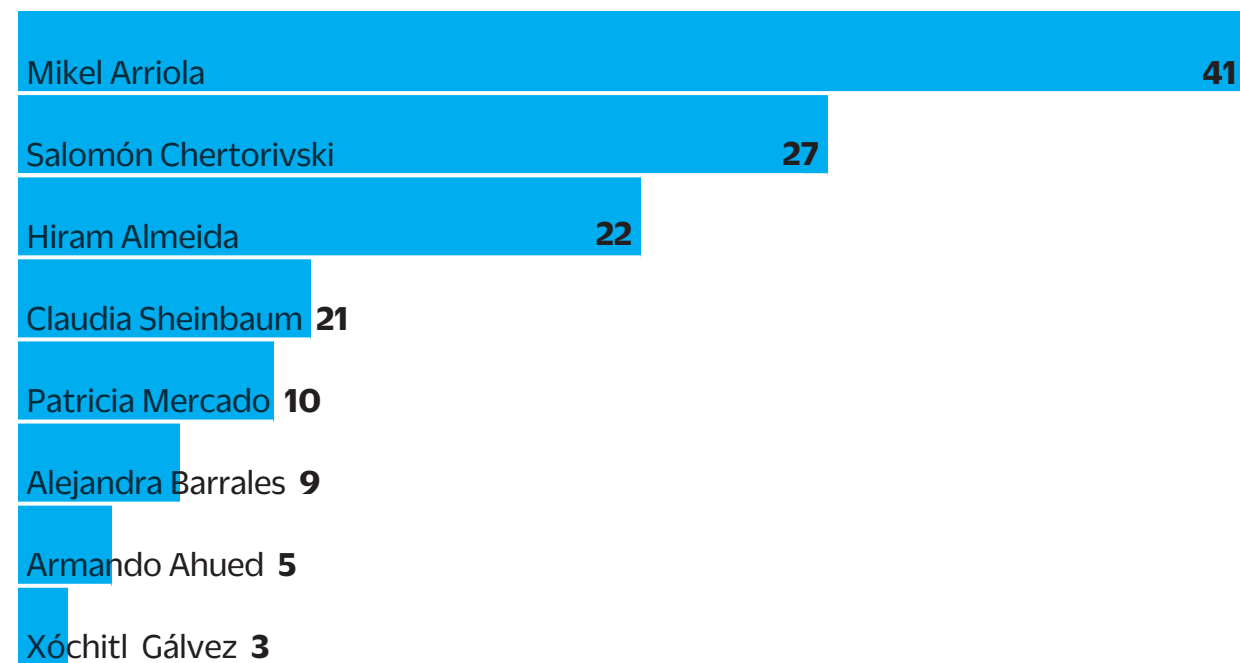


Análisis de Reputación Mediática de Actores (A.R.M.A)

Estudio de investigación llevado a cabo por la Central de Inteligencia Política en colaboración con Eficiencia Informativa que busca medir, comparar y contrastar tendencias mediáticas en el reporte y generación de reputación de sucesos de impacto nacional.

Opinión Efectiva

(Diferencia entre los impactos positivos y los negativos en millones de puntos/pesos)



Aspirantes a Jefe de Gobierno

(Valor comercial en millones de puntos/pesos, noviembre 2017)

■ Calificación ■ Positivo ■ Neutral ■ Negativo

Metodología:
El estudio se llevó a cabo del 1 al 30 de noviembre de 2017. Se revisaron 35 diarios nacionales, 35 canales de televisión y 30 emisoras de radio. También se revisaron y catalogaron 4 mil 330 impactos en medios. El valor comercial se calcula según los precios publicados en la revista especializada MPM. Las notas y temas se clasifican según el impacto en la reputación del actor.

