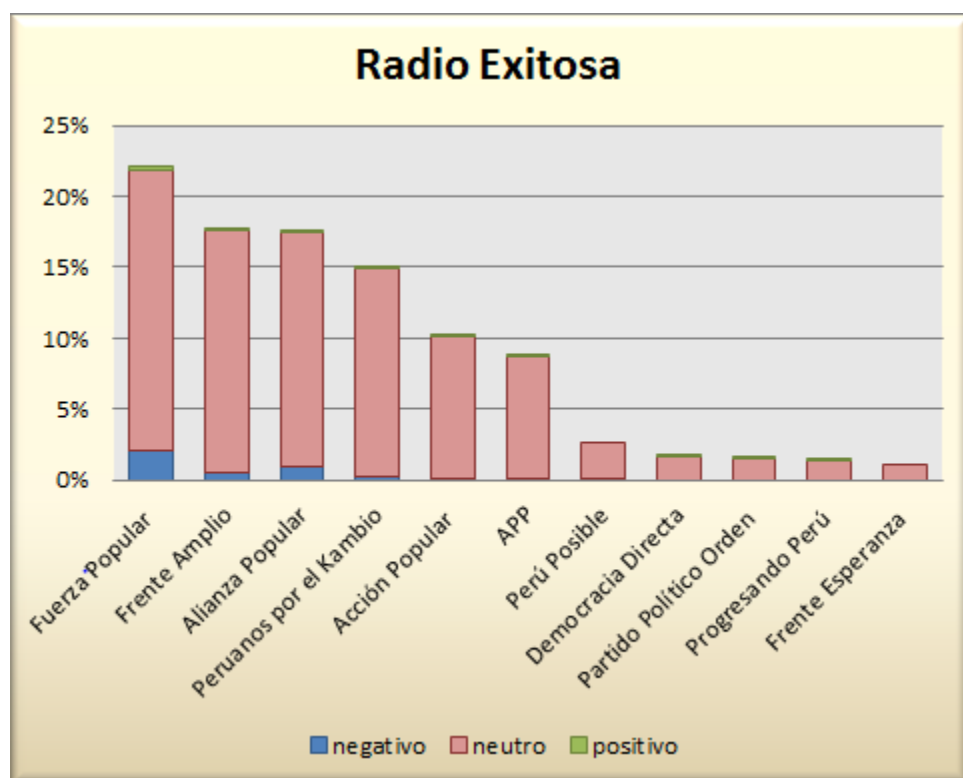
Cobertura de los partidos políticos y de sus candidatos (televisión)²

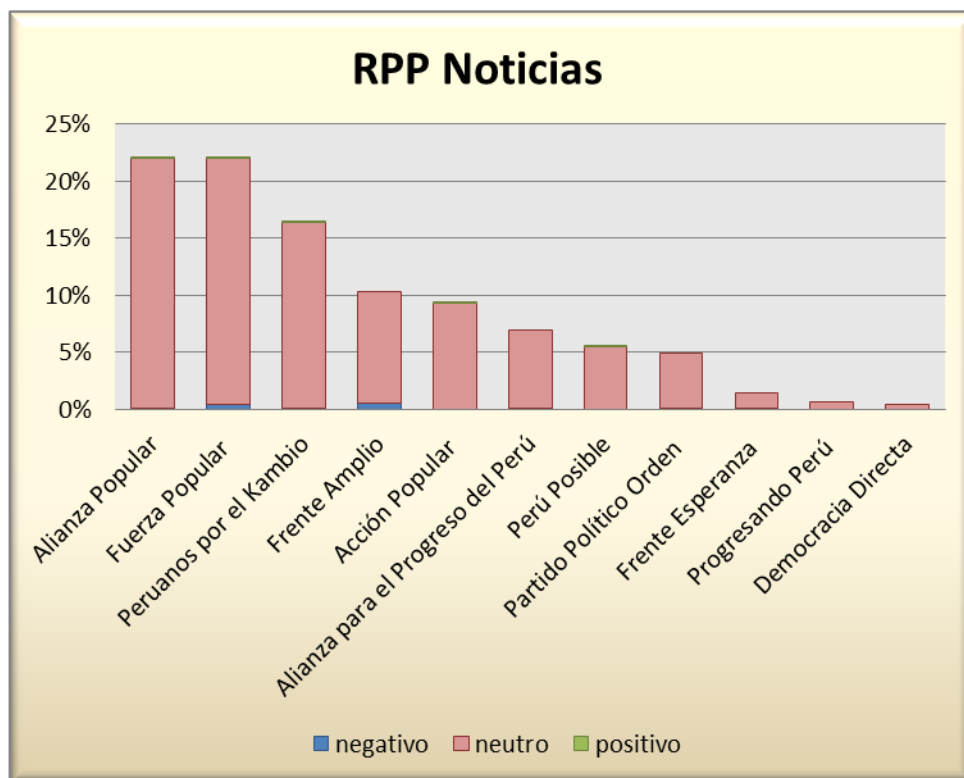


² Considerado para cada tipo de elección (a la Presidencia, Congreso y Parlamento Andino)

