

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES



El efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre las percepciones de integridad electoral, ¿una relación confiable?

Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Sociología
presentado por:

Pérez Guerra, Joaquín Esteban

Asesor:

Incio Coronado, José Luis


Lima, 2024

Informe de Similitud

Yo, Incio Coronado, José Luis docente de la Facultad de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis/el trabajo de investigación titulado El efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre las percepciones de integridad electoral, ¿una relación confiable? del/de la autor (a)/ de los(as) autores(as) Pérez Guerra, Joaquín Esteban de constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 19%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 19/06/2024.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 20 de junio del 2024

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: <u>Incio Coronado, José Luis</u>	
DNI: 41897266	Firma 
ORCID: 0000-0001-6866-0644	

Para María José



Agradecimientos

Todo logro es, siempre, una empresa compartida.

En ese sentido, quisiera agradecer a mi familia, especialmente a mi mamá, a mi papá y a María José, por su compañía e interés en este proyecto. Asimismo, agradezco a mis compañeros y amigos, particularmente a Lucas, Josema y Memo, por su amistad y complicidad durante el proceso.

De manera muy especial, quisiera agradecer a mi asesor, José Luis Incio, quien, con su apoyo y motivación, hizo que este trabajo alcanzara su mejor versión y que su elaboración fuera una grata experiencia. Agradezco, también, a todos los profesores quienes, en distintas oportunidades, me dieron sus valiosos comentarios y sugerencias, principalmente, a Maritza Paredes y a David Sulmont. Asimismo, agradezco a José Luis Rosales por su inagotable ayuda en mi paso por Sociología.

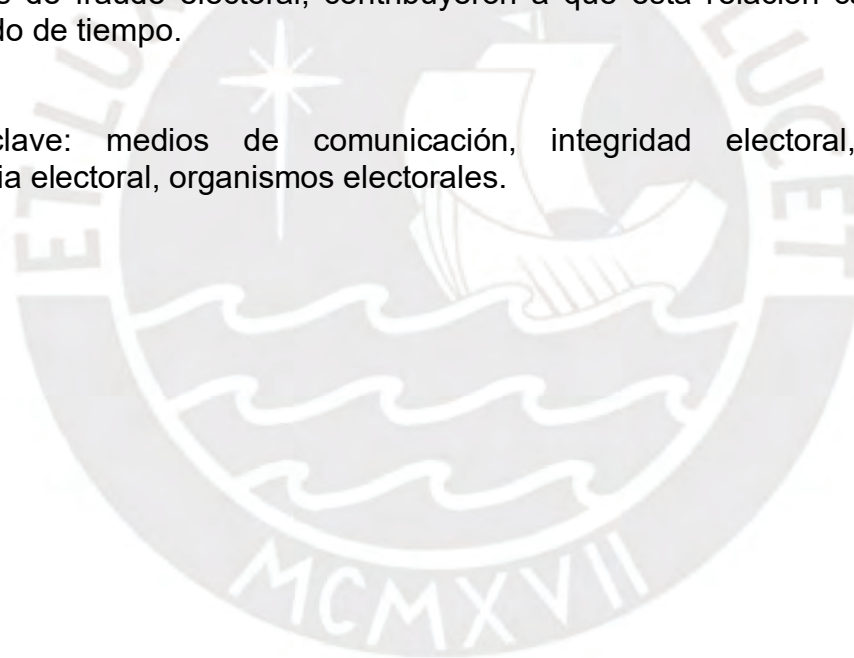
Agradezco, en fin, a todos con quienes compartí y de quienes aprendí durante esta maravillosa etapa.



Resumen

La confianza en instituciones que son clave para el funcionamiento de la democracia ha caído de manera sostenida en el Perú y América Latina, entre ellas, la confianza en los medios de comunicación. Si bien se ha discutido cómo la desconfianza en la prensa puede afectar a las instituciones y valores políticos, hasta ahora sabemos muy poco respecto del impacto que la desconfianza en la prensa puede tener sobre uno de los pilares del sistema democrático: las elecciones. Para llenar este vacío, esta investigación estudia el efecto que la confianza en los medios de comunicación tradicionales tiene sobre la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales. Con datos correspondientes a las elecciones generales de Perú en el 2021, este trabajo presenta dos aportes valiosos para la discusión sobre la relación entre la prensa y los procesos electorales: por un lado, concluimos que la confianza en la prensa tiene un efecto significativo sobre la percepción de integridad electoral, independientemente de la confianza en otras instituciones vinculadas con las elecciones. Por el otro, este trabajo argumenta que los sucesos políticos y mediáticos particulares de las elecciones del 2021, especialmente las acusaciones injustificadas de fraude electoral, contribuyeron a que esta relación cambie en un breve periodo de tiempo.

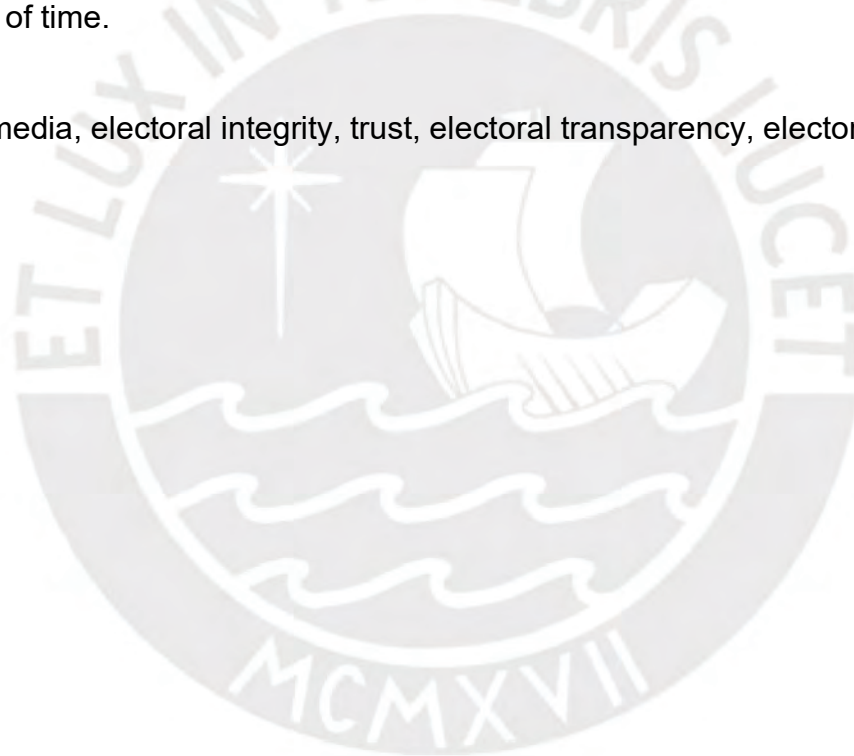
Palabras clave: medios de comunicación, integridad electoral, confianza, transparencia electoral, organismos electorales.



Abstract

Trust in institutions that are key to the functioning of democracy has fallen steadily in Peru and Latin America, including trust in the media. While it has been discussed how distrust in the press can affect political institutions and values, so far we know very little about the impact that distrust in the press can have on one of the pillars of the democratic system: the elections. To fill this gap, this research studies the effect that trust in the traditional media has on the perception of electoral transparency and trust in electoral bodies. With data corresponding to Peru's general elections in 2021, this paper presents two valuable contributions to the discussion on the relationship between the press and electoral processes: on the one hand, we conclude that trust in the press has a significant effect on the perception of electoral integrity, independently of trust in other institutions linked to elections. On the other hand, this paper argues that the particular political and media events of the 2021 elections, especially the unjustified accusations of electoral fraud, contributed to this relationship changing in a short period of time.

Keywords: media, electoral integrity, trust, electoral transparency, electoral bodies.



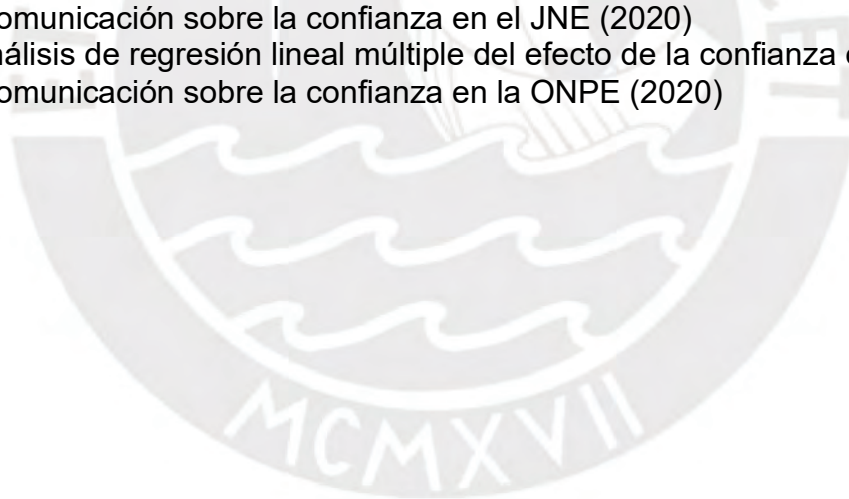
Índice de contenidos

Introducción	1
1. Problema de investigación	3
2. Revisión de la literatura	11
2.1. Predictores de la integridad electoral	12
2.2. Predictores de la percepción de integridad electoral	13
2.3. Aportes de la investigación	14
3. Marco teórico e hipótesis	16
4. Diseño Metodológico	22
4.1. Datos	22
4.2. Variables independientes	23
4.3. Variables dependientes	25
4.4. Variables de control	27
4.4.1. Características sociodemográficas	27
4.4.2. Confianza en instituciones políticas	29
4.4.3. Conocimiento y percepciones sobre la democracia	30
4.4.4. Contacto institucional con organismos electorales	31
4.4.5. Preferencias electorales	32
4.4.6. Periodos electorales	32
5. Resultados	34
5.1. Interacciones	37
5.2. Comparación con el 2020	45
6. Discusión	51
Conclusiones	58
Referencias bibliográficas	60



Índice de tablas

Tabla 1. Variables independientes: Confianza en los medios de comunicación	24
Tabla 2. Variables dependientes: Percepción de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales	26
Tabla 3. Variables de control: Características sociodemográficas	28
Tabla 4. Variables de control: Acceso a medios de comunicación	29
Tabla 5. Variables de control: Macro regiones	29
Tabla 6. Variables de control: Confianza en instituciones políticas	30
Tabla 7. Variables de control: Conocimiento y percepciones sobre la democracia	31
Tabla 8. Variables de control: Contacto institucional con organismos electorales	31
Tabla 9. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de integridad electoral (2021)	39
Tabla 10. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de transparencia electoral (2021)	40
Tabla 11. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en el JNE (2021)	41
Tabla 12. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en la ONPE (2021)	42
Tabla 13. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de integridad electoral (2020)	47
Tabla 14. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de transparencia electoral (2020)	48
Tabla 15. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en el JNE (2020)	49
Tabla 16. Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en la ONPE (2020)	50



Índice de figuras

Figura 1. Evolución de la confianza en medios de comunicación (2004-2020)	3
Figura 2. Evolución de la confianza en instituciones 'representativas' (2004-2020)	6
Figura 3. Evolución de la confianza en los medios de comunicación	24
Figura 4. Evolución de la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales	26
Figura 5. Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la percepción de integridad electoral (2021)	43
Figura 6. Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la percepción de transparencia electoral (2021)	43
Figura 7. Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la confianza en el JNE (2021)	44
Figura 8. Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la confianza en la ONPE (2021)	44



Introducción

Sin la confianza, el funcionamiento de la acción colectiva, de las organizaciones y de las instituciones es virtualmente insostenible en el tiempo (Coleman, 1990; Putnam, 1993), ¿qué pasa, entonces, cuándo se pierde la confianza en una institución vital del sistema democrático? Los medios de comunicación son, indiscutiblemente, una pieza clave para el correcto funcionamiento de la democracia: ellos actúan como catalizadores de la opinión pública, tanto para representar como para informar a la sociedad civil (Habermas, 1989); así como también brindan a la ciudadanía herramientas para exigir una rendición de cuentas a sus representantes (Curran et. al., 2009).

A propósito de ello, este trabajo aborda la relación entre la confianza en la prensa y otra institución clave de la democracia: las elecciones; específicamente, las percepciones de integridad que las personas tienen respecto de su sistema electoral. En esa dirección, la pregunta que estructura la investigación consiste en cuál es el efecto de la confianza en los medios de comunicación tradicionales —prensa escrita, televisión y radio— sobre la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales. Para responder a la interrogante que se plantea, este trabajo conduce un modelo estadístico multivariable para estimar el efecto de la confianza en los medios de comunicación, desglosado por tipos de medios tradicionales —variables independientes—, sobre la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales —variables dependientes—.

El caso de estudio es el de las elecciones generales del 2021 en el Perú; por ello, se utilizan datos de la ENAHO de todo el 2021, particularmente, datos del 'Módulo Gobernabilidad, Democracia y Transparencia'. Analizar el efecto de la confianza en la prensa sobre las percepciones de integridad electoral a partir de las elecciones del 2021 es importante, por una parte, para profundizar en la relación entre ambas instituciones; pero, además, para examinar cómo esta relación se puede ver influenciada por sucesos políticos y mediáticos particulares a esta elección, la cual se ubica, además, dentro de un proceso de degradación institucional y democrática. Por ello, los modelos incluyen interacciones entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo post electoral.

El trabajo está organizado de la siguiente manera: primero, se desarrolla el planteamiento del problema de investigación, así como la contextualización y

justificación del caso de estudio. Segundo, se revisan los trabajos más importantes respecto de los predictores de la percepción de integridad electoral, al igual que se exponen los aportes de este trabajo. Tercero, se explican los conceptos y mecanismos teóricos que sustentan las hipótesis de la investigación. Cuarto, se define la metodología y operacionalización de variables. Quinto, se presentan los principales resultados del trabajo. Sexto, se discuten las implicancias que los resultados tienen para la literatura y el caso de estudio. Por último, se resumen las principales conclusiones, junto con las limitaciones y temas pendientes.

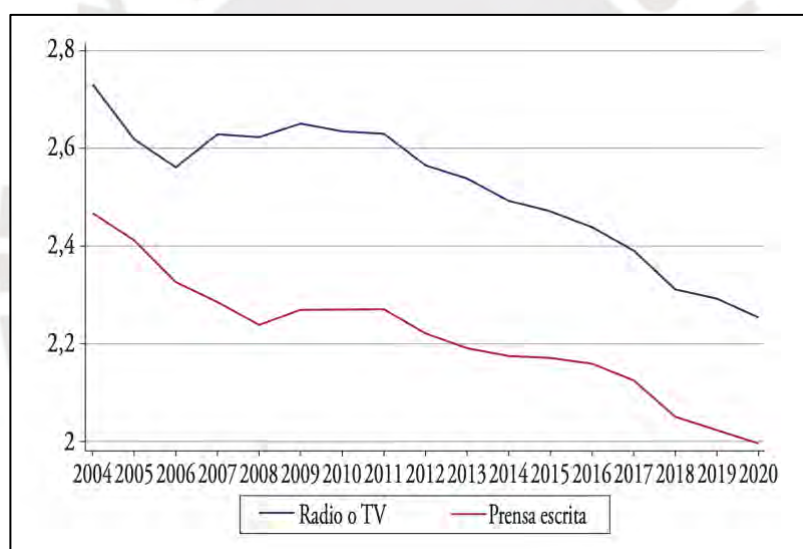
Los hallazgos principales de la investigación son, por una parte, que la confianza en los medios de comunicación escritos, televisión y radio, tiene un efecto positivo y significativo sobre la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales. Asimismo, este efecto es significativo aun así controlando por la confianza en otras instituciones de representación democrática, lo que sugiere que la confianza en la prensa es, por sí misma, un aspecto valioso de ser considerado para analizar la percepción de integridad electoral. Por otra parte, este trabajo también halla que la relación entre la confianza en la prensa y las percepciones de integridad electoral varían para los meses posteriores a las elecciones. A propósito de ello, se plantea el argumento de que las condiciones políticas y mediáticas extraordinarias de la campaña electoral del 2021 serían los principales factores que contribuyen a este cambio.

1. Problema de investigación

En los últimos años se ha observado una caída sostenida de la confianza en los medios de comunicación en los países occidentales, tanto en las principales democracias de Europa y América del Norte¹, como en América Latina² y el Perú: según datos de LAPOP, en el Perú, en el 2006, el 49.2% de la población tenía confianza en los medios de comunicación; no obstante, para el 2021, solo el 29% tenía confianza en ellos (Dunsizer, 2022). Esta tendencia se confirma con datos de la ENAHO, según los cuales la confianza en los medios de comunicación habría caído casi una cuarta parte entre el 2004 y el 2020 (Muñoz et. al., 2023)(Figura 1).

Figura 1

Evolución de la confianza en medios de comunicación (2004-2020)



Fuente: Muñoz et. al. (2023) a partir de la ENAHO 2004-2021.³

¹ Entre el 2015 y el 2022, la confianza en los medios de comunicación pasó, en Estados Unidos, del 32% al 26%; en el Reino Unido, del 51% al 34%; en Alemania, del 60% al 50%; y, en Francia, del 38% al 29% (Newman et. al., 2022).

² En América Latina y el Caribe, la confianza en los medios de comunicación pasó del 65.7% en el 2004, a 39.4% en el 2021 (Round, 2022). En el 2021, otros países de América Latina también presentaron bajos niveles de confianza en la prensa: México, 37%; Brasil, 54%; Chile, 36%; Argentina, 36%; y Colombia, 40% (Newman et. al., 2022).

³ La ENAHO utiliza una escala de 4 puntos para medir la confianza en instituciones ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: La Prensa Escrita?'- 'Nada', 'Poco', 'Suficiente', 'Bastante', 'No sabe').

En ese sentido, no sorprende el gran interés que ha despertado el analizar las consecuencias que puede traer la desconfianza en la prensa. Por un lado, se ha argumentado que la desconfianza en los medios de comunicación puede modificar los patrones de producción y consumo de noticias: desde influir en la atención prestada a ellas (Williams, 2012), el consumo de medios tradicionales y alternativos (Tsfati & Cappella, 2003), y la precisión en la información que tiene la audiencia sobre ciertos ‘tópicos’ mediáticos⁴ (Tsfati et. al. 2022); hasta propiciar la proliferación de fake news (Waisbord, 2018b), el consumo de noticias en internet (Salzman & Albarran, 2011), y las prácticas de news avoidance (Toff & Kalogeropoulos, 2020). Por el otro lado, se ha discutido cómo la desconfianza en los medios puede alterar los procesos y valores políticos, como aumentar los niveles de polarización (Wilson et. al., 2020), las simpatías por propuestas y líderes populistas (Waisbord, 2018a); así como también disminuir la satisfacción por la democracia (Rodríguez & Zechmeister, 2018; Tsfati & Cohen, 2005) y las actitudes favorables a la globalización (Yan & Schroeder, 2022).

Este trabajo pretende aportar a este debate al analizar el vínculo entre la confianza en los medios de comunicación y la confianza en las elecciones. En esa dirección, el objetivo principal de esta investigación es analizar el efecto que tiene la confianza en los medios de comunicación tradicionales —prensa escrita, radio y televisión— sobre la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales. Si bien Ariely (2015) ha estudiado cómo la confianza en la prensa afecta la confianza en las instituciones políticas —parlamento, gobierno y partidos políticos—, comparando diferentes entornos mediáticos de países europeos⁵; todavía no hay un estudio que analice la relación particular que tiene la confianza en la prensa sobre la transparencia electoral y los organismos electorales. Por lo tanto, esta investigación es un intento de cerrar dicha brecha en la literatura, y expandir el análisis de la confianza en los medios y las instituciones políticas en América Latina.

