

El desarrollo humano en las propuestas de los candidatos a la Presidencia visto desde los medios de comunicación

Elecciones generales 2006

Arequipa – Cusco – Lima – Loreto – Piura

INDICE

PRESENTACIÓN

I. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

1. Objeto de estudio: Candidatos y medios
2. Metodología
 - 2.1 Clasificación de los medios
 - 2.2 Análisis cuantitativo

II. LAS PROPUESTAS DE DESARROLLO HUMANO EN LA PRIMERA VUELTA

1. Prensa escrita

- 1.1 Los planes de gobierno en la prensa escrita de alcance nacional
- 1.2 Desarrollo humano en la prensa escrita de alcance nacional
- 1.3 Los planes de gobierno en la prensa escrita de alcance regional
- 1.4 Desarrollo humano en la prensa escrita de alcance regional
- 1.5 Declaraciones sobre desarrollo humano de los candidatos presidenciales en la prensa escrita de alcance nacional
- 1.6 Temas más abordados por los candidatos con mayores apariciones en la prensa escrita de alcance nacional
- 1.7 Temas de desarrollo humano abordados por los candidatos con mayores apariciones en la prensa escrita
- 1.8 Presencia de los candidatos presidenciales en la prensa escrita de alcance regional
- 1.9 Tendencia de la cobertura sobre desarrollo humano en la prensa escrita de alcance nacional y regional

2. Televisión

- 2.1 Los planes de gobierno en la televisión de alcance nacional
- 2.2 Desarrollo humano en la televisión de alcance nacional
- 2.3 Los planes de gobierno en la televisión de alcance regional
- 2.4 Desarrollo humano en la televisión de alcance regional
- 2.5 Declaraciones sobre desarrollo humano de los candidatos presidenciales en la televisión de alcance nacional
- 2.6 Temas más abordados por los candidatos con mayores apariciones en la televisión de alcance nacional
- 2.7 Temas de desarrollo humano abordados por los candidatos con mayores apariciones en la televisión
- 2.8 Presencia de los candidatos presidenciales en la televisión de alcance regional
- 2.9 Tendencia de la cobertura sobre desarrollo humano en la televisión de alcance nacional y regional

3. Radio

- 3.1 Los planes de gobierno en la radio de alcance nacional
- 3.2 Desarrollo humano en la radio de alcance nacional
- 3.3 Los planes de gobierno en la radio de alcance regional
- 3.4 Desarrollo humano en la radio de alcance regional

- 3.5 Declaraciones sobre desarrollo humano de los candidatos presidenciales en la radio de alcance nacional
- 3.6 Temas más abordados por los candidatos con mayores apariciones en la radio de alcance nacional
- 3.7 Temas de desarrollo humano abordados por los candidatos con mayores apariciones en la radio
- 3.8 Presencia de los candidatos presidenciales en la radio de alcance regional
- 3.9 Tendencia de la cobertura sobre desarrollo humano en la radio de alcance nacional y regional

III. LAS PROPUESTAS DE DESARROLLO HUMANO DE LOS CANDIDATOS A LA SEGUNDA VUELTA

1. Los planes de gobierno en los medios de comunicación de alcance nacional y regional
2. Los temas más tratados en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance nacional
3. Los temas más tratados en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance regional
4. Desarrollo humano en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance nacional
5. Los dos candidatos participantes en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance nacional

IV. CONCLUSIONES GENERALES

I. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

1. Objeto de estudio: Candidatos y medios

El monitoreo de medios de comunicación, realizado por el equipo del observatorio regional de la Asociación Civil Transparencia con el apoyo de UNICEF, tuvo como finalidad revelar el comportamiento de los medios de comunicación, específicamente la prensa escrita, radio y televisión, en relación a las propuestas de los candidatos a la Presidencia de la República en las pasadas Elecciones Generales 2006.

El presente informe se centra en el análisis cuantitativo de la cobertura periodística brindada por los principales medios de comunicación, de Arequipa, Cusco, Lima, Loreto y Piura, a las propuestas en temas de desarrollo humano de los candidatos a la Presidencia de la República en la primera¹ y segunda² vuelta electoral. Dentro del concepto de desarrollo humano se priorizaron para la medición cuatro temas relacionados con el desarrollo integral de la niñez: educación, salud, derechos humanos y pobreza.

La medición se desarrolló entre el 10 de enero, día posterior al cierre de inscripción de formulas presidenciales y de inicio de la campaña electoral, y el 4 de junio del 2006, fecha de realización de la segunda vuelta de la elecciones generales.

Los candidatos y temas monitoreados que obtuvieron menos del 2% de apariciones en alguno de los medios de comunicación han sido agrupados en el rubro "otros".

2. Metodología

El monitoreo de medios consistió en recopilar información cuantitativa acerca de los principales temas de cada región del país según la agenda mediática (agenda-setting) establecida por cada medio monitoreado, respecto a la coyuntura electoral y la realidad nacional.

2.1 Clasificación de los medios

Para la presentación de los resultados los medios de comunicación analizados han sido clasificados según su nivel de alcance en dos categorías: (a) medios de alcance nacional y (b) medios de alcance regional.

a. Medios de alcance nacional

Fueron monitoreados 13 diarios limeños, 27 programas de tres importantes emisoras radiales y 32 programas televisivos de seis canales de televisión de señal abierta.

¹ En la primera vuelta electoral a las propuestas y planes de gobierno de los 20 candidatos en contienda: Natale Amprimo, Antero Asto, Alberto Borea, José Cardó, Martha Chávez, Javier Diez Canseco, Javier Espinoza, Lourdes Flores, Ciro Gálvez, Alan García, Luis Guerrero, Ollanta Humala, Ulises Humala, Pedro Koechlin, Humberto Lay, Alberto Moreno, Valentín Paniagua, Jaime Salinas, Susana Villarán y Ricardo Wong.

² En la segunda vuelta a las propuestas y planes de gobierno de los dos candidatos en contienda: Alan García y Ollanta Humala.

Prensa escrita:

Ajá
El Comercio
El Peruano
Expreso
La República

Ojo
Trome
Correo
El Popular

El Chino
La Primera
La Razón
Perú 21

Televisión:

Canal de televisión	Programa	Canal de televisión	Programa	
Frecuencia Latina	90 Segundos	Televisión Nacional del Perú	Confirmado (mañana)	
	Dos Dedos de Frente		Confirmado (mediodía)	
	7mo. Día		Confirmado (central)	
	Reporte Semanal		Presencia Nacional	
	La Ventana Indiscreta		Educación en Democracia	
	El Especial del Humor		Política al Día	
	El Francotirador		La Mitad Más Uno	
América Televisión	América Noticias (primera edición)		ATV	Perú Agro
	América Noticias (mediodía)	Hagamos Empresa		
	América Noticias (central)	Mapamundi		
	Prensa Libre	ATV Noticias		
	Cuarto Poder	Día D		
Panamericana Televisión	Buenos Días, Perú	Red Global		Mueve tu Curul* (Transmitido por Red Global)
	24 Horas (mediodía)			Noticias en Red
	24 Horas (central)			
	Panorama			
	Pulso Electoral			

* El programa "Mueve tu Curul" fue transmitido por ATV y Red Global.