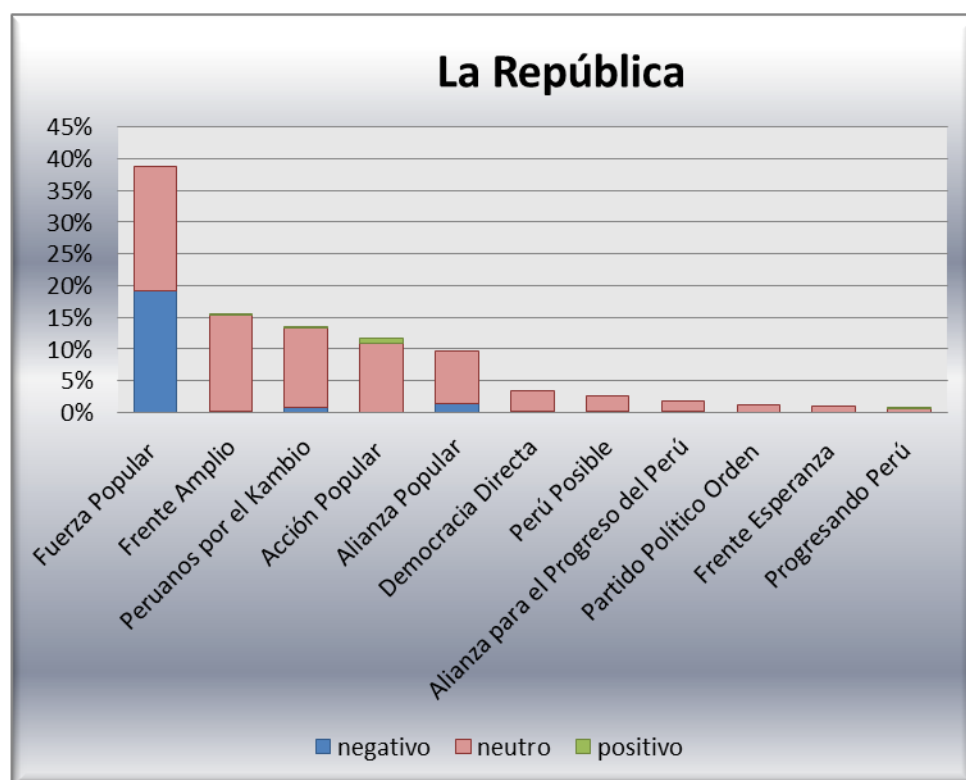
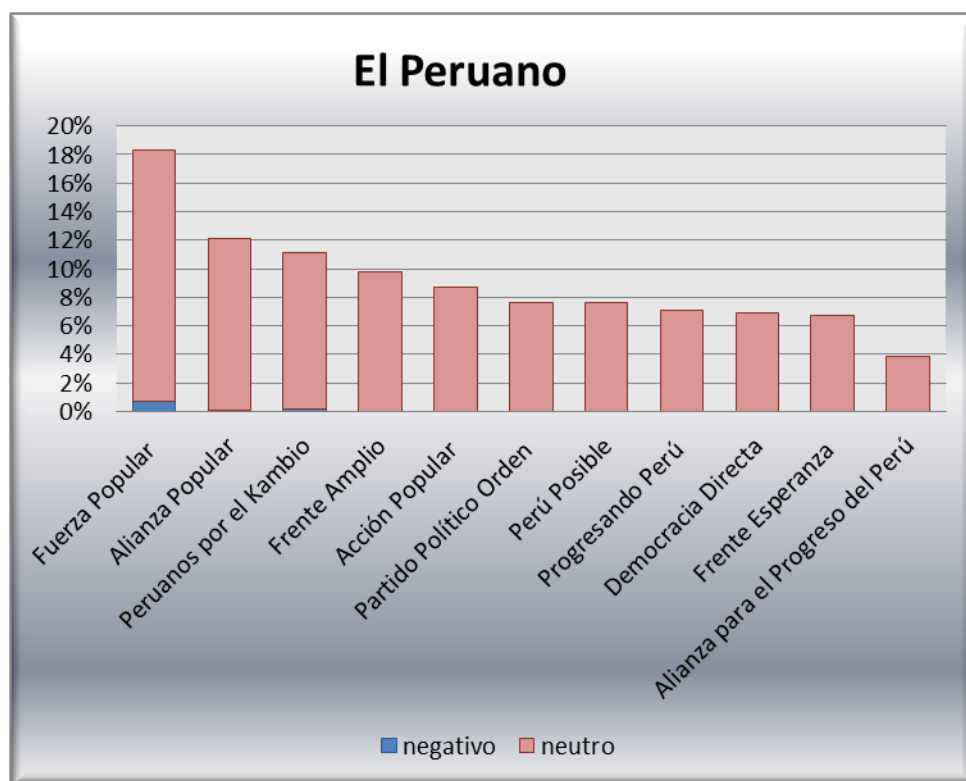


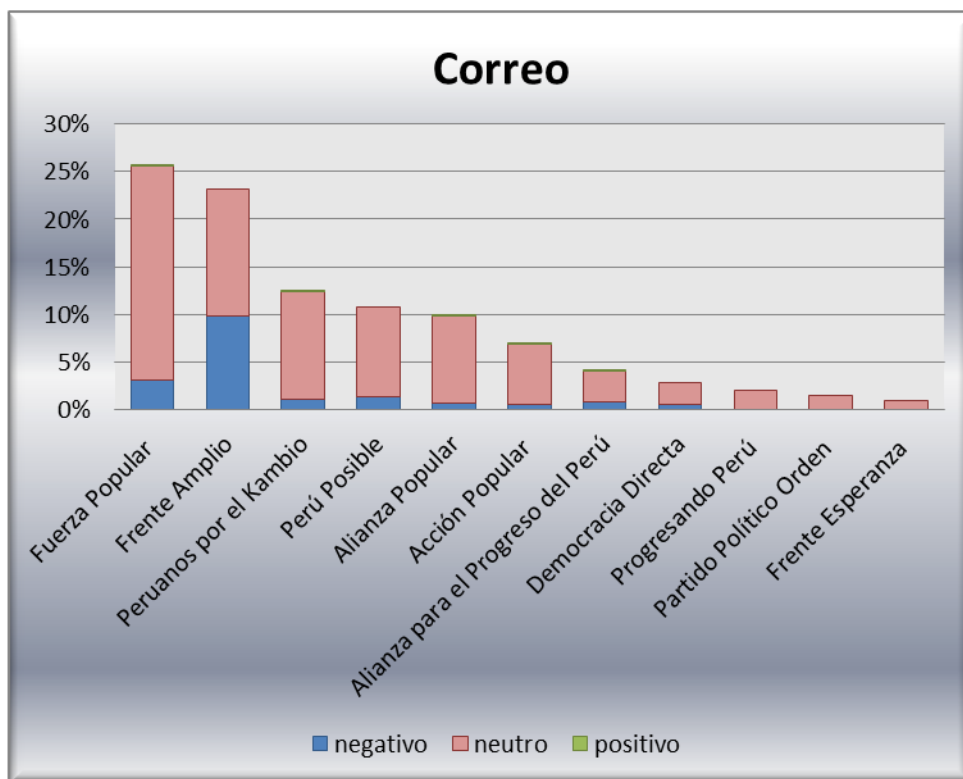
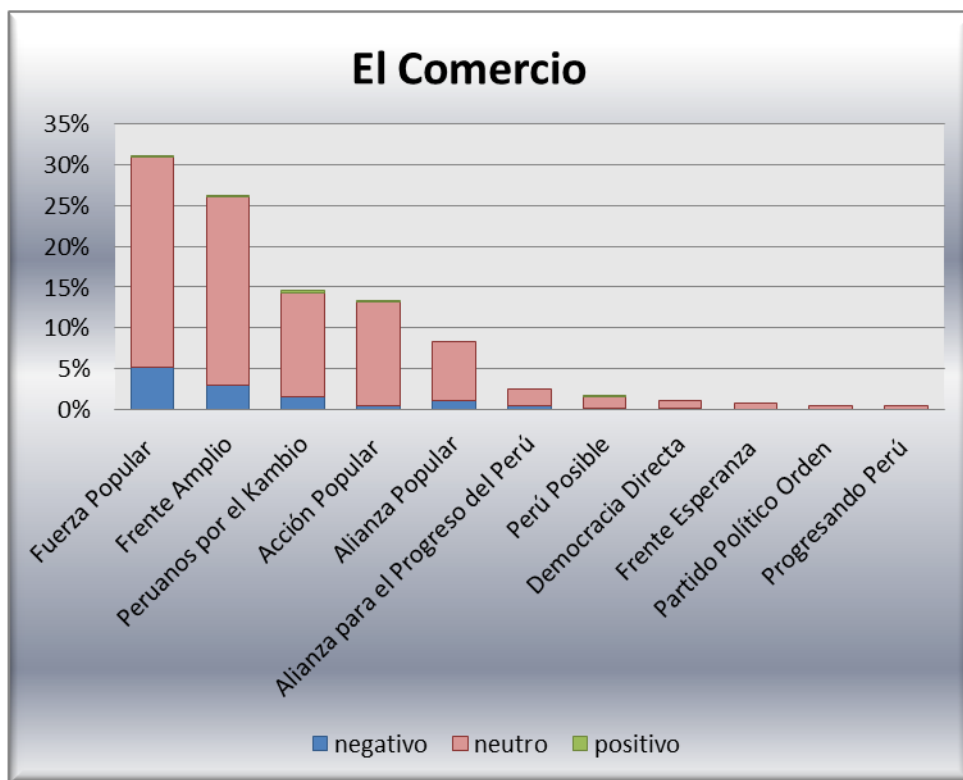
Cobertura de los partidos políticos y de sus candidatos (radio)

