

**Principales Conclusiones generales del Monitoreo  
de la Cobertura Informativa de la Campaña Presidencial  
en Argentina  
Período 24 de febrero-25 de abril**

- La cobertura informativa de la campaña presidencial se concentró en la prensa gráfica al abarcar un 50% de las noticias analizadas; en menor medida en radio, medio en que aparecieron el 41 % de las noticias sobre la campaña electoral y, en una proporción mucho menor, en los noticieros de televisión de los canales de aire, donde se registraron sólo el 9 % de las noticias analizadas. Esta medición no incluyó a los programas políticos de opinión.
- Al analizar la **cantidad de menciones de los candidatos** en los tres medios sumados (gráfica, radio y noticieros de tv), se observaron tres bloques diferenciados:
  - 1° - Menem y Kirchner;
  - 2° -López Murphy, Rodríguez Saá y Carrió
  - 3° -Moreau, Bravo, Walsh, “otros” y el voto bronca.

Los dos primeros concentraron el 49% de la cobertura (28% Menem y 21% Kirchner), en tanto que el segundo bloque obtuvo un 40%. Con una presencia mucho menor, se ubicó el tercer bloque de candidatos con un 10% de las menciones.
- Al comparar la cobertura obtenida por los candidatos a lo largo de los 60 días que duró el Monitoreo, se destaca que, al aproximarse las elecciones, las menciones se concentraron en los cinco candidatos que, según las encuestas, tenían más chance de entrar al ballotage.
- 
- Menem fue el candidato con mayor cantidad de menciones y/o apariciones en la cobertura de los tres medios sumados y en cada uno de los 16 medios analizados (las menciones fueron tanto positivas, como negativas y neutras).
- En cuanto a la cobertura que le otorgaron los distintos **diarios** a los candidatos, el matutino que le otorgó más espacio en cm<sup>2</sup> al primer y segundo bloque fue La Nación, mientras que el diario que le otorgó más cobertura al tercero, fue Página 12.
- Al analizar el porcentaje que le asignó cada diario a los candidatos, dentro del espacio que le dedicó cada uno a la campaña, se observa una cobertura pareja, con una mayor concentración en los cinco candidatos que tenían chances de entrar al ballotage, en desmedro del resto. Los diarios denominados “populares”, Crónica y Popular, son los que le dieron el mayor porcentaje de cobertura a los dos candidatos que finalmente entraron al ballotage (Menem y Kirchner).

- Menem fue el candidato que obtuvo más centímetros en los 6 diarios relevados y concentró el 34 % de las menciones, mientras que Kirchner obtuvo un 22 % de la cobertura.

El segundo bloque de candidatos (López Murphy, R. Saá y Carrió, en ese orden) obtuvo un 35% de las menciones, con una cobertura pareja en los seis diarios. El tercer bloque de candidatos (Moreau, Bravo, Walsh y "otros") obtuvo un 8% de la cobertura.

Menem, Kirchner, López Murphy, Rodríguez Saá, Moreau y "otros" lograron su mayor cobertura en La Nación, mientras que Carrió, Bravo y Walsh, la tuvieron en Página 12.

Clarín fue el diario que le dedicó más espacio al voto bronca.

- En los **programas radiales** analizados,

- Menem lideró el ranking de la cobertura al concentrar el 39% del tiempo referido a la campaña, seguido por Kirchner con casi la mitad de los segundos (el 19 % del tiempo de las noticias analizadas). E

- n tercer lugar, se ubicó López Murphy con el 13 % de la cobertura, seguido por Rodríguez Saá y Carrió (11% y 10,5 %, respectivamente), aunque con porcentajes muy parejos entre los tres.

En tanto, el resto de los candidatos sumados obtuvo sólo el 5% del tiempo que los cinco programas relevados le dedican a la campaña.