Radio:

Cadena Peruana de Noticias (CPN)	Radioprogramas del Perú (RPP)	1160 Radionoticias
Primer Servicio Informativo	La Rotativa del Aire (mañana)	Cara a Cara
El Comentario de la Noticia	Ampliación de Noticias	Noticias L-V
Cabina Abierta	La Rotativa del Aire (mediodía)	Resumen de Noticias
Segundo Servicio Informativo	Los Chistosos	Tema del Día
La Hora Cinco	La Rotativa del Aire (tarde)	Informa
Tercer Servicio Informativo	La Rotativa del Aire (noche)	Sábados de Radio
Puntos de Vista	Enfoque de los Sábados	Noticias (sábados)
Línea Directa	Ampliación del Domingo	Noticias (domingos)
	Cuando los Periodistas Dialogan	
	De la Noche a la Mañana	
	Mesa de Diálogo	

b. Medios de alcance regional

Los diarios y programas televisivos y radiales monitoreados, en las regiones de Arequipa, Cusco, Iquitos y Piura, fueron elegidos por su nivel de representatividad en cada una de las zonas.

Diarios:

Región	Diarios
AREQUIPA	Correo
	El Pueblo
	Arequipa al Día
CUSCO	El Comercio del Cusco
	El Sol
	El Compatriota
IQUITOS	La Región
	Pro & Contra
PIURA	Correo
	La Hora
	El Tiempo

Radio y televisión:

Región	Radioemisora	Horarios	Canales de televisión	Horarios
AREQUIPA	Radio Líder	6:30 a 9:30	Noticiero (noche) - HTV Canal 4	8:45 a 10:15
	Radio Yaraví	6:30 a 9:30	Noticiero (noche) - Perú TV Canal 9	5:50 a 7:15
	Radio Melodía	5:30 a 8:30		
CUSCO	Informativo Universal - Radio Universal	6:30 a 8:30	Alternativa – TV Mundo Canal 12	
	La Razón - Radio La Hora	6:00 a 8:30	Propuesta Regional - CTC	
	Regiones en Marcha - RPP	7:30 a 9:30	Nuevo Día - Perú TV	
IQUITOS	Radio Loreto	8:30 a 9:30	24 Horas Regional - Panamericana Televisión	(15 minutos)
	Radio Arpegio	8:30 a 9:30	El Loretano - Amazónica de Televisión	
	Radio La Voz de la Selva	8:30 A 9:30	Cadena Regional de Noticias - Red Global	
PIURA	Regiones en Marcha - RPP	9:00 a 10:00	Confirmado Regional - Televisión Nacional del Perú	6:15 a 7:15
	El Canillita - Radio Cutivalú	6:30 a 8:30	24 Horas Regional - Panamericana Televisión	10:15 a 11:00
	Noticiero - Radio Piura			

2. 2 Análisis cuantitativo

La cobertura que los medios dieron a cada uno de los candidatos y temas se midió en centímetros cuadrados o en segundos, dependiendo del tipo de medio, lo cual sirvió para determinar la *dimensión* de las apariciones de los candidatos y temas en los medios.

En el caso de la prensa escrita, cada aparición de un candidato o tema se cuantificó multiplicando la altura por el ancho del espacio que ocupaba la información en la página. Determinando así cuál fue el *volumen de información* (en centímetros cuadrados) publicada en relación al candidato o tema.

En cuanto a la televisión y la radio las apariciones de los candidatos y temas fueron cuantificadas en segundos, determinando así el *volumen de información* (en segundos) difundida por el medio en relación al candidato y al tema.

2. 3 Ejes temáticos

Para el análisis de la agenda político-social y político-electoral difundida por los medios de comunicación en cada región, se clasificó la información recabada en dos grandes *ejes temáticos*:

- **Planes de gobierno.**- Información referida a las propuestas y/o promesas electorales de los candidatos.
- **Sucesos de campaña.**- Información generada por los candidatos en el contexto de la campaña pero que no constituye una propuesta y/o promesa electoral.

A su vez, cada eje agrupaba un conjunto de temas. En el presente informe se consigna el análisis de cuatro temas importantes del eje *planes de gobierno*: educación, salud, derechos humanos y pobreza. Los cuales, para efecto de este informe, han sido englobados bajo el concepto de desarrollo humano.

II. LAS PROPUESTAS DE DESARROLLO HUMANO EN LA PRIMERA VUELTA

1. Prensa Escrita

1.1 Los planes de gobierno en la prensa escrita de alcance nacional

Se analizaron 13 diarios limeños de alcance nacional durante el periodo comprendido entre el 10 de enero y el 9 de abril del 2006. Del total de lo publicado en relación a la campaña electoral, sólo el 12.9% fue información referida a los planes y/o promesas de gobierno de los veinte candidatos en contienda.

Ejes temáticos	Dimensión	Porcentaje
Sucesos de Campaña	1,400,259	87.09
Planes de Gobierno	207,560	12.91
Total	1,607,819	100.00

Los temas más mencionados por los candidatos en sus apariciones en los medios de comunicación nos permiten conocer, en cierta medida, la orientación informativa de la campaña. No obstante, es necesario señalar que existe la limitación que los medios cubren sólo una parte de toda la información producida en la campaña.

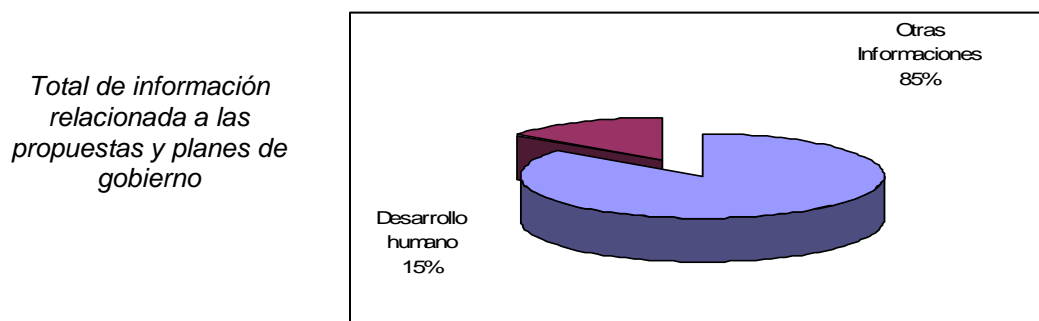
El siguiente cuadro muestra los temas más tratados por la prensa escrita, en relación a las propuestas o planes de gobierno de los candidatos presidenciales:

Temas	Dimensión (en cm2)	Porcentaje
Empleo	20,127	9.70
Democracia y Estado de Derecho	18,775	9.05
Política económica	16,401	7.90
Plan de Gobierno	16,002	7.71
Género	13,516	6.51
Educación	12,160	5.86
Reforma del Estado	10,091	4.86
Violencia y seguridad ciudadana	9,991	4.81
Desarrollo sostenible y gestión ambiental	9,643	4.65
Política exterior	9,558	4.60
Desarrollo rural	9,540	4.60
Infraestructura	8,918	4.30
Justicia	8,413	4.05
Pobreza	7,450	3.59
Salud	6,398	3.08
Otros	30,577	14.73
Total Plan de Gobierno	207,560	100.00

Dentro del rubro “otros” podemos encontrar entre otros temas: Comercio exterior (2.68%), defensa nacional (2.65%), lucha anticorrupción (2.5%), así como **derechos humanos** (2.17%).