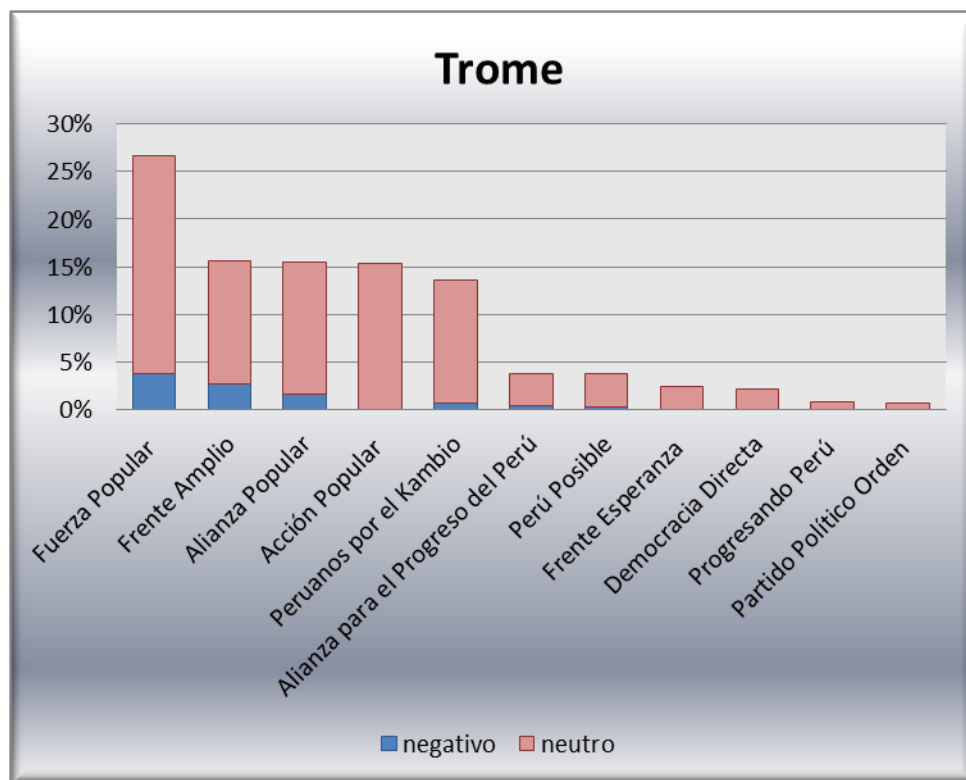




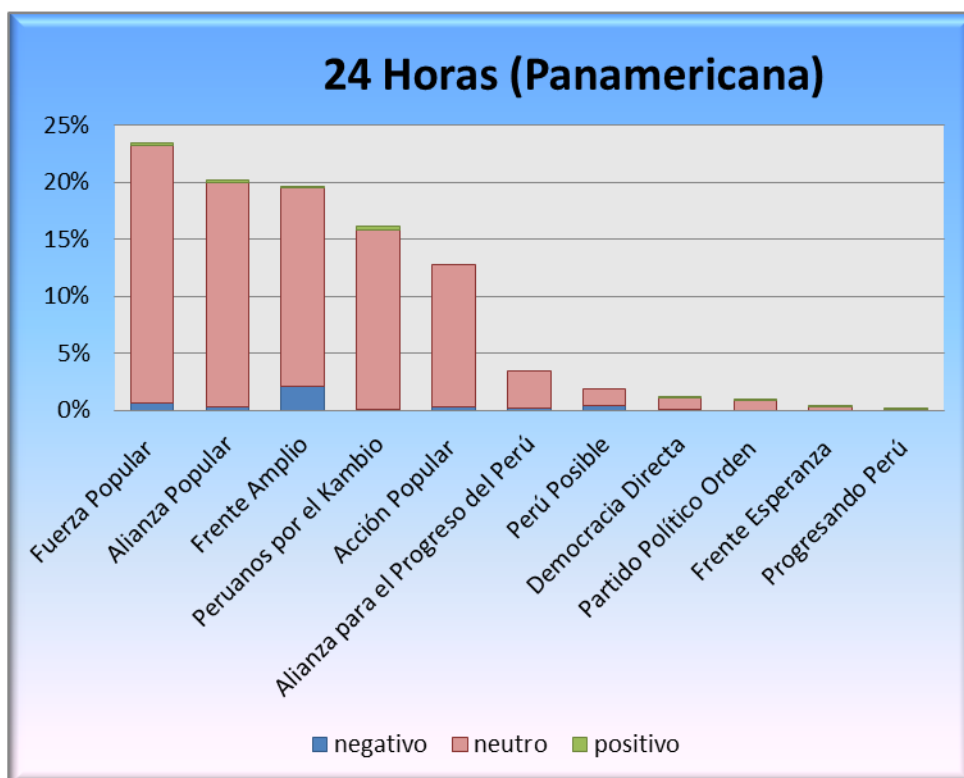
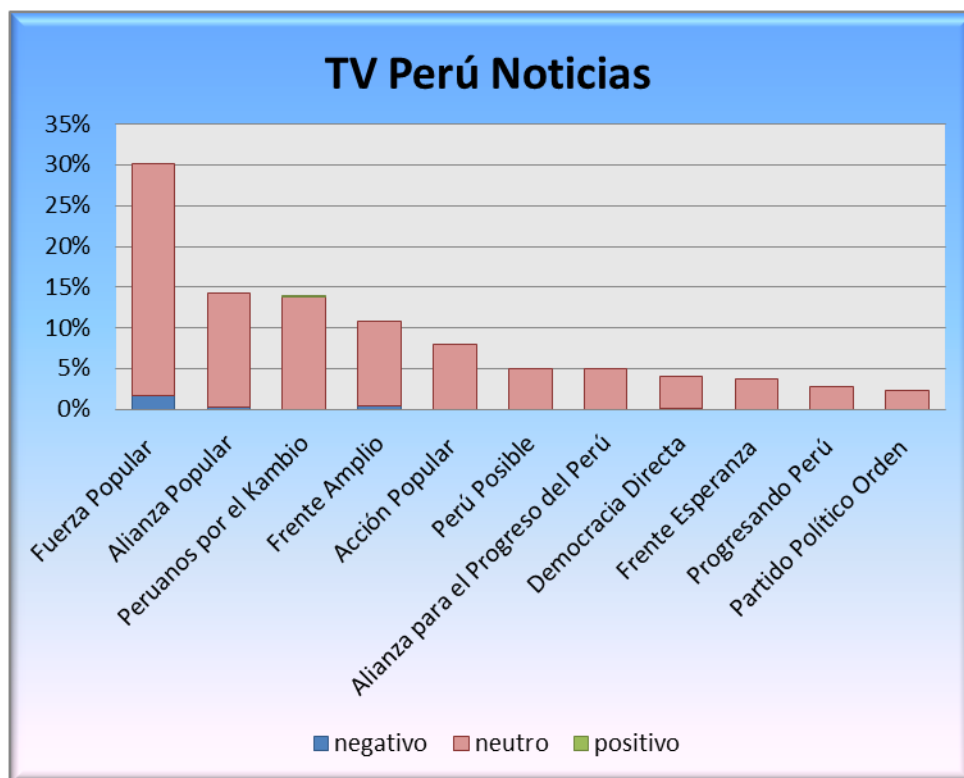
Cobertura de los partidos políticos y de sus candidatos (prensa escrita)