- Los dos programas de radio que le asignaron mayor cobertura en segundos a Menem fueron la Rock & Pop y Mitre, con sólo 50 segundos de diferencia, mientras que el programa que le otorgó menor cantidad de segundos al ex presidente fue el de Radio 10.

La Rock & Pop fue la emisora que le asignó mayor tiempo a "otros" candidatos, en tanto que Mitre fue la que menos.

La Rock & Pop fue, también, la radio que le dio más espacio al voto bronca.

- En relación a la cobertura de los candidatos en los **noticieros de televisión**, el de

América fue el que le asignó mayor cantidad de segundos a Menem y a Kirchner, así como al bloque integrado por López Murphy, Rodríguez Saá y Carrió.

El ranking de cobertura del resto de los candidatos (Moreau, Bravo, Walsh y "otros") lo lideró Canal 7, cuyo noticiero fue el que también le dedicó más tiempo al voto bronca.

- Menem fue el candidato que también lideró el ranking de aparición en TV, con el 33 % del tiempo en los noticieros de aire, cobertura que superó ampliamente a la de Kirchner (19%). Rodríguez Saá, López Murphy y

Carrió obtuvieron, sumados, el 31,5% del tiempo televisivo dedicado a la campaña, con una cobertura pareja en los cinco programas analizados. Moreau, Bravo, Walsh y "otros" candidatos obtuvieron, todos juntos, el 14% de la cobertura electoral en los noticieros.

Menem, Kirchner y Rodríguez Saá contaron con una mayor cantidad de segundos en América TV; López Murphy, en Telefé; y Moreau, Bravo, Walsh y "otros" candidatos, en Canal 7. Bravo y Walsh no fueron nunca mencionados en Canal 9.

- Al analizar la **evolución semanal de la presencia de los candidatos** en los 16 medios relevados, se puede observar que los cinco candidatos que se perfilaban con más chances de entrar al ballottage (Menem, Kirchner, López Murphy, R.Saá y Carrió) se despegaron del resto y comenzaron a aumentar su presencia a partir de la 5ª semana (31 de marzo). En contraste, el resto de los candidatos (Moreau, Bravo, Walsh y "otros"), crecieron muy poco.
- Se observa un muy marcado crecimiento de López Murphy en la última semana (21 al 25 de abril), período en que pasó del cuarto al segundo lugar, con un crecimiento del 69 %, desplazando a Kirchner. Menem se mantuvo liderando la cobertura, con un crecimiento en los últimos cinco días del 15 %.  
Este marcado crecimiento de López Murphy sobre el final de la campaña fue aún más notable en radio, medio en el que creció un 135 % en las dos últimas semanas, y en tv, donde su presencia mediática se incrementó en un 132 % en los últimos siete días.
- Sólo el 7% de las notas en que aparecieron candidatos, se refirieron a sus **propuestas de campaña**, en tanto que la abrumadora mayoría (el 71 % de las menciones) versaban sobre el proceso electoral.
- 
- Al comparar los **resultados electorales** obtenidos y la **cobertura informativa de la campaña**, podemos observar una marcada coincidencia entre el porcentaje de votos obtenidos por los candidatos presidenciales en la primera vuelta electoral y el porcentaje de menciones que tuvieron en los medios monitoreados, durante los 60 días previos a las elecciones.  
Menem, Moreau y Bravo fueron los únicos tres candidatos que obtuvieron un mayor porcentaje de cobertura que de votos.

En cuanto al **Anexo televisivo** (programas políticos de opinión y de entretenimiento), se puede observar que mientras Menem que el candidato que concentró más menciones en este tipo de programas, en el ranking de apariciones en vivo se ubicó en cuarto lugar, detrás de López Murphy, Carrió y Rodríguez Saá.

López Murphy y Menem obtuvieron su mayor cobertura “en vivo” en “Hora Clave”;  
Kirchner, Carrió, R. Saá, Walsh y “otros”, en “A dos Voces”; y  
Moreau y Bravo, en “Desayuno”.