1. 2. Desarrollo humano en la prensa escrita de alcance nacional

Los temas de desarrollo humano: educación, salud, pobreza y derechos humanos, representaron el 15% del total de temas cubiertos por la prensa en relación a las propuestas y/o planes de gobierno de los partidos.



a. Distribución de la cobertura sobre desarrollo humano

Los temas de desarrollo humano fueron cubiertos por la prensa nacional de manera poco frecuente. Educación, que fue el tema más abordado en este rubro (sexto tema más tratado a nivel general), sólo representó el 5.9% del total de información relacionada a los planes de gobierno.

Cobertura de los temas de desarrollo humano por la prensa escrita a nivel nacional

Temas de desarrollo humano	Dimensión	Porcentaje*
Educación	12,160	5.86
Pobreza	7,450	3.59
Salud	6,398	3.08
Derechos humanos	4,508	2.17
Total	30,516	14.7

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la prensa.

Dentro del rubro educación, la reforma educativa y el presupuesto para el sector educación fueron dos puntos importantes en las propuestas y promesas que la prensa recogió.

Educación

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Reforma educativa	4,341	2.09
Presupuesto	3,175	1.53
Calidad docente	1,066	0.51
Acceso e igualdad de oportunidades	837	0.40
Menciones generales	735	0.35
Educación inicial	489	0.24
Innovación tecnológica	417	0.20
Educación superior	274	0.13

Interculturalidad	274	0.13
Educación primaria	110	0.05
Educación secundaria	38	0.02
Otros	404	0.21
Total	12,160	5.84

** Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la prensa.*

El tema pobreza fue principalmente abordado por los candidatos y difundido en la prensa a través de los programas de lucha contra la pobreza, tales como A Trabajar Urbano y el Programa Juntos, los cuales tuvieron mayor acogida en la campaña electoral.

Pobreza

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Programas de lucha contra la pobreza	2,372	1.14
Menciones generales	2,001	0.96
Desnutrición infantil	1,551	0.75
Organizaciones sociales	1,171	0.56
Programas de transferencia directa	355	0.17
Total	7,450	3.58

** Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la prensa.*

Los programas de asistencia, como el Seguro Integral de Salud (SIS), programas alimentarios y el acceso y calidad del servicio, fueron los ejes principales de la información relacionada a las propuestas de gobierno en cuanto a salud en la prensa nacional.

Salud

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Programas de asistencia	2,594	1.25
Calidad de servicios	960	0.46
Acceso a los servicios	605	0.29
Maltrato/violencia infantil y adolescente	483	0.23
Programas madre-niño	467	0.23
Presupuesto	394	0.19
Enfermedades transmisibles (VIH/SIDA, malaria, dengue, hepatitis B)	329	0.16
Menciones generales	217	0.11
Mortalidad materna	196	0.09
Otros	153	0.07
Total	6,398	3.06

** Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la prensa.*

Derechos humanos fue el tema que menos se abordó entre los cuatro componentes de desarrollo humano (2.19% del total de información relacionada a los planes de gobierno).

Derechos humanos

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Derechos del niño	841	0.41
Derecho a la salud	281	0.14

Plan Nacional DDHH	219	0.11
Derecho al nombre	201	0.10
Menciones generales	4,335	1.08
Otros	726	0.35
Total	4,508	2.19

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la prensa.

1. 3. Los planes de gobierno en la prensa escrita de alcance regional

Se monitorearon 11 diarios de cuatro regiones del país: Arequipa, Cusco, Iquitos y Piura entre el 10 de enero y el 9 de abril. Al igual que los diarios limeños la cobertura regional estuvo orientada a recoger los sucesos e impases de la campaña electoral más que las propuestas de gobierno.

Región	Sucesos de Campaña		Planes de Gobierno		Total
	Dimensión	%	Dimensión	%	Dimensión
Arequipa	194.261	87,50	27.760	12,50	222.021
Cusco	141.501	94,01	9.021	5,99	150.522
Loreto	22.594	88,49	2.939	11,51	25.533
Piura	188.025	92,87	14.439	7,13	202.464

La prensa escrita de la región Arequipa fue quien mayor cobertura dio a las propuestas de campaña (12.50%), mientras que la región que menos espacio dio a estos temas fue Cusco (5.99%). También podemos apreciar que la prensa Loretana fue quien menos cubrió la campaña electoral en comparación a las otras tres regiones (en cm2).

En cuanto a la temática abordado por estos diarios regionales, vemos que *desarrollo sostenible y gestión ambiental* fue la que tuvo una mayor cobertura en las cuatro regiones.

Temas más abordados por la prensa escrita de alcance regional

Temas del Eje Plan de Gobierno	Arequipa	Cusco	Loreto	Piura
	Porcentaje			
Infraestructura	11,92	0,76	0,00	2,83
Descentralización	11,17	4,81	2,79	2,49
Política económica	8,40	6,91	0,00	15,49
Desarrollo sostenible y gestión ambiental	8,40	19,19	9,87	8,93
Desarrollo rural	7,58	7,78	0,00	5,78
Plan de gobierno	6,15	4,46	14,26	14,24
Política exterior	6,04	0,20	0,00	3,95
Democracia y Estado de Derecho	5,92	3,70	10,21	5,56
Empleo	5,22	7,04	0,31	6,12
Educación	4,89	7,11	9,49	12,73
Reforma del Estado	3,91	4,92	0,00	2,29
Comercio exterior	3,71	7,78	1,22	0,25
Lucha anticorrupción	2,53	0,08	6,67	0,75
Pobreza	2,53	4,11	5,72	2,28
Salud	2,10	10,09	33,65	4,27
Justicia	1,38	5,59	0,00	1,73
Derechos humanos	1,44	5,07	5,65	1,08
Violencia y seguridad	0,47	0,18	0,00	3,28
Otros temas	6,24	0,22	0,16	5,95
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

En el caso de **Arequipa** los temas más tratados por la prensa fueron infraestructura, descentralización, política económica y desarrollo sostenible. En **Cusco** desarrollo sostenible y gestión ambiental fue el tema programático con mayor cobertura; salud, en segundo lugar y comercio exterior y desarrollo rural, en tercer y cuarto lugar respectivamente, fueron asimismo temas importantes en el debate de los partidos.

La prensa de la Región **Loreto** dio una especial cobertura al tema salud en la campaña, seguido por un amplio margen por los temas de plan de gobierno y democracia y estado de derecho. En **Piura** los temas con mayor cobertura fueron política económica, en primer lugar; seguido muy de cerca por plan de gobierno y en tercer lugar educación.