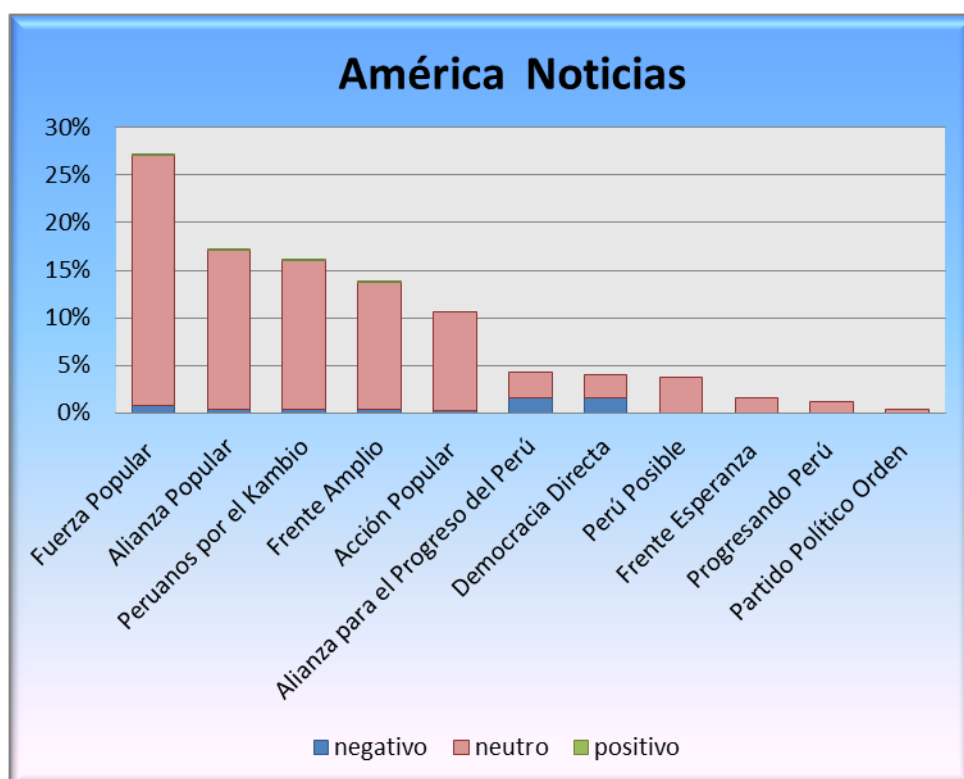
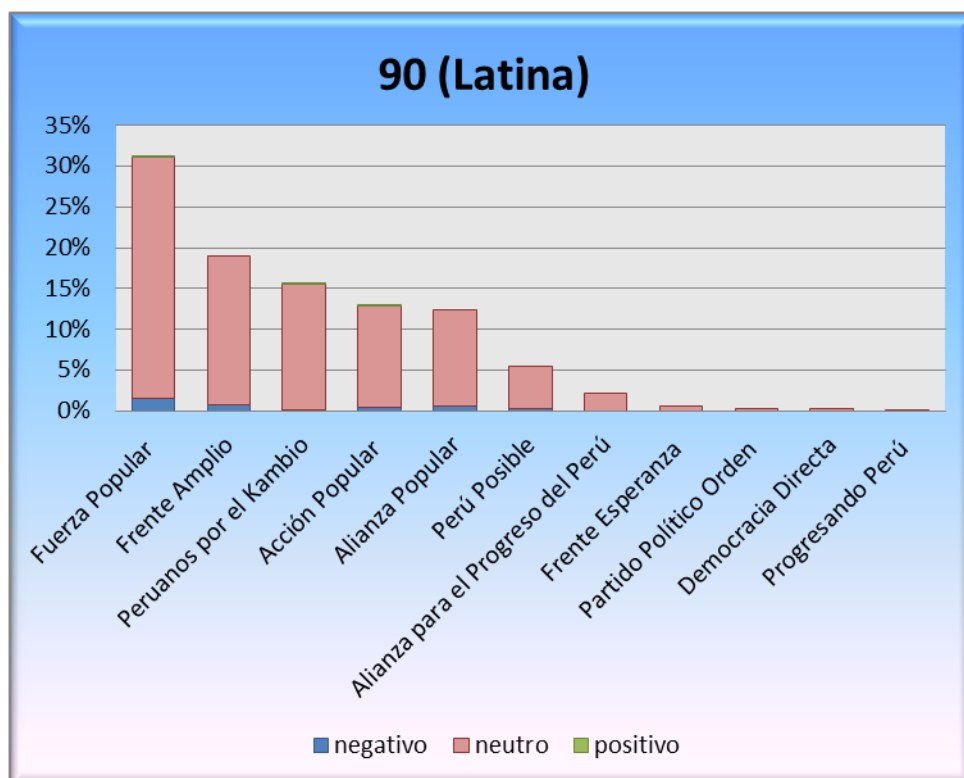