El caso de estudio de la investigación es el de las elecciones generales de Perú del 2021, que corresponden a la elección del presidente y vicepresidentes, y representantes en el Congreso y Parlamento Andino. Las elecciones fueron llevadas a cabo el 11 de abril, y el 6 de junio para la segunda vuelta de la elección presidencial.

⁴ Los ‘tópicos’ mediáticos (media coverage of topics) refieren a temáticas de noticias como inmigración, el crimen, la economía, las vacunas, etc. (Tsfati et. al. 2022).

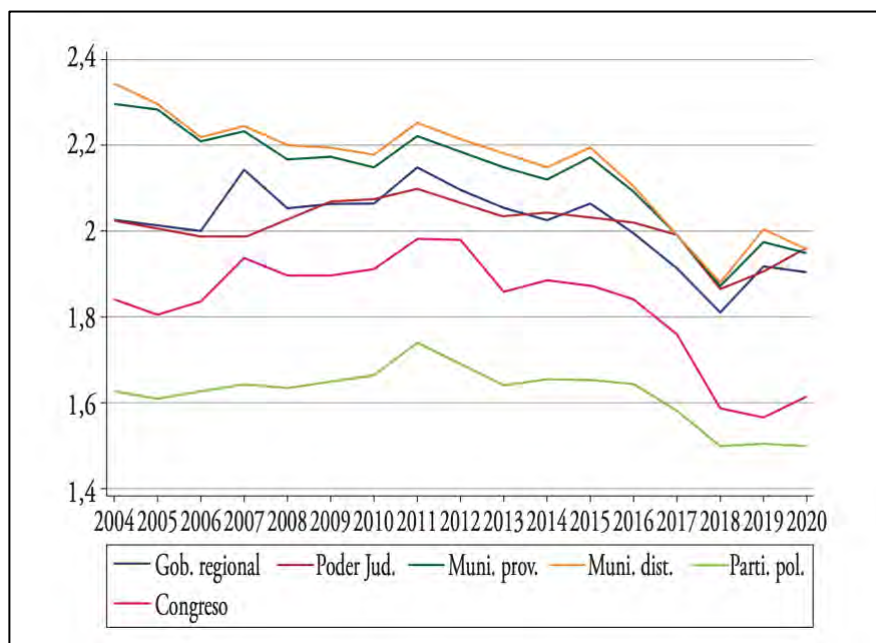
⁵ Ariely (2015) utiliza un modelo multinivel para analizar cómo características de la esfera mediática (autonomía mediática, profesionalismo periodístico y el paralelismo prensa/partidos políticos) influyen en la confianza en las instituciones políticas.

Empero, ¿cuáles son las características y aspectos particulares del caso peruano sobre la relación entre la prensa, las elecciones, y las instituciones políticas en general? ¿Qué hace de las elecciones generales del 2021 un caso atractivo y urgente para el análisis? Y, sobre todo, ¿cómo se vinculan las tendencias ‘estructurales’ de la prensa y elecciones en el Perú con el caso específico del proceso electoral del 2021?

En primer lugar, hay un elemento clave para entender el caso peruano sobre los medios y la arena política: el deterioro generalizado de las instituciones gubernamentales y democráticas. Se ha argumentado que, en los últimos años, el Perú ha sufrido una degradación institucional a nivel del Ejecutivo y del Congreso (Paredes y Encinas, 2020; Dargent & Rousseau, 2022), así como de los partidos políticos (Zavaleta & Levitsky, 2019); sumado a la continua crisis de corrupción a nivel nacional (Paredes & Encinas, 2020) y subnacional (Muñoz et. al., 2022). Sin embargo, no solo se trata del deterioro formal de las instituciones y actores políticos, sino del profundo descrédito de la clase política, el cual se traduce en una caída sostenida de la confianza en las instituciones democráticas. Como muestran Muñoz et. al. (2023), la confianza en las instituciones democráticas de representación ha caído de forma notoria en la última década, especialmente en el Congreso y en los partidos políticos (Figura 2). Además, según datos de LAPOP, la tolerancia a soluciones autoritarias en periodos de crisis política (‘golpe ejecutivo’ o ‘autogolpe’) aumentó del 22%, en el 2012, al 58.9%, en el 2019 (Zechmeister & Lupus, 2019). En suma, el descenso de la confianza en los medios de comunicación se ha producido en paralelo de una crisis generalizada de desprestigio sobre la élite política y de las instituciones democráticas.

Figura 2

Evolución de la confianza en instituciones 'representativas' (2004-2020)



Fuente: Muñoz et. al. (2023) a partir de la ENAHO 2004-2021.

Por otro lado, hay una serie de motivos que hacen de las elecciones generales del 2021 un caso atípico en el historial electoral del Perú en el presente siglo. Por ello mismo, resulta un caso de estudio atractivo y relevante para analizar las percepciones de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales; especialmente si consideramos el rol protagónico que tuvieron los medios de comunicación después de las votaciones. Como primer punto, hay que considerar el contexto inusual sobre el cual se condujeron las elecciones: estas fueron llevadas a cabo dentro del escenario de la pandemia de la Covid-19. Si bien el Perú ya había pasado el punto más crítico de la pandemia⁶, y estaba conduciendo una exitosa campaña de vacunación, el sufragio aún contó con estrictas medidas sanitarias⁷. Aún más, las elecciones del 2021 fueron convocadas por el gobierno de transición de Francisco Sagasti, el cuarto presidente dentro del turbulento periodo presidencial 2016-2021⁸. La situación política

⁶ El Perú fue uno de los países más golpeados por la pandemia de la Covid-19, y los picos de fallecidos diarios sucedieron entre mayo y agosto del 2020, y entre febrero y abril del 2021.

⁷ La ONPE aplicó un voto 'escalonado' en el cual el último dígito del DNI determinaba la hora del día en la cual se debía votar; asimismo, se restringió las primeras dos horas del horario de votación para los adultos mayores, personas con discapacidad, y mujeres embarazadas. Esto, sumado a las medidas de distanciamiento social y uso obligatorio de mascarilla.

⁸ Francisco Sagasti asumió la presidencia el 17 de noviembre del 2020, después de que su predecesor, Manuel Merino, renunciara al cargo debido a las protestas y desaprobación ciudadanas. Previo a ello,

posterior a las elecciones fue igualmente inestable: el candidato ganador, Pedro Castillo, sería vacado en diciembre del siguiente año por un intento de golpe de Estado.

En segundo lugar, los resultados de la votación fueron también particulares. Resalta, en la primera vuelta, el alto número de candidaturas, 18 en total; pero, sobre todo, que ninguno de los candidatos haya superado el 20% de los votos válidos⁹. La segunda vuelta también se caracterizó por la incertidumbre: Pedro Castillo fue el ganador de las elecciones con el 50.1% de los votos válidos (8 836 380 votos), mientras que Keiko Fujimori obtuvo el 49.9% (8 792 117 votos); es decir, un margen de solo 44 mil votos definió la elección presidencial¹⁰. La proclamación oficial de los resultados de la segunda vuelta sucedió 43 días después de los comicios. Los resultados de la elección presidencial anterior tuvieron un margen de diferencia aún más ajustado, pero su proclamación oficial se produjo tan solo 18 días después, ¿Qué condiciones, entonces, hicieron que los resultados de la elección del 2021 se proclamen más de un mes después de las votaciones?

Esto nos conduce al tercer elemento que hace de las elecciones del 2021 relevantes para el análisis: después de los comicios, el partido perdedor, Fuerza Popular, gestó, sin evidencias y sin éxito, un operativo legal, político y mediático para impugnar los resultados electorales y aludir a un supuesto “fraude en mesa”¹¹, en el cual la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) y el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) habrían sido cómplices. Tuesta (2022) señala que ocurrió una ‘tercera’ vuelta electoral que consistió en una férrea impugnación de los resultados, a partir de acusaciones de fraude que aludían a la existencia de firmas falsas de electores y miembros de mesa, suplantaciones, y actas y votos adulterados en mesas

el presidente Martín Vizcarra fue vacado por el Congreso el 7 de noviembre del mismo año. El presidente electo para dicho periodo, Pedro Pablo Kuczynski, había renunciado al cargo en marzo del 2018.

⁹ Pedro Castillo y Keiko Fujimori avanzaron a la segunda vuelta con un 18.9% (2 724 752 de votos), y un 13.4% (1 930 762 votos), de los votos válidos, respectivamente. Los otros candidatos que superaron la valla del 10% de votos válidos fueron Rafael López Aliaga, con el 11.8% de los votos válidos (1 692 279 votos), y Hernando de Soto, con el 11.6% de los votos válidos (1 674 201 votos).

¹⁰ En las dos elecciones pasadas Keiko Fujimori también alcanzó la segunda vuelta electoral: en el 2011 obtuvo el 48.6% de los votos válidos, y perdió contra Ollanta Humala, quien obtuvo el 51.5% (margen de 447 057 votos válidos); y, en el 2015, obtuvo el 49.9% de los votos válidos, y perdió contra Pedro Pablo Kuczynski, quien obtuvo el 50.1% (margen de 41 057 de votos válidos).

¹¹ Fuerza Popular presentó un recurso de nulidad sobre 802 mesas de sufragio (equivalente a 200 mil votos aproximadamente), las cuales pertenecían a zonas donde Pedro Castillo había ganado por un amplio margen. Asimismo, 1200 actas de votación fueron observadas (equivalente a 300 mil votos aproximadamente).

de sufragio completas. No obstante, la hipótesis de un supuesto fraude electoral fue sistemáticamente desmentida por el JNE y la Fiscalía de la Nación.

Vinculado a lo anterior, un actor crucial en las acusaciones injustificadas de fraude fue un importante sector de la prensa: grandes grupos mediáticos del país dieron cabida y exposición a las denuncias, sin sustento, de fraude electoral (Salazar, 2021). En ese sentido, Tuesta explica que “nunca en toda la historia de la república se había desarrollado un operativo de desprestigio de un proceso electoral, los organismos electorales y quienes cuestionaban esos argumentos, contando con la venia de la mayoría de los medios de comunicación, que ofrecían una cobertura nunca antes vista” (2022, p. 2). La prensa brindó un desmedido espacio mediático para que representantes del partido perdedor expongan sus teorías de un supuesto fraude electoral; con ello, los medios hicieron un juicio sobre la relevancia mediática que estas falsas acusaciones tenían para el justo desenlace de la contienda.

Esto coincide con el favoritismo de los medios de comunicación de grupos empresariales, especialmente limeños, a la candidatura de Keiko Fujimori; a diferencia de los medios regionales, los cuales dieron mayor cobertura a la campaña de Pedro Castillo (Quiñonez, 2024; Cueva, 2022). Para la población, la preferencia de la prensa hacia la candidatura de Keiko Fujimori sobre la de Pedro Castillo también fue notoria tanto para la primera vuelta, como para la segunda vuelta electoral¹². Empero, incluso desde la antesala de la primera vuelta, la prensa no dio el mismo espacio mediático a todos los candidatos¹³.

Si consideramos las elecciones en el presente siglo, ninguna de ellas había sido objeto de acusaciones de fraude o mala praxis electoral en tal magnitud (Tuesta, 2022). Tanto en el 2019 como en el primer trimestre del 2021, la confianza en las elecciones era del 33%; sin embargo, esta cae al 22% para el 2023 (LAPOP, 2024), lo que hace que sea el descenso más pronunciado desde el regreso a la democracia.

¹² Después de la primera vuelta electoral, el 59% de la población señaló que los medios de comunicación favorecieron a una candidatura presidencial, de los cuales el 79% indicó que favorecieron la candidatura de Keiko Fujimori respecto de la de Pedro Castillo (IEP, 2021a). Y después de la segunda vuelta, el 70% de la población indicó que los medios de comunicación favorecieron a una candidatura presidencial en particular, de los cuales el 84% identificó a Keiko Fujimori como la candidata favorecida frente a su rival (IEP, 2021b).

¹³ Entre los canales de alcance nacional con mayor audiencia, Willax entrevistó a Rafael López Aliaga 29 veces en la primera vuelta, mientras que el segundo candidato con más entrevistas en dicho medio fue César Acuña con 12 entrevistas, seguido de Hernando de Soto, con 9 entrevistas. Latina entrevistó a George Forsyth 17 veces y a Yoni Lescano 15 veces, seguidos por Julio Guzmán con 4 entrevistas. Y ATV/ATV+ entrevistó a George Forsyth 14 veces, seguido por Daniel Salaverry con 6 entrevistas (GIPE-PUCP, 2021). Ninguno de los candidatos antes mencionados avanzó a la segunda vuelta.

Es más, si tomamos como referencia el 2017, menos de un año después de las elecciones generales del 2016, la confianza en las elecciones fue del 41%, la más alta desde el 2012, con 46%, también a menos de un año después de tener elecciones generales (LAPOP, 2024). Es decir, el desgaste político de una contienda electoral reñida no significa, necesariamente, un desgaste posterior en la confianza en las elecciones. Por ello, es crucial considerar qué sucedió con las elecciones del 2021, especialmente después de los comicios. Estas tendencias tienen dos implicaciones relevantes para la investigación: por un lado, que desde el 2017 la confianza en las elecciones ha caído de forma sostenida en el país (como sucede con varias instituciones democráticas); pero, por el otro, que dicho descenso ha sido aún más notable después de las elecciones del 2021, incluso si lo comparamos con otros países de América Latina¹⁴.

A pesar de que aún no se ha dimensionado por completo los efectos de percibir que una elección ha sido injusta, sabemos que una baja percepción de integridad electoral puede dañar la satisfacción en el sistema democrático (Norris, 2014; 2019) y la confianza en las instituciones políticas (Norris, 2014); así como aumentar el riesgo de boicots electorales (Norris, 2017a). En ese sentido, no solo es importante la integridad electoral en sí, sino la percepción de integridad electoral¹⁵.

En suma, estas características y los sucesos del escenario mediático y electoral peruano dan cuenta de la relevancia del caso de estudio: por un lado, este se inscribe dentro de una tendencia generalizada de desconfianza en las instituciones democráticas, incluyendo las elecciones; mientras que, por el otro, representa un ciclo electoral inusual en el siglo: por el contexto sociopolítico extraordinario, los resultados electorales y, especialmente, por la campaña de desprestigio al proceso e instituciones electorales, el cual contó con la complicidad de un importante sector de la prensa. En consecuencia, estudiar la relación entre la confianza en los medios de comunicación y las percepciones de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales desde las elecciones de Perú del 2021 resulta urgente no solo para cerrar el vacío existente en la literatura, sino también para analizar cómo esta

¹⁴ En el 2021 el Perú ocupaba el puesto 14 de 20 países de América Latina en cuanto a confianza en las elecciones; en el 2023, ocupó el puesto 22 de 23 países (LAPOP, 2024).

¹⁵ Ejemplos recientes de las consecuencias que puede producir la desconfianza en las elecciones por falsas acusaciones de fraude electoral son el 'asalto' al Capitolio de Estados Unidos en el 2021; y la toma de las sedes centrales del gobierno de Brasil en el 2022. En ambos casos no hay ninguna evidencia sólida que respalde la idea de un supuesto fraude electoral.

relación se manifiesta en una contienda electoral atípica, enmarcada, a su vez, dentro un periodo histórico de deterioro democrático.



2. Revisión de la literatura

Esta investigación dialoga con una serie de trabajos que analizan los determinantes de la percepción de integridad electoral, los cuales parten de las Ciencias Sociales y de las Ciencias de la Comunicación. La literatura especializada ha tendido a analizar la integridad electoral según las percepciones de expertos (Coffé, 2017; Frank & Martínez i Coma, 2017; Norris et. al., 2014)¹⁶ y según las percepciones por parte de la ciudadanía en general (Norris et. al., 2020; Cantu & García-Ponce, 2015; Norris, 2014; Seligson & Maldonado, 2014)¹⁷. Respecto de ello, las encuestas sobre las percepciones de integridad electoral de los expertos son utilizadas como medidas ‘objetivas’ de la integridad electoral de un país, especialmente, The Expert Survey of Perceptions of Electoral Integrity (PEI) del Electoral Integrity Project¹⁸. Si bien los índices y estudios de integridad electoral ‘objetiva’ basados en la opinión de expertos (PEI) son útiles para dar cuenta de la calidad de las elecciones, esta investigación aborda el tema desde las percepciones y la confianza que tiene la ciudadanía sobre su sistema electoral.

La revisión de la literatura está organizada en tres secciones: en primer lugar, se discuten los trabajos que han analizado el nivel ‘objetivo’ de integridad electoral (PEI) a partir de variables estructurales e institucionales, incluidos los medios de comunicación. En segundo lugar, se presentan investigaciones que analizan las percepciones de integridad electoral de la población. Específicamente, estos trabajos discuten en qué medida la percepción de integridad electoral de la ciudadanía se relaciona con la de los expertos; así como cuáles son los principales determinantes de la percepción de integridad electoral en la población. Finalmente, se presentan cuáles son los aportes de esta investigación para el estudio de las percepciones de integridad electoral.

¹⁶ Encuestas específicas sobre integridad electoral, como The Expert Survey of Perceptions of Electoral Integrity (PEI) del Electoral Integrity Project, o sobre democracia y elecciones en general, como Freedom in the World de Freedom House o Democracy Report de V-Dem.

¹⁷ Encuestas como el World Value Survey, European Value Survey o el Barómetro de las Américas.

¹⁸ El PEI ha evaluado 480 elecciones en 169 países en la última década (Garnett et. al., 2022); este toma en cuenta las opiniones de aproximadamente 40 expertos de las Ciencias Políticas o áreas afines, nacionales e internacionales, para evaluar la integridad de cada proceso electoral un mes después de la elección (Norris et. al., 2014).

2.1. Predictores de la integridad electoral

En líneas generales, sabemos que el nivel de integridad electoral (PEI) de un país está fuertemente correlacionado con factores estructurales e institucionales, como su nivel de democratización, sus años de trayectoria democrática y su nivel de desarrollo económico (Norris et. al., 2014)¹⁹. Por otro lado, hay una serie de estudios que han analizado cómo los arreglos institucionales concernientes al proceso electoral influyen en su nivel de integridad (PEI). Frank y Martínez i Coma (2017) muestran que las dinámicas electorales (diseño de leyes electorales, cobertura mediática, violencia electoral y administración electoral) son las variables más importantes para explicar el nivel de integridad de una elección, por encima de las condiciones políticas estructurales del país. Asimismo, ha habido una gran preocupación sobre cómo los organismos electorales influyen en la integridad electoral. Sobre ello, Van Ham y Garnett (2019) demuestran que la independencia de estos tiene un efecto positivo y significativo sobre los niveles de PEI; y James et. al. (2019) explican que hay dimensiones clave del diseño de los organismos electorales (centralización, independencia, capacidad, etc.) que afectan su performance.

Respecto del efecto que tiene la participación de los medios de comunicación sobre la integridad electoral (PEI), Nai (2017) explica que la prensa tiene una serie de incentivos y presiones en la cobertura de las elecciones, a nivel de la estructura política, del mercado mediático y de la cultura periodística. El autor halla que las presiones políticas, de mercado y el sensacionalismo mediático tienen un efecto negativo sobre la cobertura electoral justa. El incentivo de la competencia mediática por el rating, por el contrario, tiene un efecto positivo y significativo (Nai, 2017). En ese sentido, controlando por otros elementos clave del proceso electoral, Frank y Martínez i Coma (2017) encuentran que una cobertura mediática equitativa de los candidatos tiene un efecto positivo sobre el nivel de integridad electoral (PEI).

¹⁹ No obstante, Norris et. al. (2014) destacan que hay países de ingreso medio, y con un relativamente corto historial democrático, que tienen un alto nivel de PEI, como es el caso de República Checa, Eslovenia, Lituania, Chile, Costa Rica y Ruanda. Por el contrario, hay países con un alto ingreso per cápita, como Kuwait y Guinea Ecuatorial, que tienen niveles de PEI por debajo del promedio.