1.4 Desarrollo humano en la prensa escrita de alcance regional

Dentro del eje temático planes de gobierno, los componentes de desarrollo humano representaron en el mejor de los casos el 54.51%, en la Región Loreto; la menor cobertura fue en Arequipa con 10.96%.

Cobertura de los temas de desarrollo humano por la prensa escrita de alcance regional

Temas de desarrollo humano	Arequipa	Cusco	Loreto	Piura
	<i>Porcentaje</i>			
Educación	4,89	7,11	9,49	12,73
Derechos humanos	1,44	5,07	5,65	1,08
Pobreza	2,53	4,11	5,72	2,28
Salud	2,10	10,09	33,65	4,27
Total	10,96	26,38	54,51	20,36

Región Arequipa:

Los temas de desarrollo humano fueron escasamente tratados por la prensa regional arequipeña al momento de cubrir la campaña electoral; sólo representaron el 10.96% del total de información relacionada a los planes de gobierno que se publicó. El tema educativo se llevó poco menos de la mitad del espacio otorgado a estos temas (4.89%) en la prensa arequipeña.

Temas específicos abordados por la prensa arequipeña en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Reforma educativa, menciones generales, presupuesto, educación superior, innovación tecnológica y calidad docente.
Salud	Enfermedades transmisibles, acceso a los servicios, presupuesto, menciones generales y mortalidad materna.
Pobreza	Menciones generales, desnutrición infantil y programas de lucha contra la pobreza.
Derechos humanos	Plan Nacional de DD.HH, derechos del niño y menciones generales.

Región Cusco:

Desarrollo humano representó el 26.38% del total de información publicada en la prensa cusqueña en relación a los planes de gobierno. Salud fue el tema más mencionado en este tipo de medio, representando el 10.09% de la información programática publicada. Se abordaron aspectos claves como acceso y calidad de servicios y presupuesto del sector salud.

Temas específicos abordados por la prensa cusqueña en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Acceso e igualdad de oportunidades, menciones generales, reforma educativa y educación primaria.
Salud	Acceso a los servicios, menciones generales, calidad de servicios y presupuesto
Pobreza	Desnutrición infantil, menciones generales y programas de lucha contra la pobreza.
Derechos humanos	Derecho a la salud, menciones generales, Plan Nacional de Derechos Humanos y maltrato y violencia infantil.

Región Loreto:

Los temas de desarrollo humano tuvieron una importante cobertura representando poco más de la mitad (54.51%) de la información total dada a los planes de gobierno de los candidatos en contienda. Salud ocupó el primer lugar en el ranking de temas más abordados por la prensa loreтана, representando el 33.65% del total de información programática publicada.

Mortalidad infantil, enfermedades transmisibles y presupuesto fueron los puntos en los que se centraron las propuestas en salud de los candidatos recogidas por la prensa loreтана.

Temas específicos abordados por la prensa loreтана en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Reforma educativa y menciones generales.
Salud	Mortalidad infantil, enfermedades transmisibles, presupuesto, menciones generales, calidad de servicios y acceso a los servicios.
Pobreza	Menciones generales, programas de lucha contra la pobreza y desnutrición infantil.
Derechos humanos	Derechos del niño y menciones generales.

Región Piura:

Desarrollo humano representó el 20.36% del total de espacio dedicado a la cobertura de las propuestas y planes de gobierno. Educación fue el tercer tema más abordado por la prensa de esta región, representando el 12.73% de la información relacionada a las propuestas de gobierno.

Innovación tecnológica, reforma educativa, acceso y calidad de los servicios en salud, así como programas de lucha contra la pobreza, fueron temas específicos tratados en la campaña electoral.

Temas específicos abordados por la prensa piurana en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Innovación tecnológica, reforma educativa, presupuesto, calidad docente, menciones generales, acceso e igualdad de oportunidades, educación superior y educación inicial.
Salud	Acceso a los servicios, presupuesto, menciones generales, calidad de servicios y programas de asistencia.
Pobreza	Menciones generales, programas de lucha contra la pobreza, desnutrición infantil y programas de transferencia.
Derechos humanos	Derecho al nombre, Plan Nacional de Derechos Humanos, derechos del niño y menciones generales.

1.5 Declaraciones sobre desarrollo humano de los candidatos presidenciales en la prensa escrita de alcance nacional

En cuanto a las apariciones y declaraciones de los 20 candidatos que compitieron en la primera vuelta de las elecciones generales del pasado 9 de abril, la prensa escrita centró su cobertura en tres: Lourdes Flores (Unidad Nacional), Alan García (Partido Aprista Peruano) y Ollanta Humala (Unión por el Perú), quienes juntos se llevaron el 66.38% del espacio total dedicado a todos los candidatos.

Aparición de los candidatos en la prensa a nivel nacional

Candidatos	Dimensión	Distribución en la prensa (porcentaje)	Desarrollo humano (porcentaje*)
Flores Nano, Lourdes	96,474	26.70	4.82
García Pérez, Alan	75,377	20.86	2.29
Humala Tasso, Ollanta	68,029	18.82	2.52
Paniagua Corazao, Valentín	34,035	9.42	7.74
Chávez Cossío, Martha	20,873	5.78	4.30
Diez Canseco, Javier	10,497	2.90	4.77
Salinas López-Torres, Jaime	9,250	2.56	4.66
Villarán de la Puente, Susana	8,832	2.44	3.17
Amprimo Plá, Natale	8,267	2.29	7.22
Moreno Rojas, Alberto	7,626	2.11	2.19
Otros candidatos	22,118	6.12	4.15
Total	361,378	100.00	

* Porcentaje sobre el total de las declaraciones hechas por cada uno de los candidatos en la prensa escrita.

Valentín Paniagua fue el candidato que mayor tiempo dio a los temas de desarrollo humano en sus apariciones en la prensa nacional (7.74%), seguido por Natale Amprimo, candidato que a pesar de contar con poca cobertura en la prensa escrita (sólo el 2.29% del total de espacio dedicado a los candidatos) le dedicó el 7.22% de sus declaraciones al tema desarrollo humano.

1.6 Temas más abordados por los candidatos con mayores apariciones en la prensa escrita de alcance nacional

A través de las apariciones de los candidatos en los medios de comunicación, se manifiesta cuáles son los temas prioritarios para ellos o con qué temas desean que se les asocie en la campaña. Lourdes Flores, la candidata que contó con mayor tribuna en la prensa escrita, centró sus propuestas en temas vinculados a la violencia y la seguridad ciudadana, combatir la pobreza y al género; Alan García, segundo candidato con mayor espacio, se dedicó a los temas de empleo, política económica y género.

Por su parte, Ollanta Humala, inclinó sus propuestas a los temas vinculados a la política exterior, específicamente con Chile y Venezuela. También hizo mayor referencia a los temas de democracia y estado de derecho y política económica.