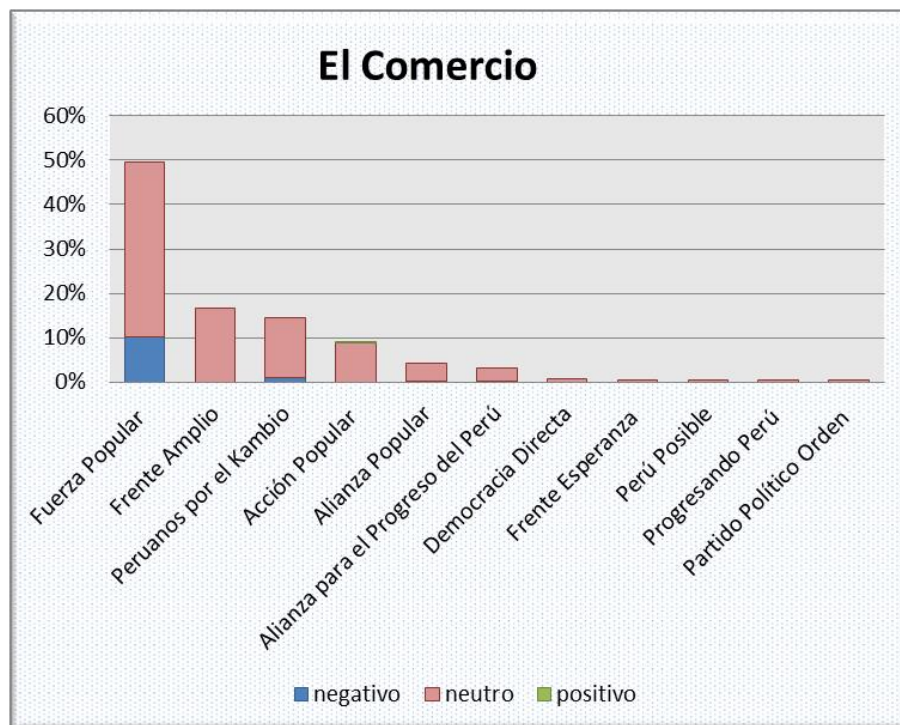
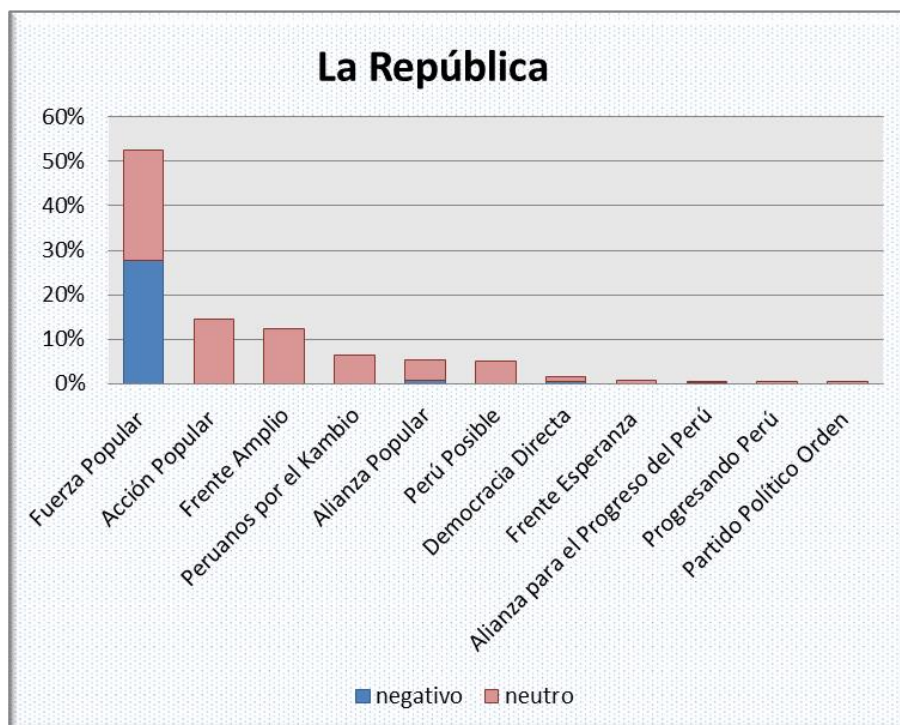