2.2. Predictores de la percepción de integridad electoral

Sobre la percepción de integridad electoral a nivel de la ciudadanía, se ha estudiado, por un lado, en qué medida esta está relacionada con las medidas 'objetivas' de los expertos (PEI). Norris (2014) encuentra que las percepciones de integridad electoral de la población están fuertemente correlacionadas con las percepciones de los expertos; es decir, las percepciones del público tienden a estar en sintonía con el nivel 'objetivo' de integridad electoral. La ciudadanía puede diferenciar la calidad de diversos aspectos que definen la integridad electoral; además, las percepciones de la población tienden a ser más acertadas de acuerdo con el nivel educativo y el nivel de consumo de noticias (Norris, 2014). En esa dirección, Coffé (2017) encuentra que esta relación es aún más fuerte si se controla por países con altos niveles de libertad de prensa. Sin embargo, Norris (2014) señala que hay casos, como el de Perú, en los cuales las percepciones de integridad electoral de la ciudadanía son más críticas que las evaluaciones de los mismos expertos.

Por otro lado, hay trabajos que abordan cuáles son los determinantes de la percepción de tener elecciones íntegras, así como de la confianza en ellas. Norris et. al. (2020) analizan cómo características individuales influyen en las percepciones de integridad electoral de la población en Estados Unidos en el 2016. Los autores encuentran que aquellas personas que presentan actitudes conspiranoicas, populistas, y de fuerte apoyo partidario, desconfían de que los votos electorales hayan sido contados justamente. Por otro lado, la satisfacción en la democracia, la confianza en el gobierno, la edad, el género (masculino) y la etnicidad (blanca) tienen un efecto positivo en la percepción de un conteo de votos justo. Por último, Norris et. al. (2020) muestran que, si bien la exposición a medios de comunicación no afecta en la confianza de un conteo de votos justo, sí sucede así con la atención a los medios.

Enfocado en América Latina, Seligson y Maldonado (2014) encuentran que hay características individuales, como votar por el candidato ganador, el interés político, tener afinidad partidaria, tener una inclinación política de derecha, así como el nivel de confianza interpersonal, el nivel educativo y la edad, que tienen un efecto positivo en la confianza en las elecciones; mientras que la percepción de corrupción estatal tiene un efecto negativo. Empero, los autores señalan que el haber votado por el candidato ganador tiene un efecto atenuado cuando hay una interacción con el nivel de integridad electoral del país, la calidad de la performance de los organismos

electorales, y la alternancia recurrente en el poder. En el mismo sentido, Cantú y García-Ponce (2015) hallan, para las elecciones presidenciales de México en el 2012, que las personas que votaron por el candidato perdedor tienden a desconfiar de las elecciones; no obstante, dicho efecto solo es significativo una vez concluido el proceso electoral. En otras palabras, que los simpatizantes perdedores desconfían de las elecciones recién cuando saben que su candidato ha perdido. Asimismo, aquellas personas cuyo candidato nunca ha ganado una elección tienden a desconfiar de ellas sistemáticamente, lo cual es particularmente importante para quienes tienen una posición política de izquierda (Cantú & García-Ponce, 2015).

2.3. Aportes de la investigación

A pesar de que no son muchos los trabajos empíricos que exploran los determinantes de la percepción de integridad electoral por parte de la población, hay un avance significativo en el análisis de los 'perfiles' de la confianza en las elecciones, especialmente en América Latina. No obstante, si bien hay estudios de percepción de integridad electoral que incorporan variables predictoras de exposición y atención a los medios de comunicación; todavía no hay ningún estudio que analice el efecto concreto de la confianza en la prensa como actor institucional. Aún más, los trabajos revisados sobre determinantes de la percepción de integridad electoral utilizan variables dependientes que refieren a la confianza en las elecciones en general y al conteo de votos; sin embargo, no hay estudios que consideren la transparencia electoral y, especialmente, el rol de los organismos electorales.

En esa dirección, este trabajo presenta cuatro aportes específicos para la discusión: en primer lugar, pone a prueba, por primera vez, el efecto que tiene la confianza en los medios de comunicación sobre las percepciones de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales. De ese modo, profundiza en cómo un actor fundamental de las elecciones influye en la percepción de integridad electoral. En segundo lugar, aunque haya trabajos que utilizan datos de América Latina y el Perú, la mayoría usa datos agregados; mientras que esta investigación utiliza datos desagregados y representativos a nivel subnacional. En tercer lugar, los datos utilizados cubren todo el proceso electoral, lo cual es vital para evaluar los resultados antes, durante, y después de los comicios. La mayoría de estudios

similares utilizan datos que no necesariamente coinciden con los ciclos electorales que estudian.

Por último, como se ha explicado, esta investigación intenta distinguir cómo los resultados se ven influenciados por el patrón general de desgaste institucional y democrático, así como por las dinámicas electorales particulares al 2021. Para ello, esta investigación toma dos acciones: primero, utiliza modelos con interacciones para analizar y comparar si el periodo post electoral presenta algún cambio respecto de la relación entre la confianza en la prensa y las percepciones de integridad electoral. Segundo, esta investigación también utiliza datos del 2020 como una forma de 'control'. Esto representa un avance valioso para entender cómo y por qué la relación entre la prensa y las elecciones puede variar entre breves periodos de tiempo.



3. Marco teórico e hipótesis

El análisis de la confianza, en el sentido amplio del término, ha recibido particular atención en las Ciencias Sociales. Sabemos que la confianza es una relación social entre dos partes, quien la da y quien la recibe; que se desarrolla en un contexto de incertidumbre; y que hay una apuesta por parte de quien da la confianza de recibir algún tipo de beneficio (Coleman, 1990). Asimismo, sabemos que la confianza, como característica de una relación social, es un producto históricamente construido (Bourdieu, 2001) y que es vital para la acción colectiva (Putnam, 1993). Respecto de la confianza en los medios de comunicación, Fawzi et. al. (2021) brindan una caracterización similar: la confianza en los medios de comunicación consiste en una relación social entre la audiencia (trustor) y el medio de comunicación (trustee), en un contexto de vulnerabilidad para el espectador, pues este no puede verificar fácilmente que la información que está recibiendo es verídica, neutral y completa.

La definición que proponen Fawzi et. al. es la siguiente: “trust in news media can be defined as the individual’s willingness to be vulnerable to media objects, based on the expectation that they will perform a) satisfactorily for the individual and/or b) according to the dominant norms and values in society (i.e. democratic media functions)” (2021, p. 156). Esta definición implica que la confianza en la prensa es una relación de incertidumbre hacia el futuro con la expectativa de que la información compartida por los medios de comunicación sea de calidad, en tanto que realizan una reducción de la complejidad social (de la recolección, procesamiento y distribución de la información) (Fawzi, et. al., 2021). Asimismo, Strömbäck et. al. (2020) resaltan la noción de ‘riesgo’ inherente a toda relación de confianza, y plantean que la mayor responsabilidad que se le atribuye a los medios es la ‘selectividad’, debido a que colapsan un gran material informativo para distribuirlo de forma sintética y discrecional.

No obstante, la literatura señala que el término de confianza no necesariamente da cuenta de las diferencias que tienen los medios de comunicación en, por ejemplo, si son medios nacionales o locales (Strömbäck et. al., 2020); si son medios de comunicación tradicionales (periódicos, televisión y radio) o medios alternativos (internet y redes sociales) (Ardèvol-Abreu & Gil de Zúñiga, 2017); el tópico de las noticias (Tsfati et. al., 2022); y, especialmente, el tipo de confianza según el actor: confianza en el contenido de las noticias (confianza informacional, person-to-content),

en la empresa mediática (confianza institucional, person-to-system), o en los reporteros (confianza interpersonal, person-to-person) (Williams, 2012, p. 119)²⁰.

Fawzi et. al. (2012) señalan que la confianza en la prensa tiene una forma 'generalizada': en los medios de comunicación y en el periodismo como institución; y una forma 'específica': en objetos y actores concretos en el entorno mediático. De forma similar, Strömbäck et. al. (2020) explican que la confianza institucional en la prensa refiere a los medios de comunicación en general según el tipo²¹. La dimensión de confianza en los medios de comunicación que pretende analizar este trabajo es una confianza institucional (Strömbäck et. al., 2020) o generalizada (Fawzi et. al., 2012), que responde a tipos tradicionales de medios de comunicación: prensa escrita, televisión y radio.

Por otra parte, la definición de integridad electoral que sigue esta investigación proviene de la definición propuesta por Norris (2013; 2014; Norris et.al., 2014), la cual ha sido ampliamente utilizada en estudios electorales: "the overarching notion of electoral integrity refers to agreed upon international conventions and universal standards about elections reflecting global norms applying to all countries worldwide throughout the electoral cycle, including during the pre-electoral period, the campaign, on polling day, and its aftermath" (2014, p. 21). La integridad electoral no es un punto de llegada definitivo, por el contrario, es un proceso que, operacionalmente, funciona como una serie de pasos condicionados. Norris (2013; 2014) señala que la integridad electoral puede ser entendida como un ciclo de etapas correspondientes al proceso electoral²²; aunque estas también pueden ser analizadas teórica y empíricamente por separado (Frank & Martínez i Coma, 2017).

En la misma línea, Norris (2017a) propone que la integridad electoral es la consecuencia de una cadena de condiciones más amplias: transparencia, para tener

²⁰ Sobre estas consideraciones conceptuales y operacionales, Strömbäck et. al. (2020) concluyen lo siguiente a propósito del trabajo de Prochazka & Schweiger (2019): "while it theoretically makes sense to conceptualize news media trust as consisting of different subdimensions, empirically, media trust should rather be considered a higher-order factor that need to be measured by multi-item scales but not different dimensions that are measured and used as separate variables" (2020, p. 142).

²¹ La forma individual de confianza en los medios de comunicación que mencionan Strömbäck et. al. (2020) incluye los niveles de empresas de medios de comunicación, periodistas y el contenido difundido.

²² El ciclo electoral propuesto por Norris (2013; 2014) es el insumo principal para la operacionalización de The Expert Survey of Perceptions of Electoral Integrity (PEI) del Electoral Integrity Project, y consta de los siguientes pasos sucesivos: leyes electorales, procedimientos electorales, establecimiento de límites, registro de votantes, registros de partidos y candidaturas, campaña mediática, financiamiento de campañas, proceso de votación, conteo de votos, resultados y, finalmente, organismos electorales.

elecciones abiertas con acceso a información; rendición de cuentas (accountability), para poder identificar y fiscalizar las malas prácticas electorales; y cumplimiento (compliance), para asegurar que los errores hayan sido reparados. De igual manera, en el proceso electoral, los medios de comunicación tienen una posición fundamental, pues son el actor principal en la cobertura mediática del proceso de campaña, al igual que en cubrir el conteo de votos y resultados (Norris & Grömping, 2019)²³.

A partir de ello, podemos ubicar conceptualmente los aspectos específicos de la integridad electoral que esta investigación analiza: la transparencia electoral y los organismos electorales. Por un lado, comprendemos la transparencia electoral de la siguiente manera: “transparency is usually regarded as one of the core principles that should be followed, where officials lay out their goals, responsibilities, and constraints, providing information about citizens’ rights and voting procedures, engaging with stakeholders on a regular basis, and giving reasons for decisions and rulings” (Norris, 2017a: p. 4). Asimismo, la transparencia respecto de instituciones estatales no es un término fijo, pues puede referir tanto a la rendición de cuentas, como a la difusión de información y a la apertura a la participación ciudadana. Actualmente, hace referencia a las posibilidades que tienen los actores políticos y civiles de monitorear a los organismos y funcionarios públicos (Garnett, 2017).

Por el otro lado, los organismos electorales son aquellas instituciones del Estado que se encargan de organizar las fases del proceso electoral: inscripción y validación de candidaturas, organización del padrón electoral, conducción de las elecciones, conteo de votos, y comunicación de los resultados (Van Ham & Garnett, 2019). James et. al. (2019) plantean que los organismos electorales son aquellas instituciones que cubren la organización, el monitoreo y la certificación de los resultados del proceso electoral. En consecuencia, son los principales y visibles responsables de la legitimidad electoral (Van Ham & Garnett, 2019).

Hemos argumentado que la confianza en los medios responde a las expectativas individuales y/o colectivas de que los medios realicen su trabajo según estándares normativos y profesionales: brindar al público información de calidad, de manera imparcial y completa, y sin la injerencia indebida de terceros. En consecuencia, la desconfianza en los medios de comunicación se asume como un

²³ No obstante, la campaña mediática suele ser la segunda etapa más baja en cuanto a estándares de integridad dentro del ciclo electoral, solo después del financiamiento de las campañas electorales (Norris y Grömping, 2019).

reflejo de que las expectativas ciudadanas sobre los medios de comunicación no están siendo satisfechas. No obstante, ¿cuál es el rol que se espera que los medios de comunicación cumplan para asegurar la integridad electoral? Y, particularmente, ¿cuáles son las expectativas que tienen que satisfacer durante el proceso electoral respecto de la transparencia y los organismos electorales?

En líneas generales, se espera que, durante las elecciones, los medios de comunicación no difundan información falsa o imprecisa, ni promuevan discursos de odio y tomas de posición partidarias polarizadas (Norris & Grömping, 2019). Asimismo, la ciudadanía espera que los medios de comunicación puedan dar una perspectiva balanceada y plural del escenario político electoral; así como una cobertura integral de las propuestas de los candidatos (Frank & Martínez i Coma, 2017). Podemos enmarcar la confianza en los medios de comunicación como sintomática del nivel en que estos cumplen con las expectativas que la ciudadanía deposita en ellos, es decir, si la ciudadanía percibe que cumplen su rol. Esta idea es particularmente importante si consideramos que las percepciones de la población sobre el ejercicio de los medios de comunicación durante las elecciones tienen una alta correlación con las percepciones de los expertos (Norris, 2014)²⁴, quienes usualmente tienen una visión más informada y crítica de cuál debería ser el rol de los medios de comunicación en procesos electorales.

Sobre el rol de los medios de comunicación respecto de la transparencia electoral, estos cumplen un rol primario en asegurar la transparencia durante las elecciones, pues es la institución encargada de investigar y reportar a la ciudadanía casos de mala praxis electoral para que ella pueda sancionar políticamente a los responsables (Norris, 2017b). Diversos autores destacan el rol vigilante de los medios de comunicación (media as watchdog); pues permiten generar mecanismos de transparencia durante las elecciones, al desenmascarar casos de corrupción y crear un sentido de escrutinio constante hacia los actores y etapas electorales (Coronel, 2009; Norris, 2017b; Nai, 2017). De ahí que países con mayor libertad de prensa y mayor presencia de medios independientes tengan mejores niveles de transparencia electoral (Norris, 2017b).

²⁴ Norris (2014) utiliza la pregunta del WVS 2010-2014 'Journalists Often Provide Fair Coverage of Elections' para analizar las percepciones de la población sobre el accionar de los medios de comunicación en las elecciones.

Sobre la transparencia electoral, planteamos que las personas que no confían en los medios de comunicación, además de no confiar en que cumplan con sus responsabilidades generales durante la contienda —brindar información de calidad, neutral y completa del escenario político—, tampoco confían en que cumplan con su rol vigilante de promover un contexto de escrutinio (media as watchdog). Por ende, sus percepciones de transparencia electoral tenderán a ser menores.

Hipótesis 1: La confianza en los medios de comunicación impacta de forma positiva en las percepciones de transparencia electoral.

Por otra parte, existe un consenso en que los medios de comunicación son uno de los principales canales —sino el principal— mediante el cual la población se informa sobre el desarrollo del proceso electoral (Norris, 2017a; Norris, 2017b; Nai, 2017; Semetko, 2009) y, por ende, de los organismos electorales. Como señalamos, la confianza en los medios de comunicación está necesariamente relacionada con la información que transmiten. Por un lado, se trata de una relación de expectativa de que la información transmitida sea verídica y objetiva (Fawzi, et. al., 2021). Pero, por el otro, también hay una expectativa de que la información transmitida por los medios sea de utilidad para facilitar procesos de cognición social y, por ende, para la toma de decisiones de la población (Tsfati & Cappella, 2005; Shrum, 2009), especialmente para brindar certidumbre en momentos de inestabilidad social (Adeline & Ahmad, 2022). Justamente, la contienda electoral del 2021 estuvo marcada por la alta oscilación en las preferencias electorales y por la incertidumbre en el conteo de votos y proclamación de los resultados.

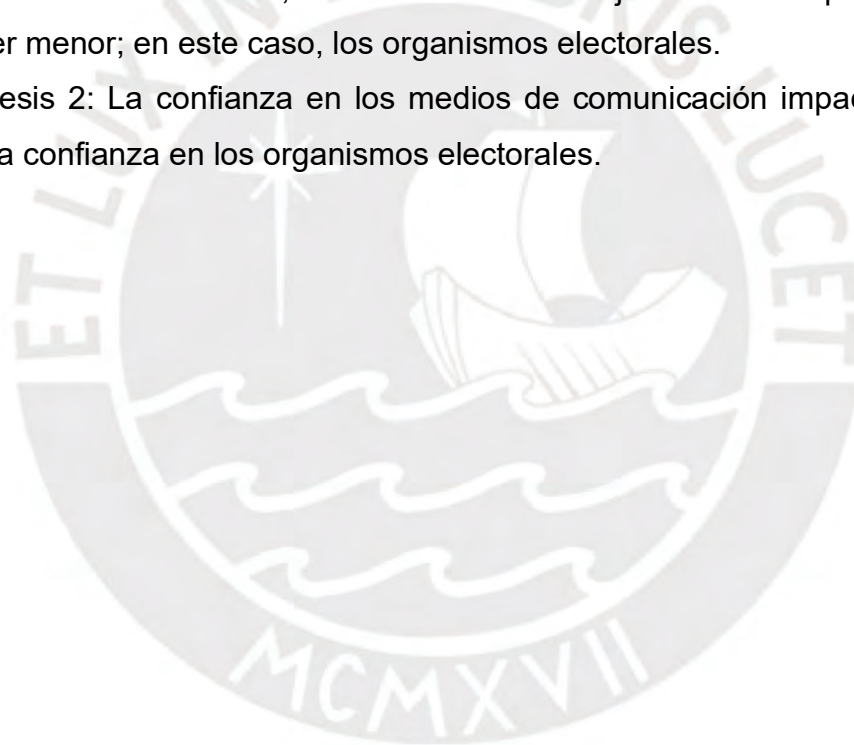
Los medios son el actor principal para condensar los acontecimientos diarios y darlos a conocer de forma procesada a la audiencia (Fawzi, et. al., 2021). En un sentido general, existe una enorme responsabilidad de los medios de tener un buen criterio de ‘selectividad’ sobre la información difundida (Strömbäck et. al., 2020), pues dar exposición mediática a un tema o actor implica hacer un juicio sobre su importancia. Resalta, por lo tanto, el rol de los medios manejando la agenda pública (media as agenda setters), y determinando quiénes entran en la escena mediática (media as gatekeepers), ya que levantan la voz sobre los tópicos y actores políticos, en teoría, más relevantes (Semetko, 2009; Nai, 2017; Norris, 2017b).

Dejar de confiar en los medios implica, por lo tanto, dejar de confiar en que el material informativo que comunican sea verídico y objetivo; o que sea útil y pertinente para facilitar la toma de decisiones durante procesos sociales y políticos clave. Los

medios de comunicación son el canal principal mediante el cual la ciudadanía se informa sobre los organismos electorales y lo que hacen: la gestión y conducción de la votación, por parte de la ONPE; y la certificación de la misma y de los respectivos ganadores, por parte del JNE. En ese sentido, si la gente desconfía del canal informativo, es razonable pensar que también se comprometería la confianza de la información sobre los actores del proceso.