En general, las declaraciones de los principales candidatos en sus apariciones en la prensa escrita estuvieron orientadas a los siguientes temas:

Temas más abordados por los principales candidatos en la prensa de alcance nacional

Candidatos	Temas	Porcentaje	Candidatos	Temas	Porcentaje
Lourdes Flores Nano	Violencia y seguridad ciudadana	2,55	Alan García Pérez	Empleo	5,33
	Pobreza	2,39		Política económica	3,94
	Género	2,32		Género	3,11
	Infraestructura	2,07		Reforma del Estado	2,62
	Empleo	2,04		Democracia y Estado de Derecho	2,61
Ollanta Humala	Política exterior	4,14	Valentín Paniagua	Desarrollo sostenible	5,43
	Democracia y Estado de Derecho	2,83		Democracia y Estado de Derecho	2,71
	Política económica	2,51		Reforma del Estado	2,57
	Planes de gobierno	1,88		Empleo	2,30
	Desarrollo rural	1,61		Comercio exterior	1,55
Martha Chávez	Política exterior	7,20	Javier Diez Canseco	Política económica	4,37
	Infraestructura	3,87		Justicia	4,33
	Pobreza	2,56		Desarrollo sostenible	4,05
	Planes de gobierno	1,73		Reforma del Estado	2,08
	Violencia y seguridad ciudadana	1,02		Educación	2,03
Jaime Salinas	Democracia y Estado de Derecho	5,84	Susana Villarán	Empleo	8,99
	Pobreza	3,56		Infraestructura	2,13
	Planes de gobierno	2,14		Justicia	7,63
	Lucha anticorrupción	2,08		Violencia	3,02
	Política exterior	1,79		Pobreza	1,22
Natale Amprimo	Democracia y Estado de Derecho	7,96	Alberto Moreno	Empleo	6,08
	Empleo	4,69		Política económica	3,24
	Violencia y seguridad ciudadana	3,21		Jubilación	2,07
	Desarrollo rural	2,60		Educación	1,08
	Descentralización	2,35		Reforma del Estado	0,79

1.7 Los temas de desarrollo humano abordados por los candidatos con mayores apariciones en la prensa escrita

Respecto a los componentes de desarrollo humano más abordados por cada uno de los candidatos, la candidata Flores Nano fue quien más hizo referencia al tema salud (1.59% de sus declaraciones). En cuanto a educación, Diez Canseco y Amprimo Plá dedicaron el 2.03% de sus declaraciones a este tema; Salinas se dedicó más al tema de pobreza (3.56% de sus declaraciones); y a derechos humanos, el tema menos mencionado, Chávez le dio el 0.93% de sus declaraciones.

(En porcentaje*)

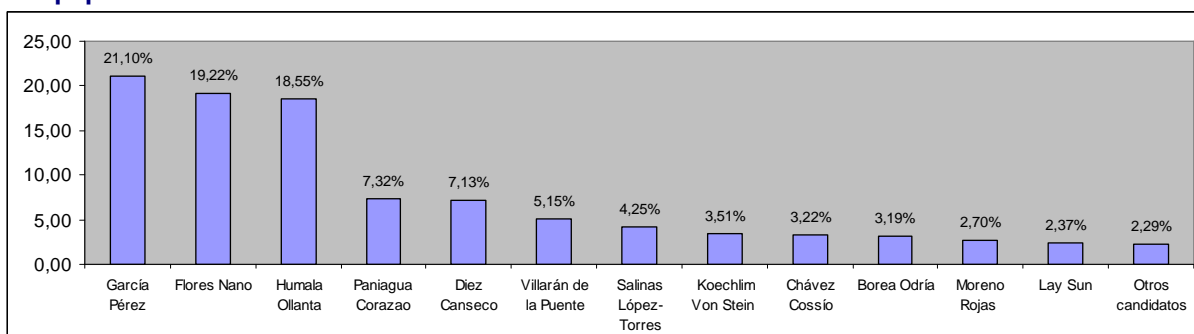
Candidatos	Educación	Salud	Pobreza	DD.HH
Flores Nano, Lourdes	0,77	1,59	2,39	0,07
García Pérez, Alan	1,40	0,09	0,16	0,64
Humala Tasso, Ollanta	0,89	0,56	0,86	0,21
Paniagua Corazao, Valentín	1,52	0,15	0,64	0,01
Chávez Cossío, Martha	0,43	0,38	2,56	0,93
Diez Canseco, Javier	2,03	0,12	0,08	0,55
Salinas López-Torres, Jaime	0,52	0,45	3,56	0,13
Villarán de la Puente, Susana	0,80	1,03	1,22	0,11
Amprimo Plá, Natale	2,03	1,34	0,85	0,55
Moreno Rojas, Alberto	1,08	0,50	0,30	0,31

* Porcentaje sobre el total de declaraciones hechas por cada candidato

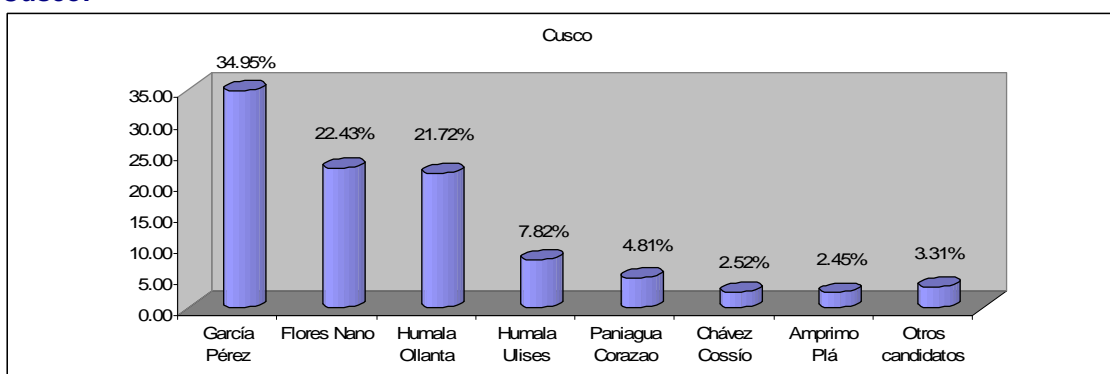
1.8 Presencia de los candidatos presidenciales en la prensa escrita de alcance regional

Al igual que en la prensa limeña, la prensa regional concentró su cobertura en los tres candidatos que iban primeros en las preferencias electorales. En los siguientes gráficos se muestran los candidatos con mayores apariciones tanto en Arequipa, Cusco, Loreto y Piura.