Cobertura en noticieros de televisiones nacionales

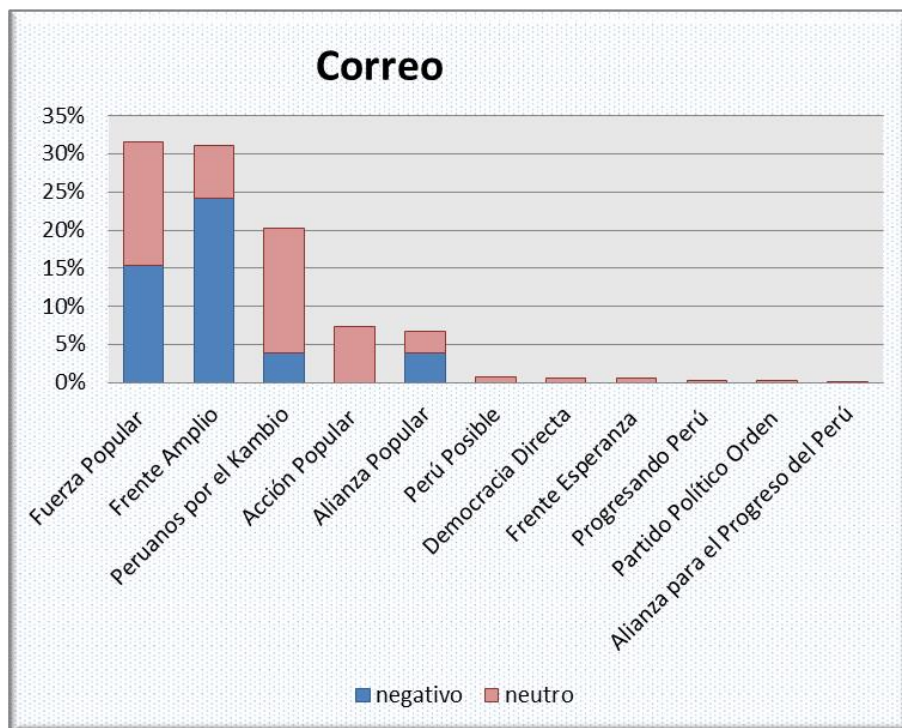




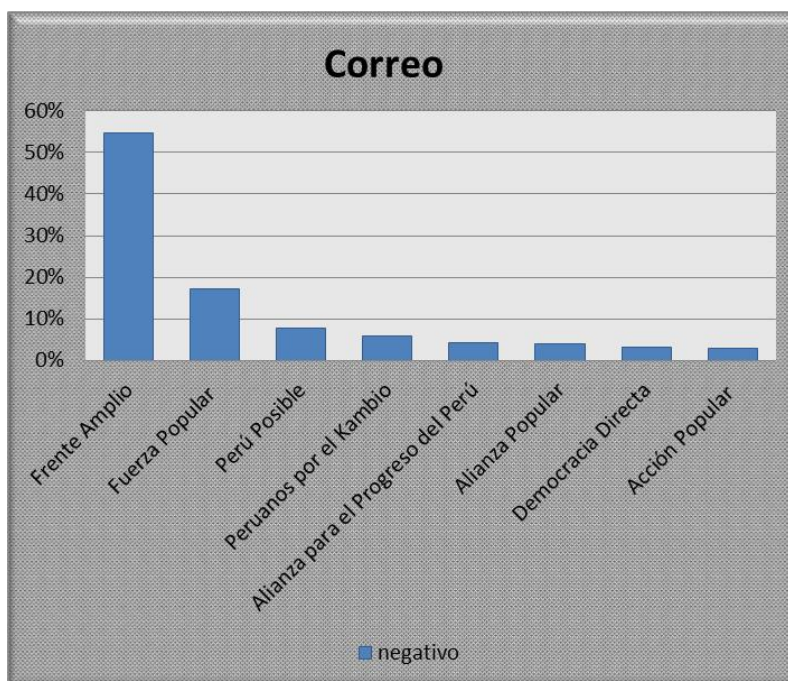
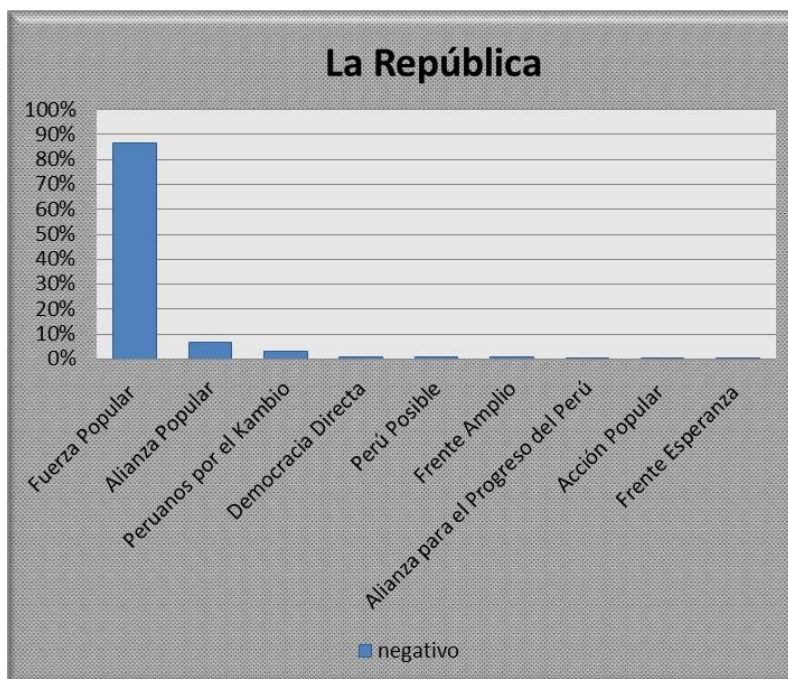
Cobertura en las primeras páginas de diarios nacionales³



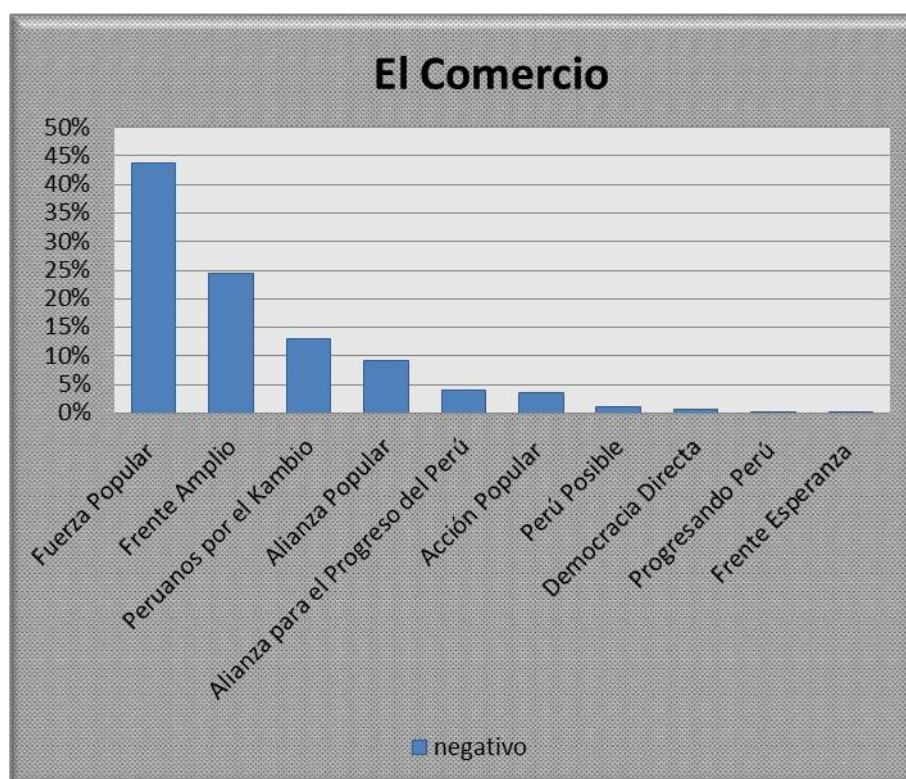
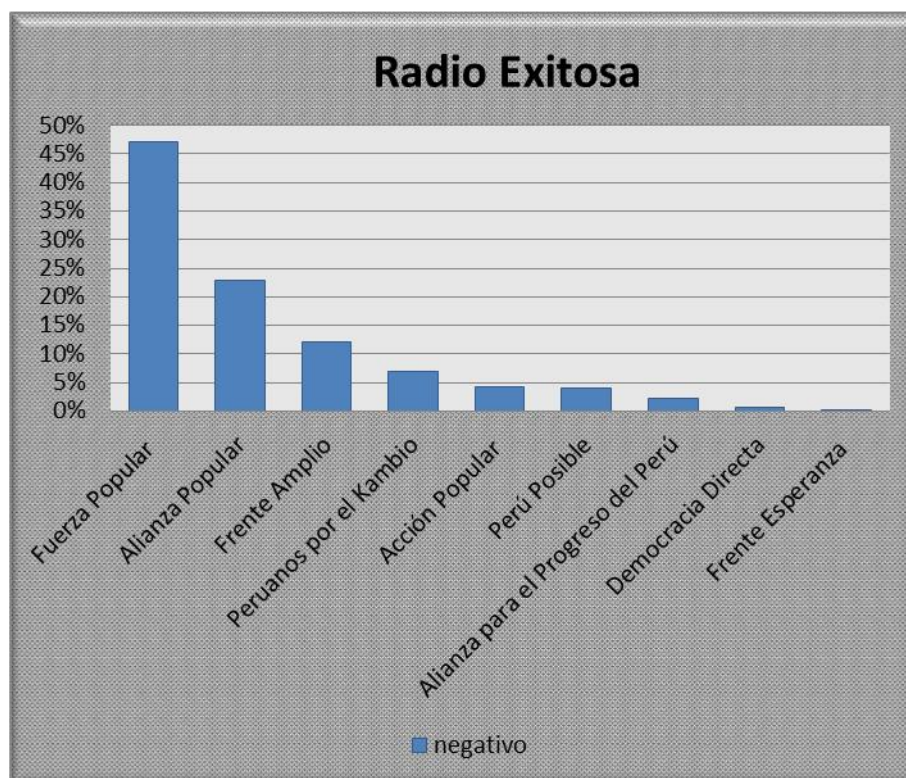
³ El diario estatal *El Peruano* en general no tiene cobertura política en la primera página, mientras que la cobertura del *Trome* en la primera página es escasa.