Por ende, planteamos que las personas que no confían en los medios de comunicación, además de no confiar en que cumplan con sus responsabilidades generales, no confían en que la información que transmiten sea objetiva y/o pertinente para informar la toma de decisiones y emisión de juicios durante procesos de incertidumbre, como las elecciones. En consecuencia, para las personas que no confían en el canal informativo, la confianza en el objeto sobre el que se informa tenderá a ser menor; en este caso, los organismos electorales.

Hipótesis 2: La confianza en los medios de comunicación impacta de forma positiva en la confianza en los organismos electorales.



4. Diseño metodológico

4.1. Datos

Utilizamos la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH) 2021, ejecutada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), que realiza la encuesta de forma continua desde el 2003. Específicamente, utilizamos los módulos 100: 'Características de la Vivienda y del Hogar'; 500: 'Empleo e Ingreso' (para mayores de 14 años); 612 'Equipamiento del Hogar'; y 805: 'Módulo Gobernabilidad, Democracia y Transparencia' (para mayores de 18 años). La base de datos de la ENAH con la que se realiza el análisis cuenta, para el 2021, con 31 585 casos. Asimismo, como anticipamos, este trabajo también considera los datos de las elecciones congresales extraordinarias del 2020, de los meses de enero y febrero, los cuales contienen 5 151 casos.

La ENAH tiene un alcance a nivel nacional, en los 24 departamentos del país y en todos los meses del año. El muestreo se realiza por viviendas particulares y es "probabilística, de áreas, estratificada, multietápica e independiente en cada departamento de estudio" (INEI, 2021, p. 4). Debido a la pandemia de la Covid-19, las entrevistas fueron de modalidad mixta (las entrevistas iniciaron de manera presencial, pero continuaron de forma telefónica).

Si bien esta investigación se centra en el periodo del 2021, también se conducen los modelos con datos del primer bimestre del 2020 como una forma de 'control'. Comparar los resultados del 2021 con los del 2020 es fundamental para diferenciar el contexto general de deterioro democrático e institucional respecto del escenario particular de las elecciones del 2021²⁵.

²⁵ Si bien la ENAH cuenta con una encuesta panel, en ella no se aplica el módulo de 'Módulo Gobernabilidad, Democracia y Transparencia', el cual contiene las preguntas de confianza en medios de comunicación y elecciones. Ello limita nuestra capacidad para realizar análisis temporales. Para mitigar cualquier tentativo problema de causalidad inversa, se ha tomado en consideración la relación teórica y empírica que la literatura presenta respecto del efecto de la confianza en la prensa sobre la confianza en la democracia (Rodríguez y Zechmeister, 2018; Tsfati y Cohen, 2005) e instituciones democráticas (Ariely, 2015). Asimismo, se realiza una comparación de los resultados del 2021 con los del primer bimestre del 2020 como forma de 'control'; así como modelos con interacciones entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo post electoral para analizar cómo los cambios en el efecto sobre las percepciones de integridad electoral son coherentes con la temporalidad de los sucesos electorales y mediáticos de las elecciones del 2021 y 2020.

Hay cinco motivos por los que los primeros dos meses del 2020 resultan un 'control' pertinente. En primer lugar, en él se llevaron a cabo las elecciones parlamentarias extraordinarias, realizadas el 26 de enero; por lo que es razonable pensar que las elecciones y, especialmente los organismos electorales, hayan sido temas y actores mediáticamente relevantes, tal como durante el desarrollo de las elecciones del 2021. En segundo lugar, el primer bimestre del 2020 escapa del contexto sociopolítico extraordinario del 2021, respecto de la pandemia²⁶, y del desequilibrio político generado por la vacancia de Martín Vizcarra. En tercer lugar, al estar vinculado con el proceso de las elecciones parlamentarias extraordinarias, podemos asumir que las elecciones generales del 2021 todavía no eran relevantes en el entorno político ni mediático²⁷. Ello también aplica para sus candidatos, especialmente para los que alcanzaron la segunda vuelta electoral²⁸. En cuarto lugar, las elecciones del 2020 también se ubican dentro del periodo de desconfianza y deterioro generalizado respecto de las instituciones democráticas (LAPOP, 2024; Muñoz et. al., 2023)(Figura 1 y Figura 2). En quinto y último lugar, las elecciones parlamentarias extraordinarias no sufrieron ninguna acusación formal de fraude electoral por parte de actores políticos o mediáticos.

Estas cinco consideraciones hacen del primer bimestre del 2020 un periodo ideal para la comparación: por comprender, igualmente, un ciclo electoral próximo al del caso de estudio; pero sin las características políticas y mediáticas que definieron al del 2021.

4.2. Variables independientes

Para la variable independiente de confianza en los medios de comunicación, medimos la confianza en los medios según el tipo de medio tradicional. Utilizamos el

²⁶ El primer caso de Covid-19 en el Perú fue confirmado el 6 de marzo del 2020, y la cuarentena obligatoria inició el 16 del mismo mes.

²⁷ Según el cronograma oficial del Jurado Nacional de Elecciones (JNE) (Resolución N.º 0329-2020-JNE), la fecha límite para la publicación de los resultados de las elecciones internas de las organizaciones políticas fue el 9 de diciembre del 2020; para la inscripción de solicitudes de fórmulas y listas de candidatos, el 22 de diciembre; y para la publicación de fórmulas y listas admitidas, el 20 de febrero del 2021.

²⁸ Keiko Fujimori había prometido no postular a las elecciones presidenciales por tercera vez. Pedro Castillo, por su parte, no se encontraba en el radar electoral. Es más, Pedro Castillo recién deja de figurar como 'otros' en las encuestas electorales el 31 de marzo del 2021 (con un 6.5% de intención de voto en la encuesta de IPSOS), y el 4 de abril del 2021 (con un 6.6% de intención de voto en la encuesta del IEP).

módulo 85 de la ENAHO para medir la confianza en la prensa escrita ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: La Prensa Escrita?'- 'Nada', 'Poco', 'Suficiente', 'Bastante', 'No sabe'); y la confianza en la radio o televisión ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: La Radio o Televisión?' - 'Nada', 'Poco', 'Suficiente', 'Bastante', 'No sabe').

Tabla 1

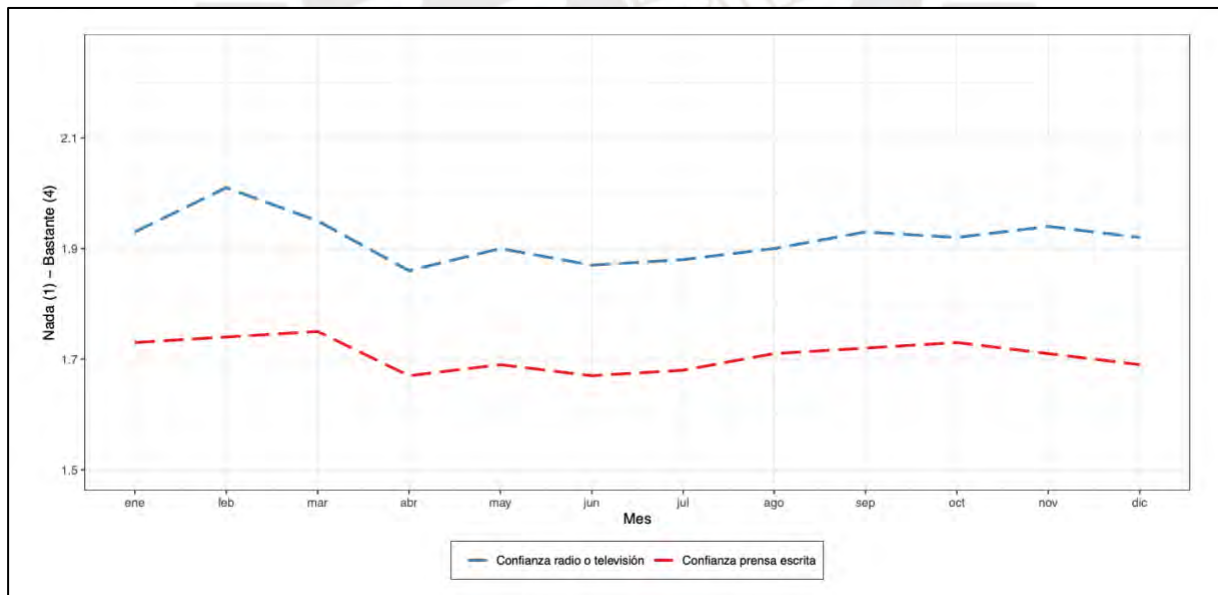
Variables independientes: Confianza en los medios de comunicación

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Confianza prensa escrita	Nada	43.49
	Poco	44.43
	Suficiente	10.06
	Bastante	2.02
Confianza radio o televisión	Nada	30.48
	Poco	51.28
	Suficiente	14.74
	Bastante	3.51

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Figura 3

Evolución de la confianza en los medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

4.3. Variables dependientes

Las variables dependientes del trabajo son dos. En primer lugar, en relación a la confianza en los organismos electorales, consideramos la confianza en dos de los tres organismos del sistema electoral peruano, el JNE ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: El Jurado Nacional de Elecciones - JNE?' - 'Nada', 'Poco', 'Suficiente', 'Bastante', 'No sabe'); y la ONPE ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: La Oficina Nacional de Procesos Electorales - ONPE?' - 'Nada', 'Poco', 'Suficiente', 'Bastante', 'No sabe'). El JNE se encarga de impartir justicia electoral, fiscalizar el proceso y, primariamente, proclamar oficialmente al ganador; la ONPE, por su parte, se encarga de organizar, planificar y ejecutar las elecciones (Jáuregui, 2010). Excluimos del análisis al Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), institución que se encarga de realizar el padrón electoral y verificar las firmas de los votantes (Jáuregui, 2010); debido a que la RENIEC también cumple con el registro de datos civiles (nacimientos, defunciones, matrimonios, etc.) y, principalmente, con emitir el Documento Nacional de Identidad (DNI), por lo que no sería un organismo electoral igualmente identificable en el proceso electoral.

En segundo lugar, analizamos la percepción de transparencia electoral ('Según usted, en el Perú hay respeto por: ¿Las elecciones transparentes?' - 'Nada', 'Poco', 'Suficiente', 'Bastante', 'No sabe'). Finalmente, utilizamos el índice compuesto de las tres variables (con una escala del 1 al 10) como indicador de la percepción de integridad electoral general.

Tabla 2

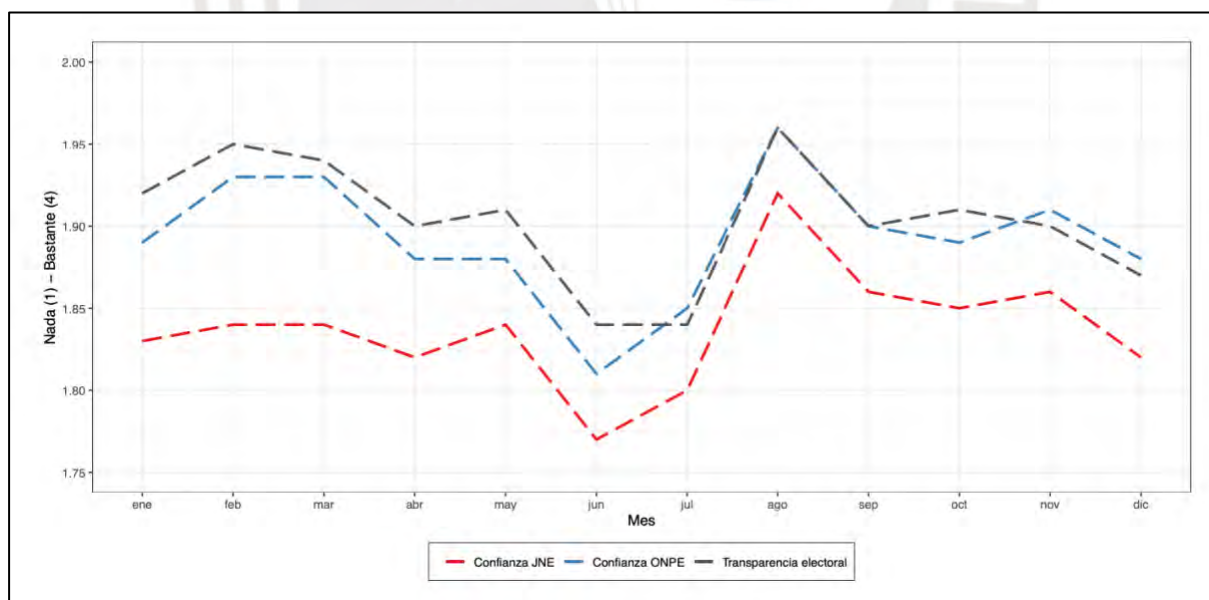
Variables dependientes: Percepción de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Confianza JNE	Nada	37.05
	Poco	45.73
	Suficiente	13.71
	Bastante	3.52
Confianza ONPE	Nada	34.45
	Poco	45.69
	Suficiente	16.05
	Bastante	3.81
Transparencia electoral	Nada	33.64
	Poco	46.69
	Suficiente	15.63
	Bastante	4.05

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Figura 4

Evolución de la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

4.4. Variables de control

4.4.1. Características sociodemográficas

Consideramos las características demográficas de la población según sexo ('Hombre' o 'Mujer'), edad y nivel de urbanización, en una variable dicotómica de urbano-rural (urbano: 'De 500 000 a más habitantes', 'De 100 000 a 499 999 habitantes', 'De 50 000 a 99 999 habitantes', 'De 20 000 a 49 999 habitantes', 'De 2 000 a 19 999 habitantes', 'De 500 a 1 999 habitantes'; y rural: 'Área de Empadronamiento Rural (AER) Compuesto', 'Área de Empadronamiento Rural (AER) Simple').

Asimismo, consideramos el último nivel educativo alcanzado ('¿Cuál es el último año o grado de estudios y nivel que aprobó?' - 'Sin Nivel', 'Inicial', 'Primaria Incompleta', 'Primaria Completa', 'Secundaria Incompleta', 'Secundaria Completa', 'Superior No Universitaria Incompleta', 'Superior No Universitaria Completa', 'Superior Universitaria Incompleta', 'Superior Universitaria Completa', 'Maestría/Doctorado', 'Básica especial'); el nivel de ingresos autopercebido ('Si la condición económica de su hogar es medida en una escala del 1 al 10 ¿En qué escalón considera se encuentra la condición económica de su hogar?'); y la etnicidad ('Por sus costumbres y sus antepasados, ¿Ud. se siente o se considera?' - 'Quechua', 'Aymara', 'Nativo o Indígena de la Amazonía', 'Negro/Moreno/Zambo/Mulato/Pueblo afro peruano o Afrodescendiente', 'Blanco', 'Mestizo', 'Perteneiente o parte de otro Pueblo Indígena u originario', 'Otro', 'No sabe/No responde').

También controlamos por el acceso a medios de comunicación, en específico, acceso a televisión ('Equipamiento del hogar' - 'TV a color', 'TV blanco y negro'); y acceso a radio ('Equipamiento del hogar' - 'Radio'). Por último, controlamos por el lugar de residencia según macro regiones (Lima-Callao, Norte, Centro, Sur y Oriente)²⁹.

²⁹ Según la delimitación del Tribunal Constitucional (2016), Sur: Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno, Tacna; Centro: Apurímac, Ayacucho, Huancavelica, Huánuco, Junín, Pasco, Ica; Norte: Ancash, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura, Tumbes; Oriente: Amazonas, Loreto, San Martín, Ucayali; y Lima-Callao.

Tabla 3*Variables de control: Características sociodemográficas*

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Sexo	Mujer	55.63
	Hombre	44.37
Edad	18-25	12.14
	26-35	18.02
	36-45	19.57
	46-55	17.49
	56-65	14.76
	Más de 65	18.02
Entorno	De 500 000 a más habitantes	13.18
	De 100 000 a 499 999 habitantes	19.51
	De 50 000 a 99 999 habitantes	8.62
	De 20 000 a 49 999 habitantes	7.15
	De 2 000 a 19 999 habitantes	13.63
	De 500 a 1 999 habitantes	6.34
	Área de Empadronamiento Rural (AER) Compuesto	22.89
	Área de Empadronamiento Rural (AER) Simple	8.68
Nivel educativo	Sin nivel	7.11
	Educación Inicial	0.05
	Primaria incompleta	16.97
	Primaria completa	13.42
	Secundaria incompleta	11.48
	Secundaria completa	24.44
	Superior no Universitaria Incompleta	4.32
	Superior no Universitaria Completa	8.42
	Superior Universitaria Incompleta	5.30
	Superior Universitaria Completa	7.02
Nivel económico (autopercebido)	Maestría/Doctorado	1.48
	1	22.23
	2	26.72
	3	20.39
	4	14.79
	5	11.98
	6	2.82
	7	0.83
	8	0.22
	9	0.02
Identidad	10	0.02
	Quechua	28.92
	Aimara	4.06
	Nativo o Indígena de la Amazonía	2.25
	Negro/Moreno/Zambo/Mulato/Pueblo Afro peruano o Afrodescendiente	7.15
	Blanco	4.09
	Mestizo	49.42
	Otro	4.03
Perteneciente o parte de otro pueblo indígena u originario	0.08	

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Tabla 4*Variables de control: Acceso a medios de comunicación*

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Acceso radio	No	46.40
	Sí	53.60
Acceso televisión	No	24.16
	Sí	75.84

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Tabla 5*Variables de control: Macro regiones*

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Macro región	Centro	26.24
	Lima-Callao	11.83
	Norte	25.48
	Oriente	16.01
	Sur	20.44

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

4.4.2. Confianza en instituciones políticas

Al igual que en otros trabajos sobre percepciones de integridad electoral (Norris, et. al., 2020; Coffé, 2017), controlamos por la confianza en instituciones gubernamentales y democráticas. Controlamos por la confianza en el gobierno regional ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: El Gobierno Regional?' - 'Nada', 'Poco', 'Suficiente', 'Bastante', 'No sabe'); el Congreso ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: El Congreso de la República?'); y los partidos políticos ('Actualmente, ¿tiene usted confianza en instituciones tales como: Los Partidos Políticos?'). Considerando que nos ubicamos en un periodo de deterioro democrático e institucional generalizado, controlar por la confianza en otras instituciones gubernamentales y democráticas es clave para distinguir el efecto propio de la confianza en los medios de comunicación.

Tabla 6*Variables de control: Confianza en instituciones políticas*

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Confianza gobierno regional	Nada	49.17
	Poco	39.00
	Suficiente	9.84
	Bastante	1.99
Confianza Congreso	Nada	63.02
	Poco	30.16
	Suficiente	5.42
	Bastante	1.39
Confianza partidos políticos	Nada	68.44
	Poco	27.33
	Suficiente	3.46
	Bastante	0.77

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

4.4.3. Conocimiento y percepciones sobre la democracia

Asimismo, consideramos las percepciones que tiene la persona sobre la democracia. Consideramos el conocimiento democrático de la persona ('¿Sabe Ud. qué es democracia?' - 'Sí', 'No'); la satisfacción con la democracia ('En el Perú, ¿La democracia funciona?' - 'Muy bien', 'Bien', 'Mal', 'Muy mal', 'No sabe'); y la importancia otorgada a ella ('En su opinión, ¿La democracia en el Perú es?' - 'Muy importante', 'Importante', 'Poco importante', 'Nada importante', 'No sabe'). Trabajos previos sobre percepciones de integridad electoral han utilizado variables de control respecto de la satisfacción en la democracia (Norris et. al., 2020; Coffé, 2027), así como de la calidad democrática (Rosas, 2010) y alternancia en el poder (Seligson & Maldonado, 2014).