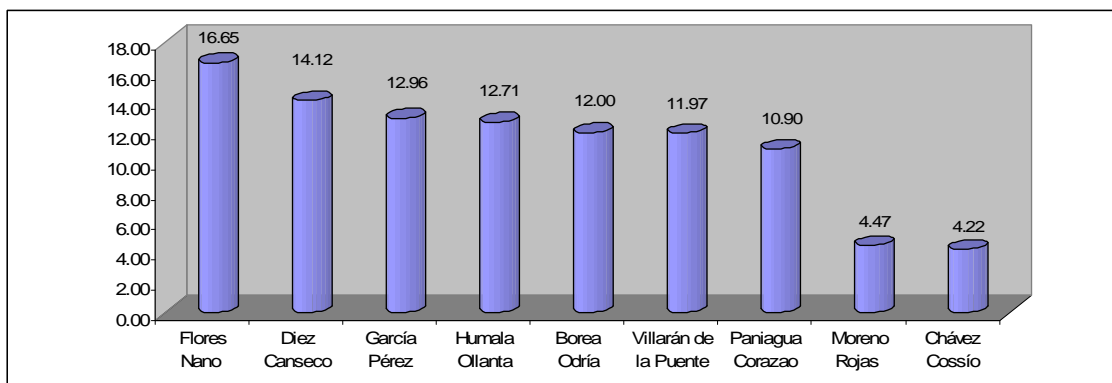
Arequipa:



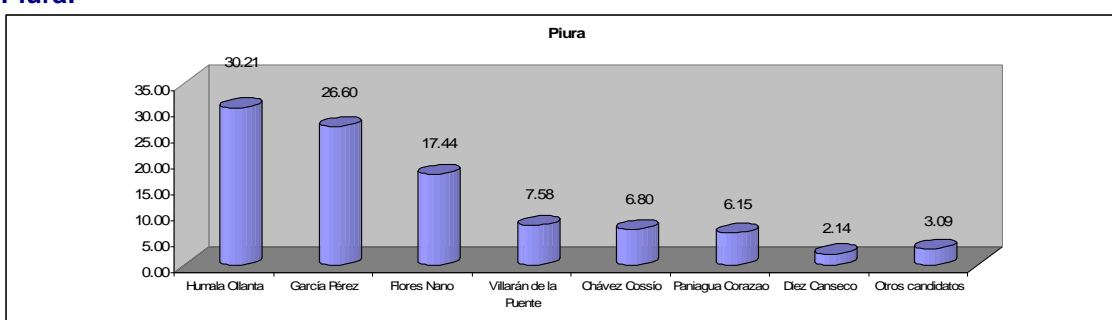
Cusco:



Loreto:



Piura:



1.9 Tendencia de la cobertura sobre desarrollo humano en la prensa escrita de alcance nacional y regional

El monitoreo de medios a la prensa escrita que se llevó a cabo durante la campaña electoral, se inició el 10 de enero y concluyó el 9 de abril del 2006, fecha en que se llevó a cabo la primera vuelta de las elecciones generales.

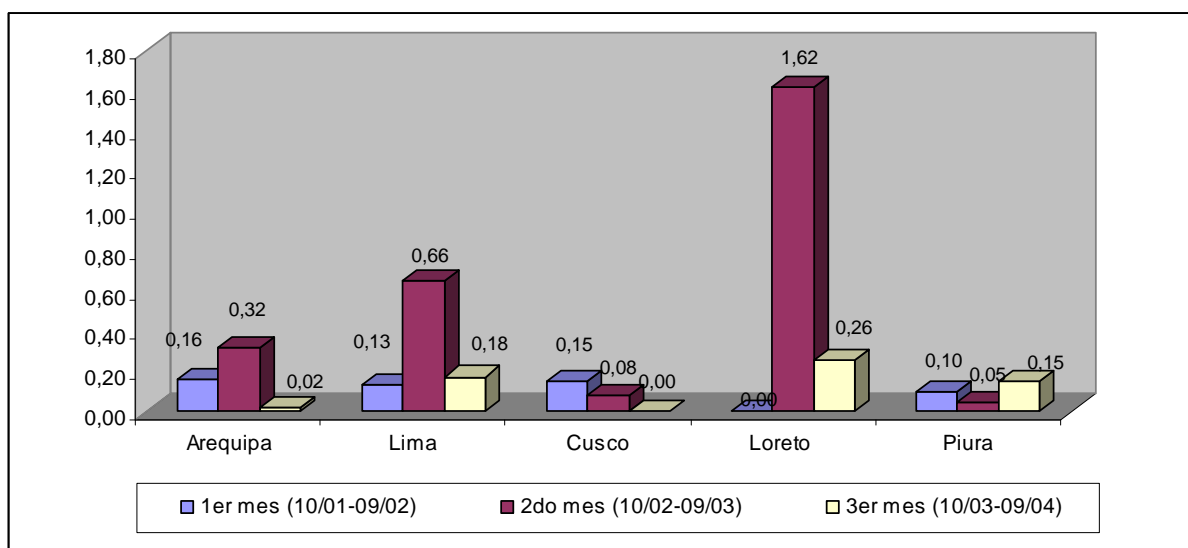
En los cuadros a continuación se aprecia la tendencia de la cobertura que tuvo la prensa de alcance nacional y regional en relación a los temas referidos a desarrollo humano. Los porcentajes obtenidos por cada uno de estos temas fueron establecidos frente al total de información sobre la campaña electoral (planes de gobierno + sucesos de campaña) publicada por la prensa en cada región en el periodo correspondiente.

Derechos humanos:

Derechos humanos fue el tema que menos cobertura tuvo en la prensa de alcance nacional, con sólo el 0.28% en promedio del total de información difundida por este tipo de medio. En las regiones, Loreto fue quién más espacio dedicó a este tema en la cobertura de la campaña, sobre todo en el segundo mes de campaña (1.62%)³, seguido por Arequipa, Piura y finalmente Cusco.

³ En este mes, Transparencia y UNICEF presentaron en la ciudad de Iquitos el 2do informe de monitoreo de medios en el tema desarrollo humano, el cual tuvo una buena acogida en los medios loretanos, hecho que explica el crecimiento de la cobertura.

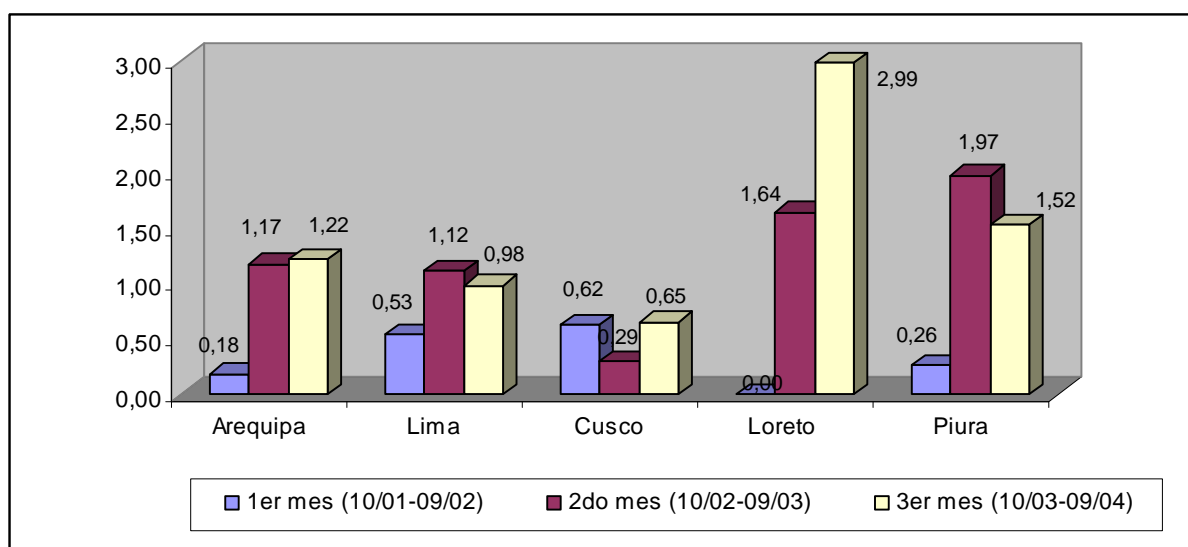
Tendencia de la cobertura del tema de derechos humanos en la prensa escrita