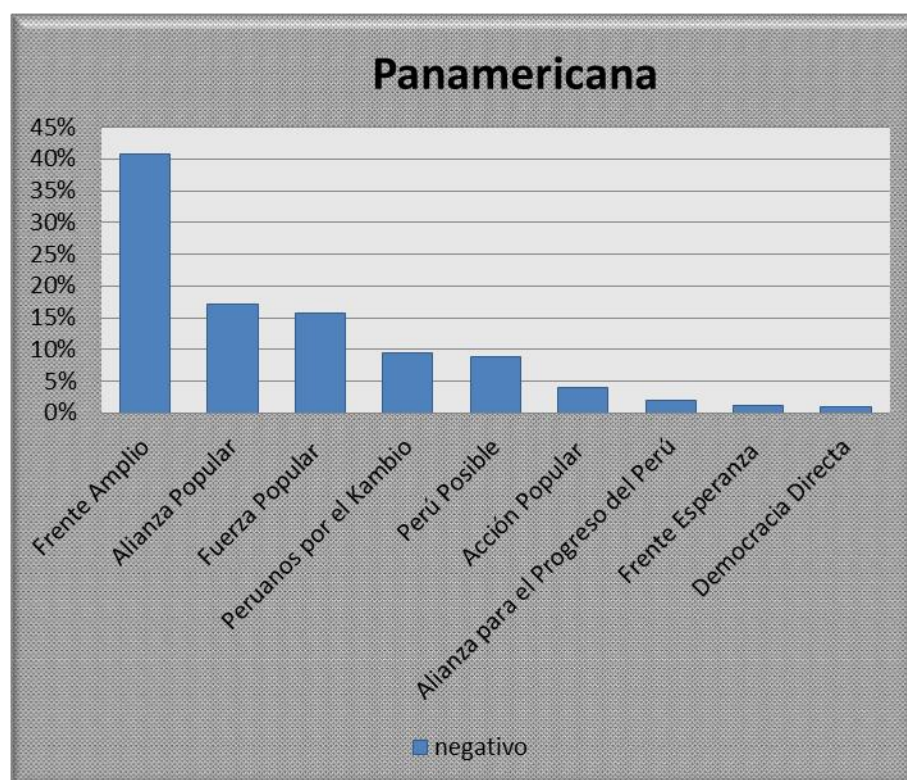


Uso del tono negativo en la cobertura de la campaña electoral⁴

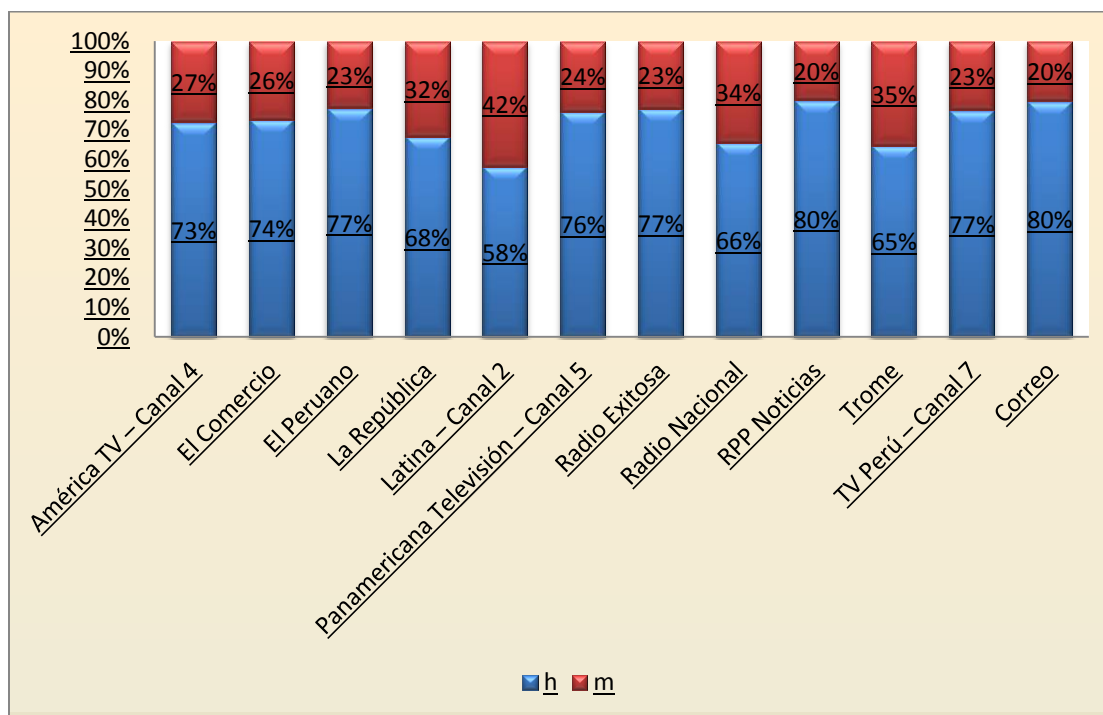


⁴ Se han tomado en cuenta únicamente los medios con cantidad significativa de tono negativo.