Tabla 7*Variables de control: Conocimiento y percepciones sobre la democracia*

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Conocimiento de la democracia	No	55.79
	Sí	44.21
Importancia de la democracia	Nada Importante	2.98
	Poco Importante	8.65
	Importante	64.86
	Muy Importante	23.51
Satisfacción con la democracia	Muy mal	11.54
	Mal	52.36
	Bien	34.15
	Muy bien	1.95

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

4.4.4. Contacto institucional con organismos electorales

Controlamos si la persona ha tenido algún contacto institucional con los organismos electorales. En específico, controlamos por si la persona ha realizado solicitudes en el JNE ('En los últimos 12 meses, ¿Ud. ha realizado solicitudes en: El Jurado Nacional de Elecciones – JNE como: dispensa por no votar, revocatoria de autoridades, inscripción de organización política, etc.?' - 'Sí', 'No'); y la ONPE ('En los últimos 12 meses, ¿Ud. ha realizado solicitudes en: La Oficina de Procesos Electorales – ONPE como consultas de lugares de votación, miembro de mesa, etc.?' - 'Sí', 'No').

Tabla 8*Variables de control: Contacto institucional con organismos electorales*

Pregunta	Nivel	Frecuencia
Solicitud en el JNE	No	99.82
	Sí	0.18
Solicitud en la ONPE	No	98.45
	Sí	1.55

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

4.4.5. Preferencias electorales

Diversos trabajos sobre las percepciones de integridad electoral utilizan variables de control respecto de las preferencias políticas, específicamente, sobre si la persona votó o no por el candidato ganador (Norris, et. al., 2020; Seligson & Maldonado, 2014; Cantú & García-Ponce, 2015). Sin embargo, la ENAHO no cuenta con una pregunta que haga referencia a las preferencias electorales o políticas. Para ello, se utilizan las preferencias electorales de la segunda vuelta del distrito electoral: con datos públicos de la ONPE³⁰, se calcula la diferencia de porcentajes de votos a favor de las dos candidaturas que alcanzaron la segunda vuelta. La variable consta de una escala que va del (-100) al (100), en donde el valor mínimo corresponde a un distrito electoral en donde la candidata perdedora obtuvo el 100% de los votos válidos; y en donde el valor máximo corresponde a un distrito electoral en donde el candidato ganador obtuvo el 100% de los votos válidos. No se consideran las preferencias electorales de la primera vuelta por el elevado número de candidaturas; porque ningún candidato superó el 20% de los votos válidos; y porque el candidato ganador no figuró en el radar electoral sino hasta un par de semanas antes de los comicios. En consecuencia, en la primera vuelta no podríamos hablar de preferencias electorales definidas propiamente.

4.4.6. Periodos electorales

Para diferenciar el periodo electoral del post electoral se codificó una variable dicotómica que divide el 2021 por semestres. La primera vuelta electoral se llevó a cabo el 11 de abril, y la segunda vuelta el 6 de junio. No obstante, la codificación de las fechas de las encuestas de la ENAHO es mensual, por lo que no se puede hacer una delimitación más precisa. La división temporal por semestres sirve para diferenciar el periodo 'electoral' (enero-junio), en el cual se condujeron las principales actividades de la campaña y, sobre todo, los comicios correspondientes a las dos vueltas; del periodo post 'electoral' (julio-diciembre), para el cual la ONPE ya había

³⁰ Se utilizan los 'Resultados por mesa de las Elecciones Presidenciales 2021 Segunda Vuelta' de la ONPE.

hecho público el conteo y revisión oficiales de los votos de la segunda vuelta³¹, y solo faltaba la certificación del ganador por parte del JNE. Para los modelos con datos del 2020, la división del periodo electoral y post electoral es de solo un mes por periodo: enero y febrero, respectivamente. Esto tiene dos razones: primero, que en marzo inicia la crisis sanitaria de la pandemia de la Covid-19, así como las medidas de ‘aislamiento social obligatorio’; con lo cual el vínculo de la población con los medios de comunicación es radicalmente diferente que en los meses anteriores. Segundo, que así el periodo electoral y post electoral del 2020 tienen un número de casos equiparable; al igual que entre los semestres del 2021.



³¹ Los ‘Resultados por mesa de las Elecciones Presidenciales 2021 Segunda Vuelta’ de la ONPE se lanzaron al público el 18 de junio, y fueron modificados por última vez el 30 del mismo mes, lo que significó el conteo definitivo de la votación.

5. Resultados

En primer lugar, modelamos la confianza en los medios de comunicación para el 2021 (Tabla 9 a Tabla 12). De manera congruente con nuestra Hipótesis 1, encontramos que tanto la confianza en la prensa escrita como la confianza en la radio o televisión aumentan la percepción de transparencia electoral de forma estadísticamente significativa. Encontramos los mismos resultados para la Hipótesis 2, en donde la confianza en los medios de comunicación tiene un efecto positivo sobre la confianza en los organismos electorales, tanto para el JNE como para la ONPE. El efecto es igualmente significativo para el índice agregado de percepción de integridad electoral.

Respecto de las variables de control sociodemográficas, tenemos que los hombres tienden a tener percepciones más positivas de transparencia electoral, al igual que tienden a confiar más en los organismos electorales. Encontramos la misma relación para la edad y el nivel educativo. Por otro lado, vivir en un entorno urbano decrece significativamente la percepción de transparencia electoral. Esto se puede deber a dos motivos: las campañas de desprestigio hacia las instituciones electorales se llevaron a cabo, en su mayoría, por actores del establishment político, empresarial y mediático (Cueva, 2022), los cuales están ubicados, principalmente, en la capital y en entornos urbanos. En segundo lugar, la campaña electoral (Cueva, 2022), y la distribución de votos (ONPE, 2021; Encinas & Fuentes Diestra, 2021), estuvieron marcados territorialmente por un clivaje urbano-rural: en la primera vuelta, el núcleo del apoyo electoral a Pedro Castillo provino de regiones que tienen la mayor distribución de población rural del país (Huancavelica, Cajamarca, Puno, Huánuco, Apurímac, Cusco, Ayacucho). La derrota de Keiko Fujimori, cuyo apoyo venía mayoritariamente de centros urbanos, podría explicar por qué pertenecer a uno decrece la percepción de transparencia electoral.

Tener una televisión en el hogar da un resultado mixto: por un lado, decrece la percepción de transparencia electoral, mientras que, por el otro, aumenta la confianza en la ONPE. Tener una radio, por el otro lado, solo tiene un efecto significativo en cuanto al aumento de la confianza en la ONPE. Esto podría estar vinculado con el hecho de que, entre los medios tradicionales, la ciudadanía está pendiente del conteo de votos principalmente por radio y televisión. En ese sentido, sabemos que prestar atención a los medios de comunicación aumenta la confianza en un conteo de votos

justo (Norris et. al.,2020), la cual es, justamente, la función de la ONPE que genera mayor interés de la audiencia. Sobre el efecto negativo del acceso a televisión sobre la transparencia electoral, este resultado puede explicarse por la campaña de desprestigio al proceso electoral en general, el cual fue promovido por un gran sector de la prensa televisiva. Respecto del control por macro regiones, tenemos que las personas de la macro región norte tienden a contar con percepciones de transparencia electoral más positivas y a confiar más en los organismos electorales. Mientras que aquellas personas que viven en la macro región sur tienden a desconfiar de la ONPE.

Por otra parte, encontramos que las tres variables de control sobre confianza en instituciones políticas: gobierno regional, Congreso y partidos políticos, aumentan las percepciones de transparencia electoral y confianza en organismos electorales. Estos resultados coinciden con hallazgos previos sobre que la confianza en el gobierno aumenta la percepción de un conteo de votos justo (Norris et. al., 2020). De igual modo, las variables de control referidas al conocimiento y percepciones sobre la democracia afectan positivamente la percepción de transparencia electoral y confianza en el JNE y la ONPE. Estos hallazgos están en sintonía con investigaciones previas que indican que el conocimiento e interés político (political awareness) aumentan la confianza en los procesos electorales (Norris et. al., 2020; Norris, 2014; Rosas, 2010; Seligson & Maldonado, 2014;), al igual que sucede con la satisfacción con la democracia (Norris et. al., 2020; Coffé, 2017).

Las personas que han realizado alguna solicitud en la ONPE confían más en dicho organismo electoral, así como en el JNE y la percepción de integridad electoral en general. Este hallazgo puede vincularse con una amplia literatura sobre los burócratas 'de la calle' (Maynard-Moody & Portillo, 2010; Lipsky, 2010), y cómo el ejercicio del poder y las decisiones que toman funcionarios públicos de 'primera línea' son vitales para moldear las percepciones que tiene la ciudadanía sobre el aparato público. Por un lado, la ciudadanía tiene mayor contacto con la ONPE que con el JNE (Tabla 8), en tanto que el primero tiene funcionarios conduciendo el proceso electoral en todos los puestos de votación, contacto con los miembros de mesa, una mayor descentralización administrativa; además de que informa a la ciudadanía el local de votación y miembros de mesa, y tramita las multas electorales. En suma, ello podría indicar que tener contacto con una institución más cercana a la población contribuye a mejorar la percepción de las instituciones electorales en general.

Por último, un hallazgo interesante del trabajo es que vivir en un distrito en donde Pedro Castillo obtuvo un mayor porcentaje de votos a favor decrece la confianza en los organismos electorales. Este hallazgo es relevante por dos motivos: primero, porque contradice los estudios previos sobre el efecto positivo que tiene el haber votado por el candidato ganador sobre la confianza en las elecciones (Cantú & García-Ponce, 2015; Seligson & Maldonado, 2014) —aunque, como veremos a continuación, hay matices cruciales—. En ese sentido, habría algo más importante en los distritos electorales donde Pedro Castillo obtuvo mayor porcentaje de votos que simplemente su apoyo electoral. Como vimos, estos son distritos principalmente rurales, en los cuales la presencia de las instituciones del Estado es limitada. Así, si consideramos que los burócratas ‘de la calle’ son vitales para moldear las percepciones que tiene la población respecto de sus instituciones, es razonable pensar que en distritos rurales la confianza hacia los organismos electorales sea menor. Por otro lado, la distribución de votos por distrito no tiene un efecto significativo respecto de la percepción de transparencia electoral; lo cual es coherente con nuestra explicación anterior sobre el efecto negativo que tendría vivir en un entorno urbano sobre la percepción de transparencia electoral.

En líneas generales, podemos decir que aquellas personas que confían más en los medios de comunicación tradicionales confían más en la transparencia de las elecciones y en los organismos electorales. En la misma dirección, las personas que confían en instituciones políticas, así como aquellas que tienen mayor conocimiento, valoración y satisfacción respecto del sistema democrático, tienen una percepción de integridad electoral más alta; al igual que los hombres, y las personas de mayor edad y nivel educativo.

5.1. Interacciones

Los resultados de los modelos con interacciones revelan una serie de resultados clave: en primer lugar, que, a excepción de la interacción entre la confianza en la prensa escrita y el periodo post electoral sobre la percepción de transparencia (Tabla 10), todas las interacciones con las variables independientes son significativas y tienen un efecto negativo (Tabla 9 a Tabla 12). Este resultado indica que, después de las elecciones, para aquellas personas que más confían en los medios de comunicación, tanto en la prensa escrita como en la radio y televisión, el efecto sobre la percepción de transparencia electoral, la confianza en los organismos electorales y la percepción de integridad electoral se debilita. Este resultado es de vital importancia para entender en qué medida la contienda electoral del 2021, y las posteriores acusaciones de fraude amplificadas por los medios de comunicación, alteraron el efecto de la confianza en la prensa sobre las percepciones de integridad electoral. No obstante, dado que la confianza en los medios de comunicación preserva un efecto significativo y positivo sobre la percepción de integridad electoral y confianza en los organismos electorales, la relación inicial planteada entre la confianza en la prensa y la percepción de integridad electoral se sostiene aún con interacciones.

En segundo lugar, es clave analizar las interacciones entre el periodo post electoral y la diferencia de votos del distrito a favor del candidato ganador: estas interacciones tienen un efecto significativo y positivo respecto de la confianza en el JNE y la percepción de integridad electoral general. Esto indica que, después de las elecciones, el efecto de vivir en distritos electorales en donde Pedro Castillo obtuvo un mayor margen porcentual de votos a favor atenúa el efecto negativo sobre la confianza en el JNE y la percepción de integridad electoral en general. Este hallazgo concuerda con estudios que prueban que, en América Latina, haber votado por el candidato ganador refuerza la percepción de integridad electoral (Seligson & Maldonado, 2014), especialmente después de haberse realizado los comicios (Cantú & García-Ponce, 2015). Asimismo, este hallazgo sugiere que el rol percibido del JNE respecto del de la ONPE ha sido distinto en el desenlace de la contienda; lo cual es coherente si consideramos que, para julio del 2021, la ONPE ya había concluido el proceso de conteo y validación de votos, y únicamente faltaba la proclamación oficial del ganador por parte del JNE.

En tercer lugar, el control por el periodo post electoral ha sido significativo y positivo en todos los modelos con interacciones, exceptuando la interacción con la prensa escrita sobre la percepción de transparencia. Ello indica que, después de los comicios de la segunda vuelta, la percepción de transparencia electoral, la confianza en los organismos electorales y la percepción de integridad electoral, aumentaron. Sin embargo, el control por los dos periodos no solo es relevante por este resultado, sino por el efecto que produce en la interacción con otras variables clave de la percepción electoral. Esto indica que el periodo post electoral no aumenta de forma homogénea la percepción de integridad electoral. Por el contrario, tal como vimos, después de las elecciones, para aquellas personas que más confían en los medios de comunicación tradicionales, así como las que residen en distritos en donde Keiko Fujimori obtuvo mayor proporción de votos, el efecto sobre sus percepciones de integridad electoral es atenuado.

Por último, ninguna de las interacciones entre el periodo post electoral y la confianza en otras dos instituciones democráticas, el Congreso y los partidos políticos, resultó significativa. Como profundizaremos a continuación, la diferencia en la significancia de las interacciones entre el periodo post electoral y distintas instituciones vinculadas con las elecciones: medios de comunicación, Congreso, y partidos políticos, es sumamente reveladora sobre el rol que cada una tuvo en el ciclo electoral del 2021; especialmente después de los comicios.

Tabla 9

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de integridad electoral (2021)

	Integridad electoral		
	(1)	c/ interacción (2)	c/ interacción (3)
Confianza prensa escrita	0.28*** (0.03)	0.38*** (0.04)	0.28*** (0.03)
Confianza radio o televisión	0.26*** (0.03)	0.26*** (0.03)	0.35*** (0.03)
Hombre	0.24*** (0.03)	0.24*** (0.03)	0.25*** (0.03)
Edad	0.003*** (0.001)	0.003*** (0.001)	0.003*** (0.001)
Indígena o identidad originaria	0.08 (0.09)	0.08 (0.09)	0.08 (0.09)
Mestizo	0.04 (0.08)	0.05 (0.08)	0.04 (0.08)
Entorno Urbano	-0.04 (0.04)	-0.03 (0.04)	-0.03 (0.04)
Nivel educativo	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)
Nivel económico (autopercebido)	0.005 (0.01)	0.01 (0.01)	0.005 (0.01)
Acceso radio	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)
Acceso televisión	0.02 (0.04)	0.02 (0.04)	0.02 (0.04)
Macro región Centro	0.02 (0.06)	0.03 (0.06)	0.03 (0.06)
Macro región Norte	0.14*** (0.05)	0.15*** (0.05)	0.15*** (0.05)
Macro región Oriente	0.01 (0.06)	0.01 (0.06)	0.01 (0.06)
Macro región Sur	-0.08 (0.06)	-0.08 (0.06)	-0.08 (0.06)
Confianza gobierno regional	0.65*** (0.03)	0.65*** (0.03)	0.65*** (0.03)
Confianza Congreso	0.29*** (0.03)	0.31*** (0.05)	0.31*** (0.05)
Confianza partidos políticos	0.31*** (0.03)	0.30*** (0.05)	0.32*** (0.05)
Conocimiento democracia	0.16*** (0.03)	0.15*** (0.03)	0.15*** (0.03)
Importancia democracia	0.19*** (0.02)	0.19*** (0.02)	0.19*** (0.02)
Satisfacción democracia	0.31*** (0.02)	0.31*** (0.02)	0.31*** (0.02)
Solicitud JNE	-0.09 (0.41)	-0.08 (0.40)	-0.07 (0.41)
Solicitud ONPE	0.49*** (0.13)	0.49*** (0.13)	0.49*** (0.13)
Diferencia votos ganador	-0.001** (0.001)	-0.002*** (0.001)	-0.002*** (0.001)
Post Elecciones		0.32*** (0.09)	0.35*** (0.09)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		-0.19*** (0.05)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			-0.17*** (0.04)
Diferencia votos ganador x Post Elecciones		0.001* (0.001)	0.001** (0.001)
Confianza Congreso x Post Elecciones		-0.03 (0.06)	-0.03 (0.06)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		0.02 (0.07)	-0.001 (0.07)
Constante	-1.44*** (0.15)	-1.62*** (0.15)	-1.63*** (0.15)
Observaciones	13,529	13,529	13,529
R ²	0.31	0.31	0.31
R ² Ajustado	0.30	0.31	0.31

Nota:

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Tabla 10

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de transparencia electoral (2021)

	Transparencia electoral		
	(1)	(2)	(3)
Confianza prensa escrita	0.07*** (0.01)	0.09*** (0.02)	0.07*** (0.01)
Confianza radio o televisión	0.08*** (0.01)	0.08*** (0.01)	0.11*** (0.02)
Hombre	0.11*** (0.01)	0.11*** (0.01)	0.11*** (0.01)
Edad	0.001** (0.0004)	0.001** (0.0004)	0.001** (0.0004)
Indígena o identidad originaria	-0.002 (0.04)	-0.002 (0.04)	-0.002 (0.04)
Mestizo	-0.02 (0.03)	-0.02 (0.03)	-0.02 (0.03)
Entorno Urbano	-0.05*** (0.02)	-0.05*** (0.02)	-0.05*** (0.02)
Nivel educativo	0.01*** (0.004)	0.01*** (0.004)	0.01*** (0.004)
Nivel económico (autopercebido)	0.004 (0.01)	0.004 (0.01)	0.004 (0.01)
Acceso radio	0.01 (0.01)	0.01 (0.01)	0.01 (0.01)
Acceso televisión	-0.03* (0.02)	-0.03* (0.02)	-0.03* (0.02)
Macro región Centro	0.03 (0.03)	0.03 (0.03)	0.03 (0.03)
Macro región Norte	0.09*** (0.02)	0.09*** (0.02)	0.09*** (0.02)
Macro región Oriente	-0.001 (0.03)	0.0002 (0.03)	0.001 (0.03)
Macro región Sur	0.02 (0.03)	0.02 (0.03)	0.02 (0.03)
Confianza gobierno regional	0.14*** (0.01)	0.14*** (0.01)	0.14*** (0.01)
Confianza Congreso	0.07*** (0.01)	0.08*** (0.02)	0.07*** (0.02)
Confianza partidos políticos	0.11*** (0.02)	0.11*** (0.02)	0.11*** (0.02)
Conocimiento democracia	0.04** (0.01)	0.04** (0.01)	0.04** (0.01)
Importancia democracia	0.05*** (0.01)	0.05*** (0.01)	0.05*** (0.01)
Satisfacción democracia	0.18*** (0.01)	0.18*** (0.01)	0.18*** (0.01)
Solicitud JNE	0.02 (0.14)	0.03 (0.14)	0.03 (0.14)
Solicitud ONPE	0.06 (0.05)	0.06 (0.05)	0.06 (0.05)
Diferencia votos ganador	-0.0001 (0.0002)	-0.0003 (0.0003)	-0.0003 (0.0003)
Post Elecciones		0.04 (0.04)	0.09** (0.04)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		-0.02 (0.02)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			-0.07*** (0.02)
Diferencia votos ganador x Post Elecciones		0.001 (0.0003)	0.0005 (0.0003)
Confianza Congreso x Post Elecciones		-0.02 (0.03)	-0.01 (0.03)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		-0.001 (0.03)	0.01 (0.03)
Constante	0.42*** (0.06)	0.40*** (0.07)	0.37*** (0.07)
Observaciones	14,309	14,309	14,309
R ²	0.15	0.15	0.15
R ² Ajustado	0.15	0.15	0.15