Educación:

El tema de educación contó con una relativa buena cobertura por parte de la prensa escrita de alcance nacional (Lima), en promedio representó el 0.70% de la información relacionada a la campaña publicada por este tipo de medio. En la prensa regional la tendencia fue creciente, el tema contó con poca o inexistente cobertura durante el primer mes de campaña y creció hasta representar el 2.99% de la información publicada en relación a la campaña, en el caso de Loreto; el 1.52% en el caso de Piura y el 1.22% en Arequipa. Cusco fue la región que menos cobertura dio a este tema, en promedio representó el 0.52% de la información publicada.

Tendencia de la cobertura del tema de educación en la prensa escrita

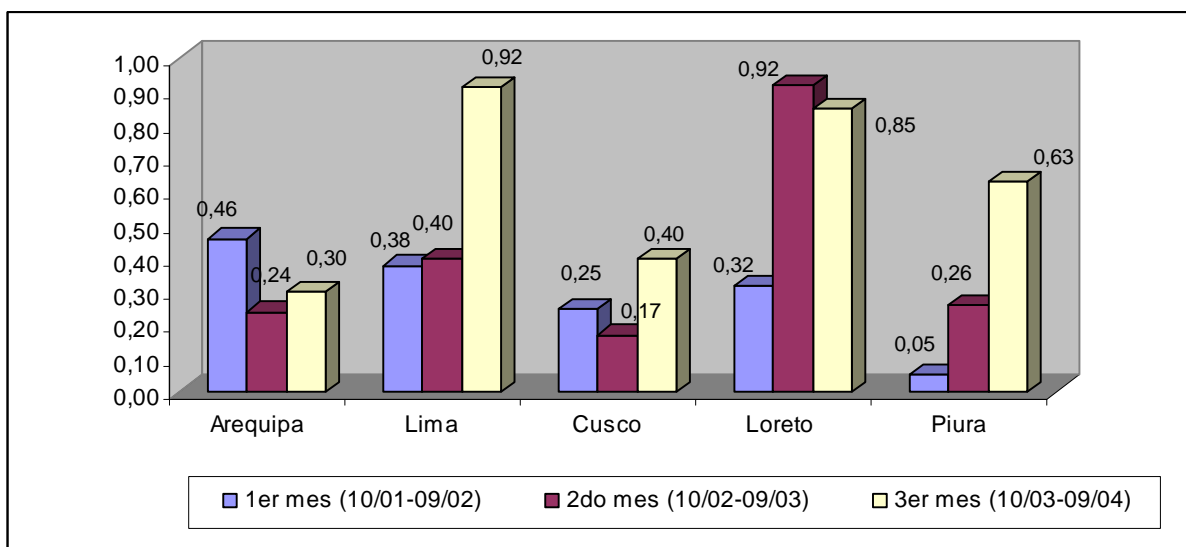


Pobreza:

El tema pobreza fue el segundo con menor cobertura, tanto en la prensa de alcance nacional como regional, después de derechos humanos. En ninguna de las regiones la cobertura de este tema pasó del 1% de la información publicada en relación a la campaña electoral. En la prensa de alcance nacional se dio un considerable aumento en el último mes (de 0.40% a 0.92%). En Piura la cobertura

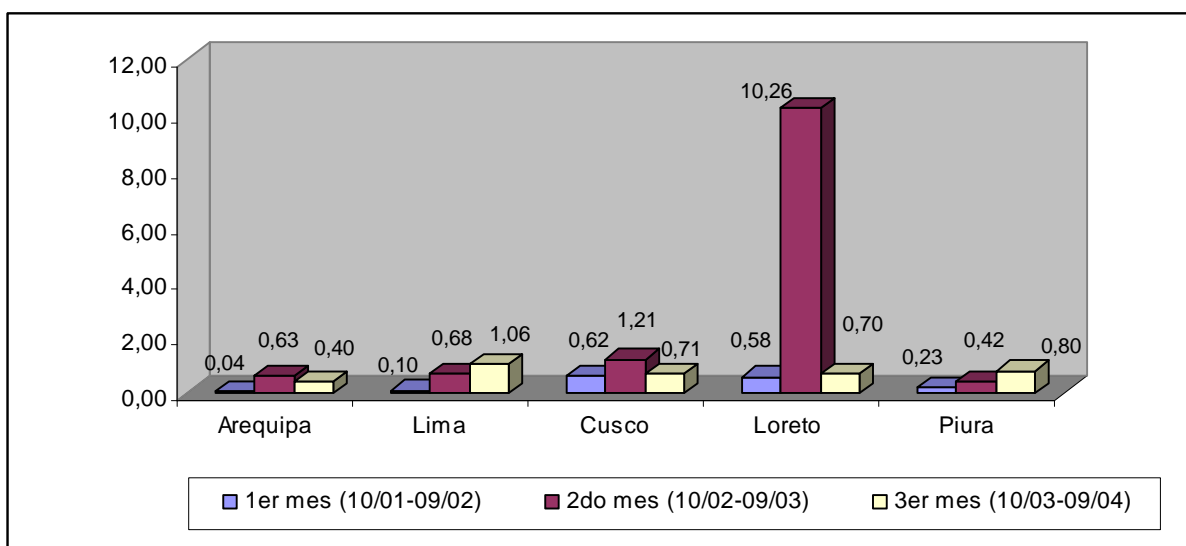
también fue creciente, inició la campaña con 0.06% y terminó con el 0.63% del total de información. Loreto fue la región que en promedio dio más espacio a este tema (0.70%).

Tendencia de la cobertura del tema de pobreza en la prensa escrita



Salud:

Salud contó con una mediana cobertura en la prensa nacional, conforme avanzaba la campaña electoral la cobertura de información fue aumentando. En el primer mes sólo representó el 0.10% del total de información relacionada a la campaña y terminó con poco más del 1%, en el último mes. En el caso de Piura la tendencia fue similar, mientras que en Cusco la información se mantuvo en promedio en 0.85%. En Loreto este tema llegó a representar el 10.26% de la información publicada en el segundo mes de campaña⁴.



⁴ En este mes Transparencia y UNICEF presentaron en Iquitos el segundo informe de monitoreo de medios en el tema desarrollo humano, el cual tuvo una buena acogida en los medios loretanos, hecho que explica el crecimiento de la cobertura.