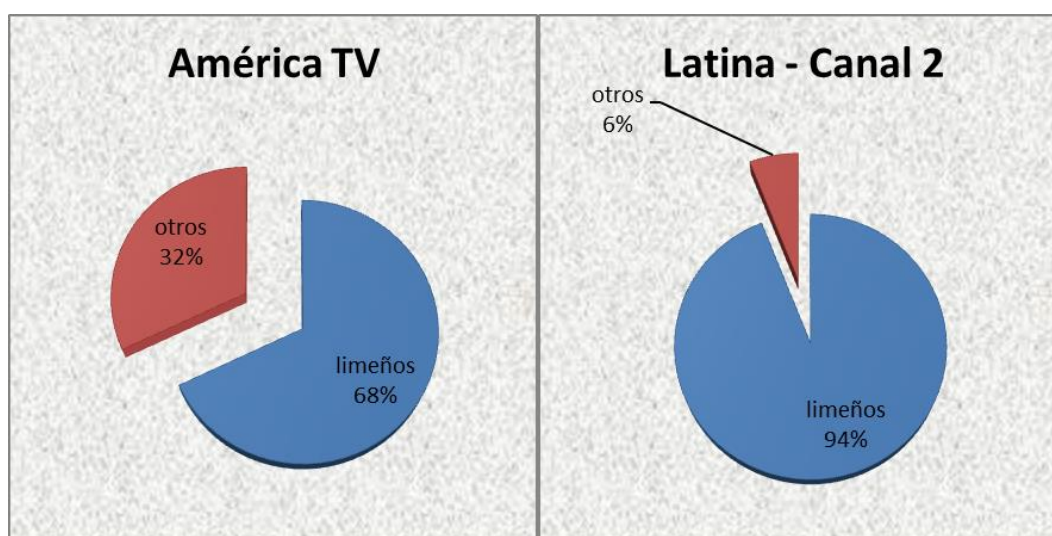




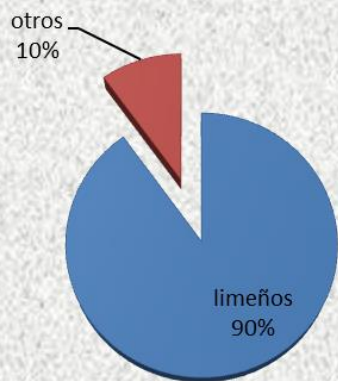
Cobertura por género en las elecciones al Congreso



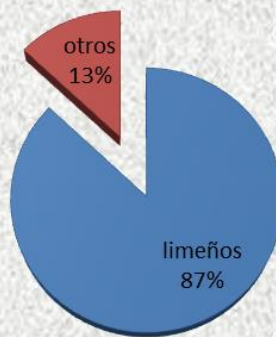
Cobertura por distrito en las elecciones al Congreso



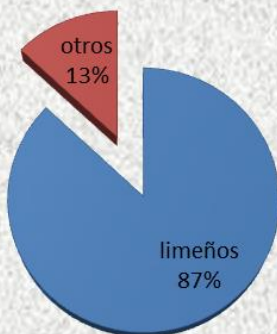
Panamericana



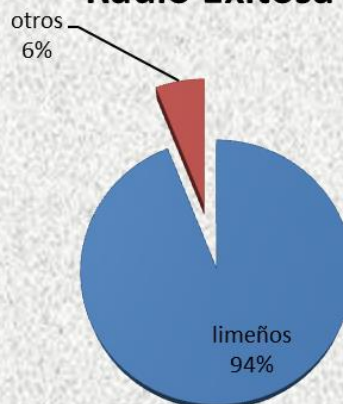
TV Perú



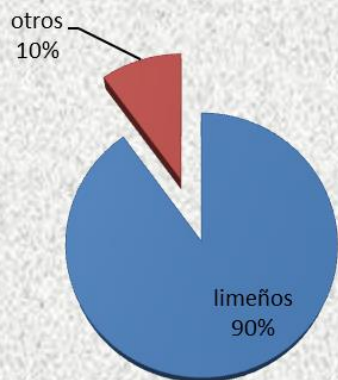
Radio Nacional



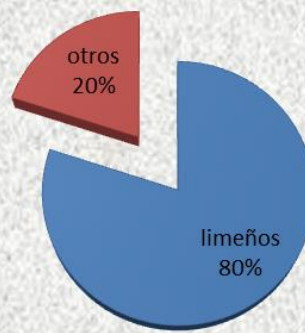
Radio Exitosa



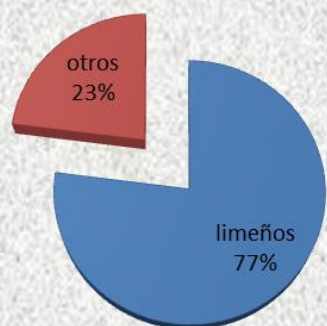
RPP Noticias



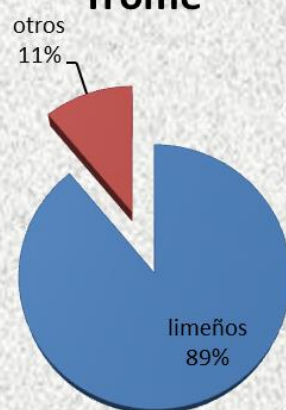
La República



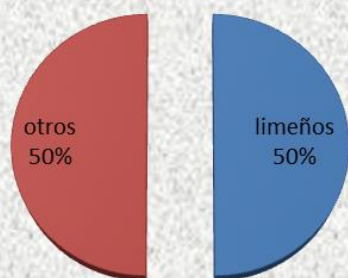
El Comercio



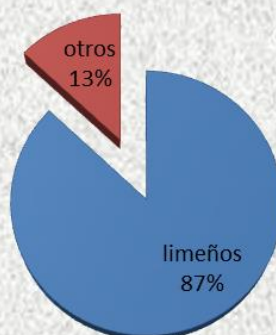
Trome



El Peruano

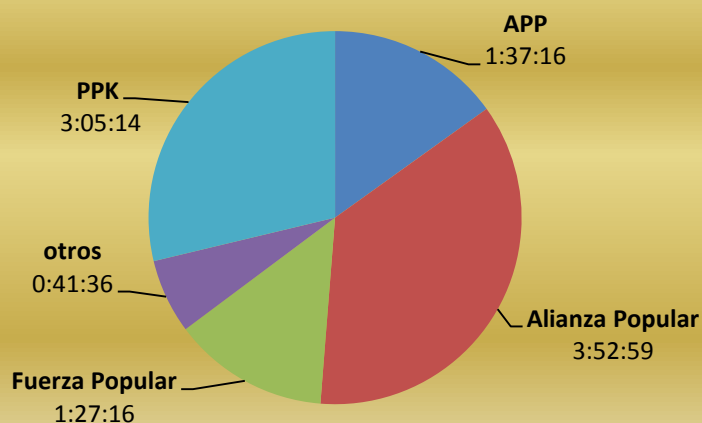


Correo



Publicidad contratada por los partidos políticos en los medios

Publicidad contratada por partido



Publicidad contratada por medio