Nota:

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Tabla 11

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en el JNE (2021)

	Confianza JNE c/ interacción		
	(1)	(2)	(3)
Confianza prensa escrita	0.10*** (0.01)	0.15*** (0.02)	0.10*** (0.01)
Confianza radio o televisión	0.08*** (0.01)	0.08*** (0.01)	0.10*** (0.01)
Hombre	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)
Edad	0.002*** (0.0004)	0.002*** (0.0004)	0.002*** (0.0004)
Indígena o identidad originaria	0.04 (0.04)	0.04 (0.04)	0.04 (0.04)
Mestizo	0.03 (0.04)	0.04 (0.04)	0.04 (0.04)
Entorno Urbano	-0.01 (0.02)	-0.01 (0.02)	-0.01 (0.02)
Nivel educativo	0.03*** (0.004)	0.03*** (0.004)	0.03*** (0.004)
Nivel económico (autopercebido)	-0.004 (0.005)	-0.003 (0.005)	-0.004 (0.005)
Acceso radio	0.003 (0.01)	0.003 (0.01)	0.004 (0.01)
Acceso televisión	0.03 (0.02)	0.03 (0.02)	0.02 (0.02)
Macro región Centro	0.01 (0.02)	0.01 (0.02)	0.01 (0.02)
Macro región Norte	0.04* (0.02)	0.04* (0.02)	0.04* (0.02)
Macro región Oriente	0.01 (0.03)	0.01 (0.03)	0.01 (0.03)
Macro región Sur	-0.03 (0.03)	-0.03 (0.03)	-0.03 (0.03)
Confianza gobierno regional	0.25*** (0.01)	0.25*** (0.01)	0.25*** (0.01)
Confianza Congreso	0.10*** (0.01)	0.09*** (0.02)	0.09*** (0.02)
Confianza partidos políticos	0.10*** (0.02)	0.11*** (0.02)	0.12*** (0.02)
Conocimiento democracia	0.06*** (0.01)	0.05*** (0.01)	0.05*** (0.01)
Importancia democracia	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)
Satisfacción democracia	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)
Solicitud JNE	-0.03 (0.16)	-0.03 (0.16)	-0.03 (0.16)
Solicitud ONPE	0.20*** (0.06)	0.20*** (0.06)	0.20*** (0.06)
Diferencia votos ganador	-0.0005** (0.0002)	-0.001*** (0.0003)	-0.001*** (0.0003)
Post Elecciones		0.15*** (0.04)	0.12*** (0.04)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		-0.09*** (0.02)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			-0.04** (0.02)
Diferencia votos ganador x Post Elecciones		0.001** (0.0003)	0.001** (0.0003)
Confianza Congreso x Post Elecciones		0.01 (0.03)	-0.0004 (0.03)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		-0.0003 (0.03)	-0.02 (0.03)
Constante	0.10 (0.06)	0.02 (0.07)	0.03 (0.07)
Observaciones	13,868	13,868	13,868
R ²	0.22	0.22	0.22
R ² Ajustado	0.22	0.22	0.22

Nota:

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Tabla 12

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en la ONPE (2021)

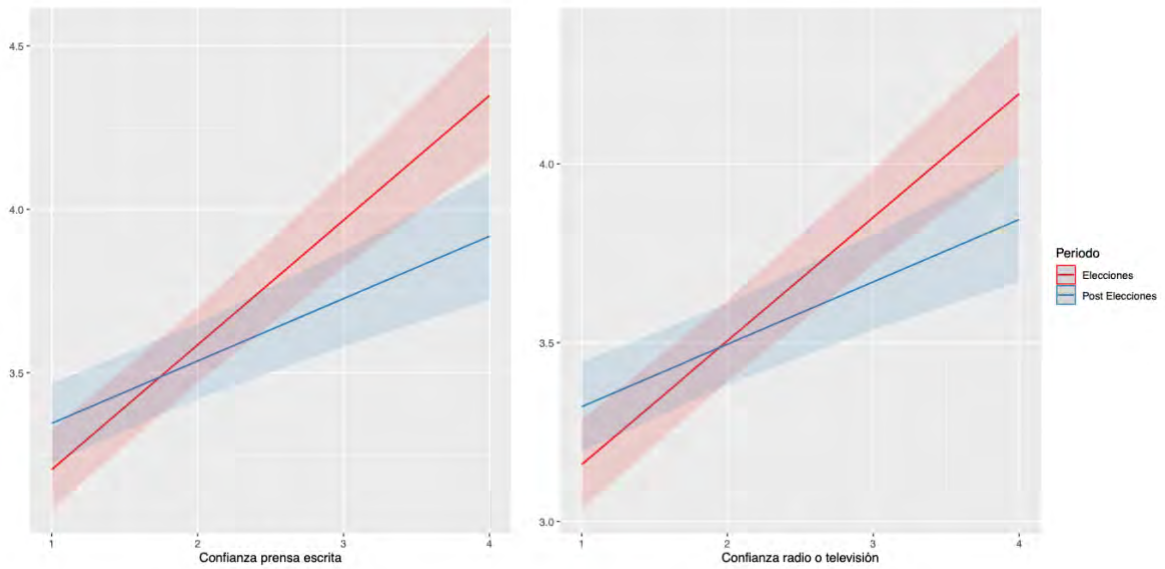
	Confianza ONPE		
	(1)	c/ interacción (2)	c/ interacción (3)
Confianza prensa escrita	0.10*** (0.01)	0.15*** (0.02)	0.10*** (0.01)
Confianza radio o televisión	0.11*** (0.01)	0.11*** (0.01)	0.14*** (0.01)
Hombre	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)
Edad	0.001** (0.0004)	0.001** (0.0004)	0.001** (0.0004)
Indígena o identidad originaria	0.04 (0.04)	0.04 (0.04)	0.04 (0.04)
Mestizo	0.03 (0.04)	0.03 (0.04)	0.03 (0.04)
Entorno Urbano	0.002 (0.02)	0.003 (0.02)	0.003 (0.02)
Nivel educativo	0.03*** (0.003)	0.03*** (0.003)	0.03*** (0.003)
Nivel económico (autopercibido)	0.01 (0.005)	0.01 (0.005)	0.01 (0.005)
Acceso radio	0.03*** (0.01)	0.03** (0.01)	0.03** (0.01)
Acceso televisión	0.04*** (0.02)	0.04*** (0.02)	0.04*** (0.02)
Macro región Centro	0.001 (0.02)	0.003 (0.02)	0.003 (0.02)
Macro región Norte	0.04* (0.02)	0.04* (0.02)	0.04* (0.02)
Macro región Oriente	0.01 (0.02)	0.01 (0.02)	0.01 (0.02)
Macro región Sur	-0.05* (0.03)	-0.04* (0.03)	-0.04* (0.03)
Confianza gobierno regional	0.26*** (0.01)	0.26*** (0.01)	0.26*** (0.01)
Confianza Congreso	0.13*** (0.01)	0.13*** (0.02)	0.13*** (0.02)
Confianza partidos políticos	0.09*** (0.01)	0.08*** (0.02)	0.09*** (0.02)
Conocimiento democracia	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)
Importancia democracia	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)	0.06*** (0.01)
Satisfacción democracia	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)	0.07*** (0.01)
Solicitud JNE	-0.03 (0.15)	-0.02 (0.15)	-0.02 (0.15)
Solicitud ONPE	0.23*** (0.06)	0.23*** (0.06)	0.23*** (0.06)
Diferencia votos ganador	-0.001*** (0.0002)	-0.001** (0.0003)	-0.001** (0.0003)
Post Elecciones		0.14*** (0.04)	0.13*** (0.04)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		-0.09*** (0.02)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			-0.06*** (0.02)
Diferencia votos ganador x Post Elecciones		-0.0001 (0.0003)	-0.0001 (0.0003)
Confianza Congreso x Post Elecciones		-0.01 (0.03)	-0.01 (0.03)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		0.02 (0.03)	0.003 (0.03)
Constante	0.06 (0.06)	-0.02 (0.06)	-0.01 (0.06)
Observaciones	14,092	14,092	14,092
R ²	0.25	0.25	0.25
R ² Ajustado	0.25	0.25	0.25

Nota: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Figura 5

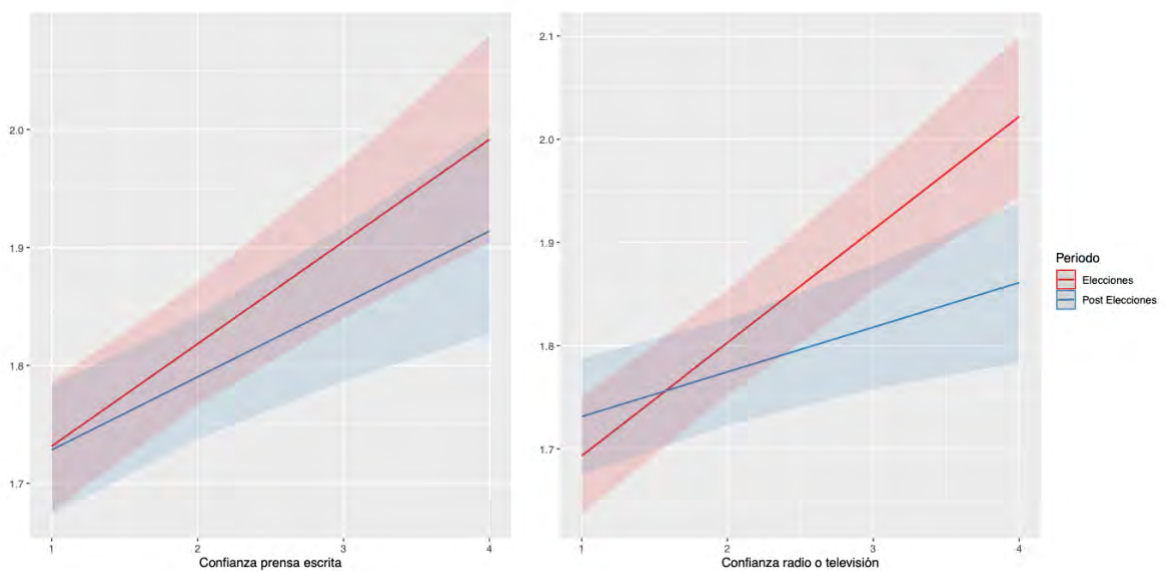
Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la percepción de integridad electoral (2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Figura 6

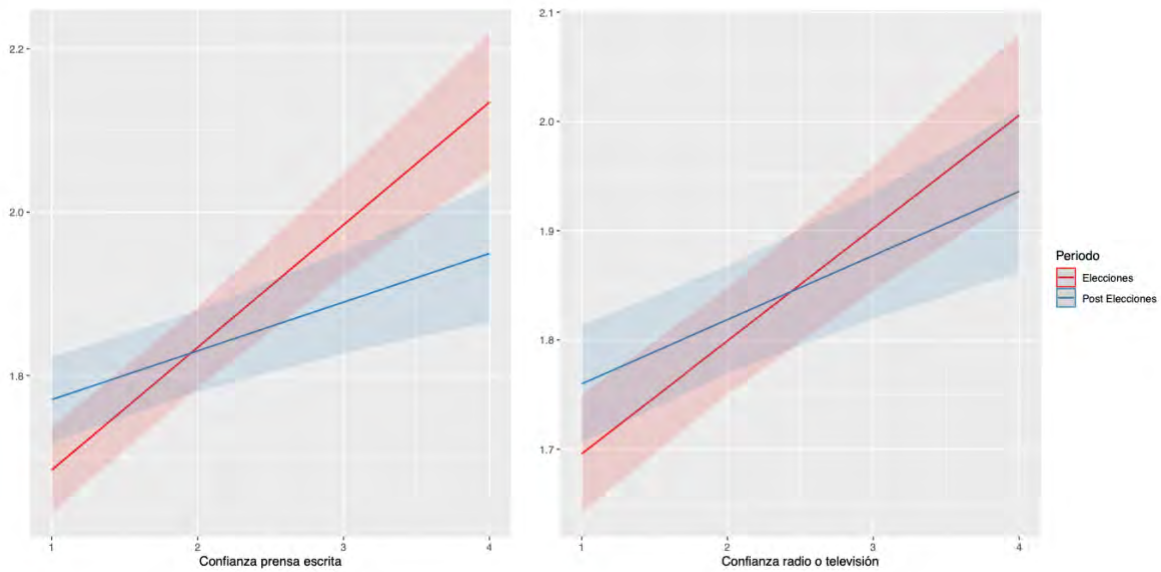
Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la percepción de transparencia electoral (2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Figura 7

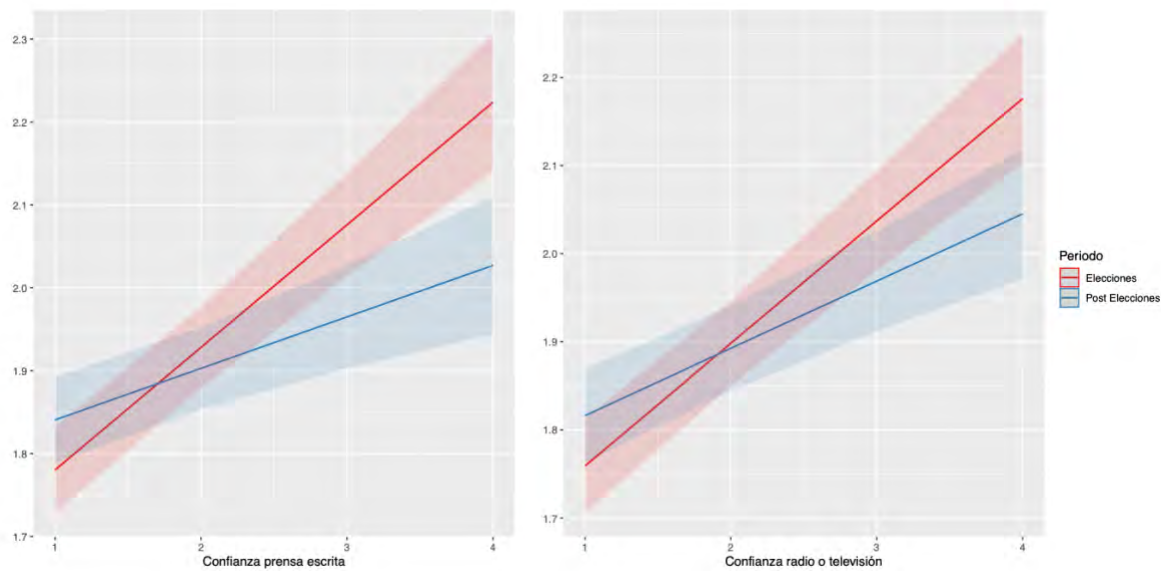
Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la confianza en el JNE (2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

Figura 8

Efecto marginal de la interacción entre la confianza en los medios de comunicación y el periodo electoral sobre la confianza en la ONPE (2021)



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2021.

5.2. Comparación con el 2020

Un esfuerzo adicional de este trabajo es comparar la evolución del efecto de la confianza en los medios de comunicación tradicionales sobre las percepciones de integridad electoral. Para ello, se realiza una comparación con datos del periodo 2020³² (Tabla 13 a Tabla 16). Los modelos muestran dos resultados clave: en primer lugar, al igual que en el 2021, en todos los modelos, la confianza en los medios de comunicación tiene un efecto significativo y positivo sobre la percepción de transparencia electoral, confianza en los organismos electorales y percepción de integridad electoral en general. En ese sentido, las Hipótesis 1 y 2 también se confirman con datos del 2020. Esta relación se cumple también controlando por la confianza en otras instituciones políticas, por lo que también en el 2020 la confianza en la prensa sería un aspecto clave sobre las percepciones de integridad electoral, independientemente de la confianza que se pueda tener en otras instituciones.

En segundo lugar, y a diferencia del 2021, ninguna de las interacciones entre la confianza en los medios de comunicación tradicionales y la división por el periodo electoral y post electoral presenta significancia estadística. Este hallazgo es sumamente importante en tanto que el cambio de la relación entre la prensa y las percepciones de integridad electoral que observamos después de las elecciones en el 2021 no aplica para el periodo post electoral del 2020. Esto refuerza la idea de que, después de los comicios del 2021, hubo algo particular respecto del vínculo de los medios de comunicación y las elecciones que no observamos en la elección anterior, lo que es entendible si consideramos el rol protagónico que tuvo la prensa en la campaña del fraude electoral después de la segunda vuelta del 2021.

Por último, las interacciones entre la confianza en otras instituciones políticas y el periodo post electoral no presentan significancia, igual que en el 2021. Con ello podemos advertir que tampoco en el 2020 la confianza en otras instituciones de representación democrática presentó cambios significativos sobre las percepciones de integridad electoral después de los comicios. Como profundizaremos a continuación, este resultado es sumamente relevante para comparar en qué medida

³² Los modelos con datos del 2020 no cuentan con la variable de control de preferencias electorales por distrito. Esto se debe a que las elecciones parlamentarias extraordinarias fueron únicamente para la elección de congresistas, con lo cual las preferencias políticas estuvieron fragmentadas. Además, el partido Fuerza Popular quedó sexto en la obtención de curules congresales y el partido Perú Libre no obtuvo ninguno.

otras instituciones de representación democrática vinculadas con las elecciones influyen en las percepciones de integridad de todo el proceso electoral.



Tabla 13

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de integridad electoral (2020)

	Integridad electoral		
	(1)	c/ interacción (2)	c/ interacción (3)
Confianza prensa escrita	0.40*** (0.07)	0.43*** (0.09)	0.39*** (0.07)
Confianza radio o televisión	0.29*** (0.07)	0.29*** (0.07)	0.33*** (0.08)
Hombre	0.10 (0.07)	0.10 (0.07)	0.10 (0.07)
Edad	0.0004 (0.002)	0.0004 (0.002)	0.0004 (0.002)
Indígena o identidad originaria	0.08 (0.18)	0.08 (0.18)	0.07 (0.18)
Mestizo	0.01 (0.17)	0.01 (0.17)	0.01 (0.17)
Entorno Urbano	-0.14* (0.08)	-0.14* (0.08)	-0.14* (0.08)
Nivel educativo	0.05** (0.02)	0.05** (0.02)	0.05** (0.02)
Nivel económico (autopercebido)	0.08*** (0.03)	0.08*** (0.03)	0.08*** (0.03)
Acceso radio	0.07 (0.07)	0.07 (0.07)	0.07 (0.07)
Acceso televisión	-0.18* (0.09)	-0.18* (0.09)	-0.18* (0.09)
Macro región Centro	-0.05 (0.13)	-0.04 (0.13)	-0.04 (0.13)
Macro región Norte	-0.01 (0.13)	-0.004 (0.13)	-0.003 (0.13)
Macro región Oriente	-0.15 (0.14)	-0.14 (0.14)	-0.14 (0.14)
Macro región Sur	-0.10 (0.14)	-0.11 (0.14)	-0.11 (0.14)
Confianza gobierno regional	0.61*** (0.07)	0.60*** (0.07)	0.61*** (0.07)
Confianza Congreso	0.28*** (0.08)	0.21** (0.11)	0.21** (0.11)
Confianza partidos políticos	0.26*** (0.09)	0.34*** (0.12)	0.34*** (0.12)
Conocimiento democracia	0.16** (0.08)	0.16** (0.08)	0.16** (0.08)
Importancia democracia	0.18*** (0.05)	0.18*** (0.05)	0.18*** (0.05)
Satisfacción democracia	0.33*** (0.05)	0.33*** (0.05)	0.33*** (0.05)
Solicitud JNE	-0.16 (0.65)	-0.29 (0.65)	-0.27 (0.65)
Solicitud ONPE	0.38* (0.21)	0.41* (0.21)	0.41* (0.21)
Post Elecciones		0.06 (0.21)	0.08 (0.22)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		-0.07 (0.11)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			-0.07 (0.10)
Confianza Congreso x Post Elecciones		0.15 (0.15)	0.15 (0.15)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		-0.17 (0.17)	-0.17 (0.17)
Constante	-1.14*** (0.33)	-1.16*** (0.35)	-1.17*** (0.35)
Observaciones	2,188	2,188	2,188
R ²	0.33	0.33	0.33
R ² Ajustado	0.32	0.32	0.32

Nota:

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2020.

Tabla 14

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de transparencia electoral (2020)

	Transparencia electoral		
	(1)	c/ interacción (2)	c/ interacción (3)
Confianza prensa escrita	0.12*** (0.03)	0.09** (0.04)	0.12*** (0.03)
Confianza radio o televisión	0.10*** (0.03)	0.10*** (0.03)	0.07** (0.04)
Hombre	0.05 (0.03)	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)
Edad	0.002* (0.001)	0.002* (0.001)	0.002* (0.001)
Indígena o identidad originaria	0.10 (0.07)	0.10 (0.07)	0.10 (0.07)
Mestizo	0.04 (0.07)	0.05 (0.07)	0.05 (0.07)
Entorno Urbano	-0.02 (0.04)	-0.02 (0.04)	-0.02 (0.04)
Nivel educativo	0.0001 (0.01)	0.0002 (0.01)	0.0002 (0.01)
Nivel económico (autopercebido)	0.02 (0.01)	0.02 (0.01)	0.02 (0.01)
Acceso radio	0.0002 (0.03)	-0.001 (0.03)	-0.0005 (0.03)
Acceso televisión	-0.10** (0.04)	-0.10** (0.04)	-0.10** (0.04)
Macro región Centro	-0.001 (0.06)	0.001 (0.06)	-0.001 (0.06)
Macro región Norte	0.04 (0.05)	0.04 (0.06)	0.04 (0.06)
Macro región Oriente	-0.05 (0.06)	-0.05 (0.06)	-0.05 (0.06)
Macro región Sur	0.03 (0.06)	0.03 (0.06)	0.03 (0.06)
Confianza gobierno regional	0.15*** (0.03)	0.15*** (0.03)	0.14*** (0.03)
Confianza Congreso	0.07** (0.04)	0.08 (0.05)	0.08 (0.05)
Confianza partidos políticos	0.12*** (0.04)	0.15*** (0.05)	0.15*** (0.05)
Conocimiento democracia	0.05 (0.04)	0.05 (0.04)	0.05 (0.04)
Importancia democracia	0.05** (0.02)	0.05** (0.02)	0.05** (0.02)
Satisfacción democracia	0.17*** (0.03)	0.17*** (0.03)	0.17*** (0.03)
Solicitud JNE	0.24 (0.30)	0.22 (0.30)	0.21 (0.30)
Solicitud ONPE	0.07 (0.09)	0.09 (0.09)	0.09 (0.09)
Post Elecciones		-0.03 (0.10)	-0.04 (0.10)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		0.06 (0.05)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			0.05 (0.05)
Confianza Congreso x Post Elecciones		-0.01 (0.07)	-0.01 (0.07)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		-0.07 (0.08)	-0.07 (0.08)
Constante	0.30** (0.14)	0.32** (0.16)	0.33** (0.16)
Observaciones	2,327	2,327	2,327
R ²	0.18	0.18	0.18
R ² Ajustado	0.17	0.17	0.17

Nota:

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2020.

Tabla 15

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en el JNE (2020)

	Confianza JNE		
	(1)	c/ interacción (2)	c/ interacción (3)
Confianza prensa escrita	0.12*** (0.03)	0.16*** (0.04)	0.12*** (0.03)
Confianza radio o televisión	0.08*** (0.03)	0.08*** (0.03)	0.11*** (0.03)
Hombre	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)	0.04 (0.03)
Edad	-0.0000 (0.001)	-0.0001 (0.001)	-0.0001 (0.001)
Indígena o identidad originaria	-0.0004 (0.08)	-0.003 (0.08)	-0.004 (0.08)
Mestizo	-0.01 (0.07)	-0.01 (0.07)	-0.02 (0.07)
Entorno Urbano	-0.09** (0.03)	-0.09** (0.03)	-0.09** (0.03)
Nivel educativo	0.03*** (0.01)	0.03*** (0.01)	0.03*** (0.01)
Nivel económico (autopercebido)	0.03** (0.01)	0.03** (0.01)	0.03** (0.01)
Acceso radio	0.01 (0.03)	0.01 (0.03)	0.01 (0.03)
Acceso televisión	-0.06 (0.04)	-0.06 (0.04)	-0.06 (0.04)
Macro región Centro	-0.02 (0.06)	-0.02 (0.06)	-0.02 (0.06)
Macro región Norte	-0.03 (0.05)	-0.02 (0.05)	-0.02 (0.05)
Macro región Oriente	-0.06 (0.06)	-0.05 (0.06)	-0.05 (0.06)
Macro región Sur	-0.09 (0.06)	-0.09* (0.06)	-0.09 (0.06)
Confianza gobierno regional	0.25*** (0.03)	0.25*** (0.03)	0.25*** (0.03)
Confianza Congreso	0.07** (0.03)	0.04 (0.05)	0.04 (0.05)
Confianza partidos políticos	0.11*** (0.04)	0.13** (0.05)	0.13** (0.05)
Conocimiento democracia	0.06* (0.03)	0.07* (0.03)	0.07* (0.03)
Importancia democracia	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)
Satisfacción democracia	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)
Solicitud JNE	-0.17 (0.20)	-0.23 (0.21)	-0.22 (0.20)
Solicitud ONPE	0.14 (0.09)	0.15* (0.09)	0.16* (0.09)
Post Elecciones		0.07 (0.09)	0.08 (0.10)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		-0.07 (0.05)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			-0.06 (0.04)
Confianza Congreso x Post Elecciones		0.07 (0.07)	0.07 (0.07)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		-0.05 (0.08)	-0.06 (0.07)
Constante	0.29** (0.14)	0.26* (0.15)	0.25* (0.15)
Observaciones	2,252	2,252	2,252
R ²	0.24	0.24	0.24
R ² Ajustado	0.23	0.24	0.24

Nota: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2020.

Tabla 16

Análisis de regresión lineal múltiple del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en la ONPE (2020)

	Confianza ONPE		
	(1)	c/ interacción (2)	c/ interacción (3)
Confianza prensa escrita	0.15*** (0.03)	0.18*** (0.04)	0.15*** (0.03)
Confianza radio o televisión	0.11*** (0.03)	0.11*** (0.03)	0.14*** (0.04)
Hombre	0.03 (0.03)	0.03 (0.03)	0.03 (0.03)
Edad	-0.001 (0.001)	-0.001 (0.001)	-0.001 (0.001)
Indígena o identidad originaria	0.03 (0.09)	0.03 (0.09)	0.02 (0.09)
Mestizo	0.02 (0.08)	0.02 (0.08)	0.02 (0.08)
Entorno Urbano	-0.03 (0.04)	-0.03 (0.04)	-0.03 (0.04)
Nivel educativo	0.02** (0.01)	0.02** (0.01)	0.02** (0.01)
Nivel económico (autopercebido)	0.04*** (0.01)	0.04*** (0.01)	0.04*** (0.01)
Acceso radio	0.03 (0.03)	0.03 (0.03)	0.03 (0.03)
Acceso televisión	-0.04 (0.04)	-0.04 (0.04)	-0.04 (0.04)
Macro región Centro	-0.02 (0.06)	-0.02 (0.06)	-0.01 (0.06)
Macro región Norte	0.002 (0.05)	0.004 (0.05)	0.004 (0.05)
Macro región Oriente	-0.01 (0.06)	-0.01 (0.06)	-0.01 (0.06)
Macro región Sur	-0.03 (0.06)	-0.03 (0.06)	-0.03 (0.06)
Confianza gobierno regional	0.22*** (0.03)	0.22*** (0.03)	0.22*** (0.03)
Confianza Congreso	0.15*** (0.03)	0.11** (0.05)	0.11** (0.05)
Confianza partidos políticos	0.05 (0.04)	0.06 (0.05)	0.06 (0.05)
Conocimiento democracia	0.04 (0.04)	0.04 (0.04)	0.04 (0.04)
Importancia democracia	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)
Satisfacción democracia	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)	0.07*** (0.02)
Solicitud JNE	-0.25 (0.21)	-0.30 (0.22)	-0.29 (0.21)
Solicitud ONPE	0.16 (0.10)	0.17 (0.11)	0.17 (0.10)
Post Elecciones		0.02 (0.09)	0.03 (0.10)
Confianza prensa escrita x Post Elecciones		-0.06 (0.05)	
Confianza radio o televisión x Post Elecciones			-0.06 (0.05)
Confianza Congreso x Post Elecciones		0.07 (0.07)	0.07 (0.07)
Confianza partidos políticos x Post Elecciones		-0.03 (0.07)	-0.03 (0.07)
Constante	0.24 (0.15)	0.23 (0.16)	0.23 (0.16)
Observaciones	2,290	2,290	2,290
R ²	0.25	0.25	0.25
R ² Ajustado	0.24	0.24	0.24

Nota:

*p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01
Con errores estándar robustos

Fuente: Elaboración propia a partir de la ENAHO 2020.

6. Discusión

Como primer punto, las dos Hipótesis han sido comprobadas en todos los modelos para todos los periodos. Sobre ello, podemos confirmar que la confianza en los medios de comunicación tiene un efecto significativo y positivo sobre la percepción de transparencia electoral, la confianza en los organismos electorales, así como sobre el índice agregado de integridad electoral. Además, la confianza en los medios de comunicación tiene un efecto significativo sobre las percepciones de integridad electoral aun controlando por la confianza en otras instituciones de representación democrática; por lo que la confianza en la prensa sería, en sí misma, un aspecto determinante de la percepción de integridad electoral. Si bien trabajos anteriores (Ariely, 2015) han probado el efecto positivo que tiene la confianza en los medios de comunicación sobre la confianza en las instituciones gubernamentales y democráticas, este trabajo da un paso más al probar dicho efecto específicamente para las elecciones y organismos electorales.

En suma, este trabajo corrobora que la disminución de la confianza en los medios de comunicación no solo tiene consecuencias para la arena mediática; sino que, además, tiene consecuencias concretas en la arena política y, específicamente, en la cultura e instituciones democráticas. En ese sentido, y en diálogo con la literatura existente, esta investigación añade al repertorio de impactos que tiene la desconfianza en la prensa el efecto que tiene sobre la institución de las elecciones, tanto a nivel de la transparencia como de los organismos encargados.

Sin embargo, como planteamos en la introducción, una pregunta transversal a esta investigación ha sido analizar en qué medida el caso particular de las elecciones del 2021 nos ayuda a profundizar en el impacto que tiene la confianza en la prensa sobre la confianza en las elecciones. Como adelantamos en la introducción, el caso de análisis se inscribe dentro de un periodo histórico de degradación y desconfianza respecto de las instituciones democráticas, incluyendo los medios de comunicación y las elecciones. Sin embargo, no hay que perder de vista que aun dentro de este proceso de desgaste institucional y democrático, los comicios del 2021 representan un caso atípico en el historial electoral del presente siglo. En ese sentido, es pertinente discutir en qué medida la relación entre la confianza en la prensa y la confianza en las elecciones se ve afectada por el caso de las elecciones del 2021 en particular, especialmente por las acusaciones de fraude o, por el contrario, es una consecuencia

de un proceso más amplio de deterioro de la confianza en las instituciones democráticas en general.

Las elecciones del 2021 fueron inusuales por el contexto sociopolítico extraordinario en el que se llevaron a cabo; pero, principalmente, por la campaña de fraude electoral y desprestigio a las instituciones electorales en la cual los medios de comunicación ocuparon un rol central (Tuesta, 2022). Además, los grandes medios de comunicación no dieron una cobertura neutral y equitativa a las candidaturas que alcanzaron la segunda vuelta (Quiñonez, 2024; Cueva, 2022). Incluso, desde antes de la primera vuelta, la ciudadanía percibía un sesgo de los grandes medios de comunicación en favor de ciertas candidaturas (GIPE-PUCP, 2021; IEP, 2021a), percepción que se reforzaría para la segunda vuelta (IEP, 2021b). ¿Qué pasa, entonces, cuando las personas perciben sesgos y favoritismos de la prensa hacia ciertos actores electorales? Pero, sobre todo, ¿qué pasa cuando la prensa pone en tela de juicio la labor de los organismos electorales y la transparencia del proceso electoral?

Los resultados en los modelos con interacciones nos pueden dar argumentos importantes para considerar en qué medida los sucesos políticos y mediáticos de las elecciones del 2021 influyeron en la relación entre la prensa y las elecciones. Como primer punto, en el periodo post electoral las personas tienen percepciones más favorables de integridad electoral y confianza en los organismos electorales, lo cual es coherente para el desenlace de una contienda marcada por la especulación sobre un posible fraude, pero en la cual no se ha encontrado ninguna prueba de mala praxis electoral que pudiera comprometer los resultados. Empero, los hallazgos más relevantes en cuanto a la división por periodos es la interacción significativa que tiene respecto de dos variables: la confianza en los medios de comunicación y la distribución de votos por distrito electoral. Esto tiene dos implicaciones: por una parte, que la demarcación por semestres es crucial para entender qué sucede con la relación entre la prensa y las percepciones de integridad electoral en el 2021; lo cual coincide con la 'tercera' vuelta electoral de impugnación y descrédito de los resultados. Y, por otra parte, la división por el periodo electoral y post electoral es relevante para comprender el ciclo electoral del 2021, pero no así el del 2020; por lo que hay que considerar nuevamente qué diferenció a las elecciones del 2021 respecto de elecciones anteriores, igualmente comprometidas en el proceso de deterioro institucional y democrático.

Como segundo punto, comprobamos que la atenuación del efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre las percepciones de integridad electoral para el periodo post electoral indica que algo particular sucedió entre ambos actores después de los comicios; ¿Qué circunstancias podrían explicar que, a mayor confianza en la prensa, la confianza en las elecciones se debilite? Este resultado tiene sentido si tomamos en cuenta que los medios de comunicación tuvieron un rol protagónico en difundir y amplificar las acusaciones de fraude electoral (Tuesta, 2022), especialmente los medios de comunicación tradicionales pertenecientes a grandes conglomerados mediáticos (Cueva, 2022). En consecuencia, es entendible que para aquellas personas que más confían en los medios de comunicación tradicionales, los cuales se encargaron de desacreditar el proceso y organismos electorales después de los comicios, el efecto positivo inicial sobre las percepciones de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales sea menor.

Empero, y más importante aún, es que la interacción de los periodos electorales solo es significativa respecto de la confianza en la prensa, pero no respecto de otras instituciones democráticas igualmente vinculadas con las elecciones: el Congreso y los partidos políticos. La confianza en el Congreso y los partidos políticos también ha experimentado una caída sostenida en los últimos años (Muñoz et. al., 2023)(Figura 2); sin embargo, esta no es relevante para entender qué sucedió con las percepciones de integridad electoral después de los comicios. En ese sentido, la confianza en los medios de comunicación tradicionales tiene una vinculación con la percepción de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales diferente de la que podría tener la confianza en otras instituciones democráticas igualmente importantes. En otras palabras, las percepciones de integridad electoral después de los comicios no se explicarían tanto por la desconfianza en las instituciones políticas en general; sino, específicamente, por la desconfianza en la prensa.

En cuanto al tercer punto, como adelantamos, la interacción entre periodos también es significativa respecto de la distribución de votos por distritos en cuanto a la confianza en el JNE y el índice de percepción de integridad electoral. Primero, el efecto positivo de la interacción es coherente con estudios previos que señalan que, en América Latina, las personas cuyo candidato resultó ganador tienen una mayor confianza en las elecciones (Seligson y Maldonado, 2014); por el otro, este hallazgo también dialoga con los anteriores: primero, que la distinción entre el periodo electoral y el post electoral es clave para entender cómo las preferencias electorales del distrito

pueden alterar la confianza en los organismos electorales. Segundo, la participación de la prensa a favor de la campaña del fraude electoral no fue neutral, sino específicamente a favor del partido y candidata perdedores (Tuesta, 2022; Salazar, 2021). Además, desde la segunda vuelta, la ciudadanía percibió un claro favoritismo de los grandes medios de comunicación hacia la candidatura de Keiko Fujimori (Cueva, 2022; IEP, 2021b). En consecuencia, este resultado sería complementario y congruente con el hecho de que quienes más confían en la prensa después de las elecciones tienen una menor percepción de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales; en tanto un gran sector de la prensa tradicional fue cómplice de las acusaciones de fraude electoral que promovió, concretamente, el partido y candidata perdedores.

Como cuarto punto, como señalamos, la diferencia en la distribución de votos por distrito no tiene el mismo efecto sobre la percepción de transparencia electoral que sobre la confianza en los organismos electorales. Ello plantea un argumento interesante y es que, si bien la transparencia y los organismos electorales están interconectados en el ciclo electoral, no son intercambiables. Aún más, es revelador que la interacción entre los periodos y la distribución de votos por distritos electorales solo tenga un efecto significativo sobre la confianza en el JNE, y no así sobre la ONPE. Esto es congruente con el desenlace de las elecciones pues, como explicamos, para julio del 2021, la labor de la ONPE en el conteo y revisión de votos había concluido. Estas distinciones en los efectos encontrados son relevantes por tres motivos: primero, porque refuerza la separación analítica que la literatura ha realizado sobre los actores y etapas del proceso electoral (Norris & Grömping, 2019; Norris, 2013; 2014; Frank & Martínez i Coma, 2017). Segundo, porque es una justificación adicional al aporte de la investigación de diferenciar la transparencia electoral respecto de los organismos electorales. Tercero, porque, si bien los organismos electorales son los responsables visibles de la integridad electoral (Van Ham & Garnett, 2019), el caso de estudio sugiere que no serían igualmente visibles, y por ende responsables, de la misma manera en las distintas fases del proceso electoral.

En suma, hemos presentado cuatro aportes importantes para la discusión: primero, que la demarcación del periodo post electoral es clave para entender la evolución de la relación entre la prensa y las elecciones. Segundo, que después de los comicios, la confianza en los medios de comunicación tiene un efecto reducido sobre las percepciones de integridad electoral, lo cual es consistente con la

participación que tomó la prensa en las acusaciones de fraude electoral. Además, este cambio solo es atribuible a los medios de comunicación, y no a otras instituciones vinculadas con las elecciones. Tercero, que para aquellos que viven en distritos en donde la candidatura perdedora obtuvo una mayor proporción de votos, las percepciones positivas de integridad electoral también se atenúan; lo cual es a su vez coherente con la afinidad que tuvieron los medios de comunicación con la candidatura perdedora y, por lo tanto, con quienes más confiaron en ellos después de las elecciones. Cuarto, las diferencias que observamos en los determinantes de las percepciones de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales coinciden con el desarrollo de las elecciones del 2021, y con la importancia que cada organismo electoral tuvo en las diferentes etapas de la elección.

A partir de los resultados podemos argumentar que el ataque de los medios de comunicación hacia el proceso y organismos electorales, los sesgos percibidos hacia ciertas candidaturas, sumado al contexto sociopolítico excepcional de las elecciones, pudo generar un antagonismo entre ambas instituciones. Según esta explicación, el rol de los medios de comunicación, como atajos informativos de la realidad social, no solo se habría roto a propósito de los eventos políticos y mediáticos que acompañaron a los comicios del 2021; sino que, además, después de la segunda vuelta, su complicidad en la campaña del fraude electoral fue efectiva en moldear las valoraciones de la ciudadanía respecto de la integridad de sus elecciones. Esta explicación está en sintonía con estudios previos que prueban que estar expuesto a acusaciones falsas de fraude reduce la confianza en las elecciones y la percepción de integridad electoral en general (Berlinski et. al., 2023). Esto es sumamente relevante para nuestro caso de estudio si consideramos que fue, justamente, un gran sector de la prensa tradicional el cual promovió y amplificó, sin sustento, la campaña del fraude.

Hay que considerar, sin embargo, la hipótesis alternativa de que estos cambios en la relación entre los medios de comunicación y las elecciones se debe al deterioro generalizado de las instituciones democráticas. Por un lado, en tanto que cada vez menos personas confían en la prensa (Dunsizer, 2022; Muñoz et. al., 2023)(Figura 1), esta deja de ser un actor relevante en los procesos políticos: los medios de comunicación son la vía principal para que la población se informe (Fawzi, et. al., 2021), tome decisiones (Tsfati & Cappella, 2005; Shrum, 2009) y navegue durante procesos de incertidumbre social (Adeline & Ahmad, 2022). Por ende, si la población deja de tomar a los medios como lentes confiables de la realidad, es esperable que

también varíe la relación respecto del objeto sobre el que se informa: las elecciones y organismos electorales. Por otro lado, la confianza en las elecciones también ha caído de forma sostenida en el Perú en la última década (LAPOP, 2024). Por lo que es esperable que la varianza de nuestras variables dependientes también se haya reducido en el tiempo, y la estimación del efecto que tienen otras variables sobre ella cambie.

No obstante, los modelos conducidos sugieren que los cambios en la relación entre la prensa y las elecciones en el 2021 no serían tanto una consecuencia de un proceso histórico de deterioro democrático y desprestigio de la clase política; sino el producto de sucesos políticos particulares al proceso electoral del 2021: por un lado, si el desgaste institucional generalizado fuera la causa principal de estas variaciones, el efecto sobre las percepciones de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales de las interacciones del periodo post electoral sería significativo también para otras instituciones cuya confianza haya caído sostenidamente: el Congreso y los partidos políticos. Por ello, el hecho de que ninguna de estas interacciones resultase significativa es sumamente esclarecedor de que el efecto de la confianza en las instituciones democráticas sobre las percepciones de integridad electoral no cambia después de los comicios respecto de las instituciones democráticas en general, sino específicamente respecto de la desconfianza en la prensa.

Por otro lado, si en elecciones próximas el efecto de la confianza en la prensa sobre las percepciones de integridad electoral cambiara de igual manera después de las votaciones, entonces podríamos decir que el cambio que observamos en la relación entre la prensa y las elecciones es algo común a los ciclos electorales. Sin embargo, ninguna de las interacciones en los modelos con datos de la elección del 2020, un periodo igualmente marcado por el deterioro institucional, resultó significativa. En conclusión, no sería que el efecto de la confianza en los medios de comunicación sobre las percepciones de integridad electoral cambie después de los comicios en general, sino que cambia específicamente después de las votaciones del 2021.

Si bien determinar a cabalidad por qué se produce un efecto negativo de la confianza en la prensa sobre la percepción de integridad electoral después de las elecciones requiere de un examen más profundo, los resultados del trabajo nos invitan a ahondar en cómo los cambios en esta relación dialogan con procesos políticos más

amplios. En líneas generales, los hallazgos sugieren que la actuación de los medios de comunicación después de los comicios ha sido vital para moldear las percepciones de la ciudadanía respecto del proceso electoral. Asimismo, dan señales importantes sobre cómo la campaña mediática de las acusaciones de fraude terminó por debilitar el efecto de la confianza en la prensa sobre la percepción de integridad electoral. En suma, los resultados muestran un escenario post electoral en el cual, paradójicamente, aquellas personas que más confían en la institución responsable de informar a la ciudadanía presentan menores percepciones de transparencia electoral y confianza en los organismos electorales, sin que haya ninguna evidencia sólida que sustente la hipótesis del fraude electoral.



Conclusiones

Esta investigación es un paso importante para analizar el efecto que puede traer la desconfianza en los medios de comunicación en los procesos electorales. Por un lado, esta investigación concluye que la confianza en la prensa, tanto escrita como la radio y televisión, tiene un impacto altamente significativo sobre la percepción de transparencia electoral y la confianza en los organismos electorales. Además, dicha relación es independiente de la confianza que se pueda tener en otras instituciones políticas relevantes para el proceso electoral. Por otro lado, no obstante, vemos que la relación entre la prensa y las elecciones no es estática en el tiempo. Por el contrario, el efecto que tiene la confianza en los medios de comunicación sobre la percepción de integridad electoral puede variar notoriamente de un periodo a otro rápidamente.

Sobre ello, un esfuerzo de esta investigación ha sido enmarcar cómo la evolución en la relación entre ambas instituciones se puede ver impactada, por una parte, por la degradación institucional y democrática de los últimos años y; por otra, por los sucesos políticos y mediáticos del ciclo electoral del 2021. Si bien dar una respuesta más rigurosa amerita de un análisis más extenso, los resultados dan pistas importantes sobre en qué medida la contienda electoral del 2021, y específicamente los sucesos posteriores a los comicios, son congruentes con los resultados que encontramos: las acusaciones de fraude y la participación de los medios de comunicación en ellas coinciden con los cambios del efecto que la confianza en los medios de comunicación tiene sobre las percepciones de integridad electoral en el periodo post electoral. Además, la explicación de que la complicidad de los medios de comunicación en la campaña del fraude electoral fue clave en el cambio de la relación entre la prensa y las elecciones después de los comicios adquiere aún más relevancia si tomamos en cuenta que no encontramos tal variación en las elecciones del 2020.

Asimismo, hemos visto que, entre el periodo electoral y el post electoral, la confianza en los medios de comunicación tradicionales y la distribución de votos por distrito no tienen los mismos efectos sobre la percepción de transparencia electoral que sobre la confianza en los organismos electorales. Aún más, el impacto no es igual sobre la confianza en el JNE y la ONPE. Ello es un argumento más sobre que las elecciones no son un proceso unidimensional, y que los distintos actores y dimensiones del ciclo electoral no se vinculan de manera homogénea con otras instituciones. Estos hallazgos revaloran el esfuerzo de este trabajo de diferenciar

analítica y empíricamente las diversas dimensiones y actores concernientes a las elecciones.

En otro sentido, no obstante, debido a la batería de preguntas en la encuesta utilizada, este trabajo tiene tres limitaciones: primero, no se ha podido precisar distinciones clave de los medios, como su alcance (nacional o regional), propiedad (privada o pública) o nivel de digitalización. Segundo, tampoco se ha podido controlar por las preferencias electorales de la persona, sobre si votó o no por el candidato ganador. No obstante, dos consideraciones del trabajo mitigan la ausencia de dicha variable: por un lado, se controla por las preferencias a nivel del distrito electoral lo cual, si bien no equivale a las preferencias electorales individuales, sirve como la referencia socioespacial más próxima. Por otro lado, utilizar el 'control' del primer bimestre del 2020 es importante para comparar la evolución de la relación entre la prensa y las elecciones con un periodo en el cual no existían los candidatos electorales a la presidencia ni al Congreso como tal. Por último, los modelos del 2020 tienen una cantidad limitada de observaciones comparados con los del 2021³³. Estos aspectos quedan pendientes para ahondar en la relación entre la confianza en los medios de comunicación y las percepciones de integridad electoral.

En suma, esta investigación presenta nuevos aportes para entender cómo la desconfianza en los medios de comunicación puede trascender de la arena mediática y afectar instituciones esenciales al sistema democrático: las elecciones; específicamente, la transparencia del proceso y los organismos electorales. Asimismo, este trabajo discute cómo la relación entre la prensa y las elecciones puede verse permeada por tendencias previas de deterioro institucional y democrático, así como por eventos mediáticos y políticos que pongan en tela de juicio el justo desenlace de la contienda. En consecuencia, esta investigación reafirma la relevancia de los medios de comunicación como un actor ineludible, no solo para comprender los procesos electorales, durante y después de las elecciones; sino para salvaguardar la continuidad de las instituciones democráticas.

³³ Sobre las últimas dos consideraciones, véase el 'Diseño Metodológico'.

Referencias bibliográficas

- Adeline, H. D., & Ahmad, N. (2022). Why do people fall for fake news? Patterns in news consumption and decision-making. *Journal of Media and Information Warfare*, Vol., 15(3), 27-38.
- Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2017). Effects of editorial media bias perception and media trust on the use of traditional, citizen, and social media news. *Journalism & mass communication quarterly*, 94(3), 703-724.
- Ariely, G. (2015). Trusting the press and political trust: A conditional relationship. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 25(3), 351-367.
- Berlinski, N., Doyle, M., Guess, A. M., Levy, G., Lyons, B., Montgomery, J. M., ... Reifler, J. (2023). The Effects of Unsubstantiated Claims of Voter Fraud on Confidence in Elections. *Journal of Experimental Political Science*, 10(1), 34–49. doi:10.1017/XPS.2021.18
- Bourdieu, P., Inda, A. G., & Beneitez, M. J. B. (2001). *Poder, derecho y clases sociales* (Vol. 2). Desclée de Brouwer.
- Cantú, F., & García-Ponce, O. (2015). Partisan losers' effects/ Perceptions of electoral integrity in Mexico. *Electoral Studies*, 39, 1-14.
- Coronel, S. (2009). Corruption and the Watchdog Role of the News Media. En Norris, P. (Ed.). (2009). *Public Sentinel/ News media and governance reform*. World Bank Publications.
- Cueva, L. M. (2022) "Peru". Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute digital news report 2022*. Reuters Institute for the study of Journalism.
- Curran, J., Iyengar, S., Brink Lund, A., & Salovaara-Moring, I. (2009). Media system, public knowledge and democracy: A comparative study. *European journal of communication*, 24(1), 5-26.
- Coffé, H. (2017). Citizens' media use and the accuracy of their perceptions of electoral integrity. *International Political Science Review*, 38(3), 281-297.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Harvard university press.
- Dunsizer, A. (2022). Enfoque en la confianza en los medios de comunicación en Perú. Universidad de Vanderbilt. Consulta: 15 de abril de 2023. <https://www.vanderbilt.edu/lapop/spotlights/Spotlight-Dunsizer-PER-B37-spa-final.pdf>
- Encinas, D. & A. Fuentes Diestra (2021). "La geografía política de las Elecciones Presidenciales de 2021 en Perú". *Elecciones*, 20(22), 231-282.

Fawzi, N., Steindl, N., Obermaier, M., Prochazka, F., Arlt, D., Blöbaum, B., ... & Ziegele, M. (2021). Concepts, causes and consequences of trust in news media—a literature review and framework. *Annals of the International Communication Association*, 45(2), 154-174.

Frank, R. W., & i Coma, F. M. (2017). How election dynamics shape perceptions of electoral integrity. *Electoral Studies*, 48, 153-165.

Garnett, H. A., T. S. James & M. MacGregor. (2022). *Year in Elections Global Report: 2019-2021*. The Electoral Integrity Project.

Garnett, H. A. (2017). "Election Management". En Norris, P., & Nai, A. (Eds.). (2017). *Election watchdogs: transparency, accountability and integrity*. Oxford University Press.

GIPE-PUCP (2021). Cuadro de las entrevistas de los canales de TV a los candidatos presidenciales (1 de enero - 28 de marzo). Consulta: 27 de mayo del 2023.
<https://twitter.com/tuesta/status/1378408605507010568?lang=es>

Habermas, J. (1989). "The Public Sphere". *On Society and Politics a Reader*. Beacon Press, 231-236.

Instituto de Estudios Peruanos (2021a). *IEP Informe de Opinión – Mayo II 2021 Información sobre política. Medios de comunicación y campaña electoral. Encuesta telefónica a nivel nacional*. IEP.

Instituto de Estudios Peruanos (2021b). *IEP Informe de Opinión – Junio II 2021. Encuesta telefónica a celulares a nivel nacional*. IEP.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). *Ficha técnica*. Encuesta Nacional de Hogares 2021.

Jáuregui, J. (2010). *El Sistema Electoral: Importancia de los JEE y ODPE*. Escuela Electoral y de Gobernabilidad. Consulta: 7 de junio de 2023.

https://portal.ine.gob.pe/portal_documentos/files/informacioninstitucional/escuelaelectoral/Martes%20Electtorales%20-%20Exposiciones/ee2010/mar_14set10.pdf

James, T. S., Garnett, H. A., Loeber, L., & Van Ham, C. (2019). Electoral management and the organisational determinants of electoral integrity/ Introduction. *International Political Science Review*, 40(3), 295-312 (pdf).

LAPOP. (2024, marzo 2024). *Data Playground*.
<https://www.vanderbilt.edu/lapop/interactive-data.php>

Lipsky, M. (2010). *Street-level bureaucracy: Dilemmas of the individual in public service*. Russell Sage Foundation.

Maldonado, A & Seligson, M. A. (2014). "Electoral Trust in Latin America". Norris, P., Frank, R. W., & i Coma, F. M. (Eds.). (2014). *Advancing electoral integrity*. Oxford University Press.

Maynard-Moody, S. & S. Portillo (2010). "Street-Level Bureaucracy Theory", in Robert F. Durant (ed.), *The Oxford Handbook of American Bureaucracy*. Oxford University Press.

Muñoz, P., Bird, M., & Arispe, A (2023). "La COVID-19 y la crisis de confianza en el Perú". En Manky, O., Prialé Valle, M. A., & Lavado, P. (2023). *Experiencias y lecciones aprendidas en la lucha contra la COVID-19*. Lima: Universidad del Pacífico, pp. 17-60

Muñoz, P., Incio, J. L., Adrianzén, W., & Urrutia, K. (2022). Reelección subnacional y corrupción. *Investigaciones*, issue. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:bbj:invcie:777>.

Nai, A. (2017). "The Fourth State". En Norris, P., & Nai, A. (Eds.). (2017). *Election watchdogs: transparency, accountability and integrity*. Oxford University Press, 213-229.

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute digital news report 2022*. Reuters Institute for the study of Journalism.

Norris, P. (2013). The new research agenda studying electoral integrity. *Electoral Studies*, 32(4), 563-575.

Norris, P., Frank, R. W., & i Coma, F. M. (2014). Measuring electoral integrity around the world/ A new dataset. *PS/ Political Science & Politics*, 47(4), 789-798.

Norris, P. (2014). *Why Electoral Integrity Matters*. Cambridge/ Cambridge University Press. doi/10.1017/CBO9781107280861.

Norris, P. (2017a). "Transparency in Electoral Governance". En Norris, P., & Nai, A. (Eds.). (2017). *Election watchdogs: transparency, accountability and integrity*. Oxford University Press, 213-229.

Norris, P. (2017b). "Electoral Transparency, Accountability, and Integrity". En Norris, P., & Nai, A. (Eds.). (2017). *Election watchdogs: transparency, accountability and integrity*. Oxford University Press, 213-229.

Norris, P. (2019). Do perceptions of electoral malpractice undermine democratic satisfaction? The US in comparative perspective. *International Political Science Review*, 40(1), 5-22.

Norris, P., & Grömping, M. (2019). *Electoral integrity worldwide*. The Electoral Integrity Project.

Norris, P., Garnett, H. A., & Grömping, M. (2020). The paranoid style of American elections: explaining perceptions of electoral integrity in an age of populism. *Journal of elections, public opinion and parties*, 30(1), 105-125.

Oficina Nacional de Procesos Electorales (2021). "Presentación de resultados. Elecciones Generales y Parlamento Andino 2021". Consulta: 10 de setiembre de 2023. <https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/EG2021/EleccionesPresidenciales/RePres/T>

Putnam, R. (1993). *The prosperous community: Social capital and public life. The american*, 4.

Quiñonez, H. D. (2024). Estrategias de discurso y framing de los medios de comunicación en la segunda vuelta electoral peruana (2021). *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (40), 225-257.

Rodríguez, M., & Zechmeister, E. J. (2018). *Media pluralism, public trust, and democracy/ new evidence from Latin America and the Caribbean*. Center for International Media Assistance.

Rosas, G. (2010). Trust in elections and the institutional design of electoral authorities/ Evidence from Latin America. *Electoral Studies*, 29(1), 74-90.

Round, A. (2022). Enfoque en la confianza en los medios de comunicación en América Latina y el Caribe. Universidad de Vanderbilt. Consulta: 15 de abril de 2023. <https://www.vanderbilt.edu/lapop/spotlights/Spotlight-Rounds-B37-spa-final-1.pdf>

Salazar, D. (2021). El show no debe continuar: la prensa peruana tras la campaña electoral. Consulta: 15 de abril de 2023. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2021/07/14/peru-elecciones-prensa-mavila-huertas-gilberto-hume/>

Salzman, R., & Albarran, A. B. (2011). Internet Use in Latin America. *Palabra Clave*, 14(2), 297-313.

Semetko, H. A. (2009). Election Campaigns, Partisan Balance, and the News Media. En Norris, P. (Ed.). (2009). *Public Sentinel/ News media and governance reform*. World Bank Publications.

Shrum, L. J. (2009). Media consumption and perceptions of social reality/ Effects and underlying processes. *In Media effects* (pp. 66-89). Routledge.

Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139-156.

Toff, B., & Kalogeropoulos, A. (2020). All the news that's fit to ignore/ How the information environment does and does not shape news avoidance. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 366-390 (pdf).

Tsfati, Y., Strömbäck, J., Lindgren, E., Damstra, A., Boomgaarden, H. G., & Vliegenthart, R. (2022). Going Beyond General Media Trust: An Analysis of Topical Media Trust, its Antecedents and Effects on Issue (Mis) perceptions. *International Journal of Public Opinion Research*, 34(2), edac010.

- Tsfati, Y., & Cohen, J. (2005). Democratic consequences of hostile media perceptions: The case of Gaza settlers. *The International Journal of Press/Politics*, 10(4), 28-51.
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2005). Why do people watch news they do not trust? The need for cognition as a moderator in the association between news media skepticism and exposure. *Media psychology*, 7(3), 251-271.
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication research*, 30(5), 504-529.
- Tuesta, F. (2022). Introducción. En Tuesta, F. (Ed.). (2022). *Elecciones 2021. Pandemia, crisis y representación*. Fondo Editorial de la PUCP.
- Van Ham, C., & Garnett, H. A. (2019). Building impartial electoral management? Institutional design, independence and electoral integrity. *International Political Science Review*, 40(3), 313-334.
- Waisbord, S. (2018a). Populism as media and communication phenomenon. In *Routledge handbook of global populism* (pp. 217-234). Routledge.
- Waisbord, S. (2018b). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism studies*, 19(13), 1866-1878.
- Williams, A. E. (2012). Trust or bust?/ Questioning the relationship between media trust and news attention. *Journal of broadcasting & electronic media*, 56(1), 116-131.
- Wilson, A. E., Parker, V. A., & Feinberg, M. (2020). Polarization in the contemporary political and media landscape. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 34, 223-228.
- Yan, P., & Schroeder, R. (2022). Globalisation, media trust, and populism: A comparative study of the US and Germany. *International Communication Gazette*, 84(6), 486-525.
- Zavaleta, M. & S. Levitsky (2019). *¿Por qué no hay partidos políticos en el Perú?* Planeta Perú.
- Zechmeister, E. J., & N. Lupu (2019) *El Barómetro de las Américas de LAPOP toma el pulso de la democracia*. Nashville, TN: LAPOP.