2. TELEVISIÓN

2.1. Los planes de gobierno en la televisión de alcance nacional

Se monitorearon 32 programas televisivos de seis canales de señal abierta de Lima, entre el 10 de febrero y el 9 de abril del 2006. Del total de información relacionada a la campaña electoral difundida, cerca del 24% estuvo referida a los planes de gobierno y/o a promesas electorales.

Ejes temáticos	Dimensión (en seg)	Porcentaje
Sucesos de Campaña	247,120	76.01
Planes de Gobierno	78,002	23.99
Total	325,122	100.00

Dentro del eje temático planes de gobierno, la orientación informativa de estos programas televisivos fue hacia los temas educación (14.52%), empleo (13.84%) y política económica (9.69%).

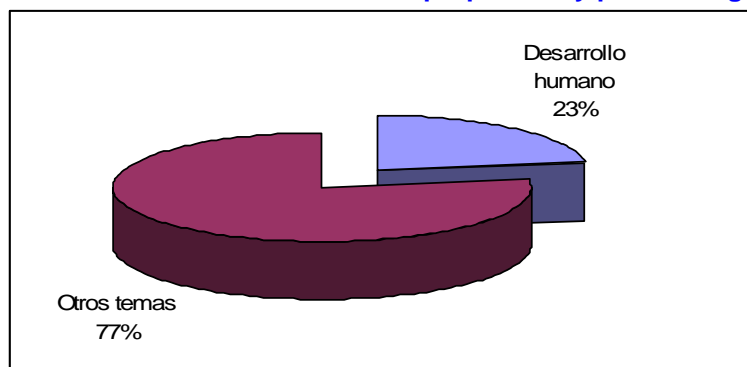
Temas	Dimensión	Porcentaje
Educación	11.329	14,52
Empleo	10.799	13,84
Política económica	7.556	9,69
Democracia y Estado de Derecho	6.557	8,40
Desarrollo sostenible y gestión ambiental	5.780	7,41
Plan de Gobierno	4.350	5,58
Desarrollo rural	3.474	4,45
Reforma del Estado	3.367	4,32
Comercio Exterior	3.345	4,29
Pobreza	3.101	3,98
Otros temas	18.344	23,52
Total	78.002	100,00

Dentro de rubro "otros" destacan temas como género (3.49%), descentralización (3.32%) e infraestructura (3.13%).

2.2. Desarrollo humano en la televisión de alcance nacional

Los temas de desarrollo humano, educación, salud, pobreza y derechos humanos, representaron el 22.68% del total de información cubierta por los programas televisivos en relación a las propuestas y/o planes de gobierno de los partidos.

Total de información relacionada a las propuestas y planes de gobierno



a. Distribución de temas dentro del rubro desarrollo humano

Los temas de desarrollo humano fueron cubiertos por la televisión en mayor medida que por la prensa escrita. Educación fue el tema al que más tiempo (14.52%) dedicó la televisión nacional cuando se habló de las propuestas y los planes de gobierno de los partidos.

Cobertura de los temas de desarrollo humano en la televisión a nivel nacional

Temas de desarrollo humano	Dimensión (en seg)	Porcentaje*
Educación	11,329	14.52
Pobreza	3,101	3.98
Salud	1,712	2.20
Derechos humanos	1,547	1.98
Total	17,689	22.67

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la televisión de alcance nacional.

A continuación se muestran los cuadros con los aspectos específicos abordados en cada uno de los cuatro temas de desarrollo humano. Las menciones generales ocupan el primer lugar en los temas de educación y pobreza y el segundo lugar en los temas de salud y derechos humanos. Siendo otros aspectos más tratados, la reforma educativa, los programas de lucha contra la pobreza, el acceso a los servicios de salud y el Plan de Derechos Humanos.

Educación

Sub temas	Dimensión (seg)	Porcentaje*
Menciones generales	3.862	4,95
Reforma educativa	3.173	4,07
Presupuesto	1.041	1,33
Calidad docente	865	1,11
Acceso e igualdad de oportunidades	782	1,00
Educación superior	694	0,89
Interculturalidad	407	0,52
Innovación tecnológica	403	0,52
Educación primaria	102	0,13
Total	11.329	14,52

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la televisión de alcance nacional.

Pobreza

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Menciones generales	1.585	2,03
Programas de lucha contra la pobreza	752	0,97
Desnutrición infantil	463	0,60
Organizaciones sociales	151	0,19
Programas de transferencia directa	150	0,19
Total	3.101	3,96

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la televisión de alcance nacional.

Salud

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Acceso a los servicios	763	0,98
Menciones generales	350	0,45
Calidad de servicios	178	0,23
Programas de asistencia	168	0,22
Programas madre-niño	109	0,14
Otros	144	0,18
Total	1.712	2,20

** Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la televisión de alcance nacional.*

Derechos humanos

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Menciones generales	722	0,92
Plan Nacional DDHH	453	0,58
Derechos del niño	372	0,48
Total	1.547	1,98

** Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la televisión de alcance nacional.*

2. 3. Los planes de gobierno en la televisión de alcance regional

Se monitorearon diez programas de televisión de cuatro regiones del país: Arequipa, Cusco, Loreto y Piura, entre el 10 de febrero y el 9 de abril. La televisión de alcance regional estuvo más orientada a recoger los sucesos e impases de la campaña electoral, en promedio se dedicó a estos temas el 71% de la información relacionada a la campaña electoral.

Región	Sucesos de Campaña		Planes de Gobierno		Total
	Dimensión	%	Dimensión	%	Dimensión
Arequipa	18,927	76.77	5,728	23.23	24,655
Cusco	18,899	74.44	6,488	25.56	25,387
Loreto	14,043	70.61	5,844	29.39	19,887
Piura	9,447	63.35	5,465	36.65	14,912

La televisión piurana dedicó una mayor cobertura a las propuestas programáticas (36.65%) en la campaña electoral, mientras que la región que menos espacio dio a estos temas fue Arequipa (23.23%). A continuación se presentan los temas más abordados por los programas televisivos regionales monitoreados durante la campaña electoral.

Temas más abordados por la televisión de alcance regional

Temas	Arequipa	Cusco	Loreto	Piura
	<i>Porcentaje</i>			
Democracia y Estado de Derecho	13.04	0.31	1.98	0.18
Pobreza	9.38	7.51	7.02	12.41
Educación	8.22	13.93	17.56	14.73
Empleo	7.21	1.59	1.37	2.42
Política económica	7.18	6.35	12.46	0.27

Desarrollo sostenible y gestión ambiental	6.13	21.22	8.20	0.09
Salud	5.92	1.56	3.35	10.03
Descentralización	5.88	11.04	4.79	44.98
Reforma del Estado	5.69	0.60	1.69	1.85
Desarrollo rural	5.17	4.98	13.77	1.65
Género	3.91	11.91	0.74	2.84
Infraestructura	2.11	7.91	6.52	1.45
Comercio exterior	2.09	4.62	0.00	0.55
Derechos humanos	4.33	3.68	0.00	1.43
Participación ciudadana	0.70	0.00	11.43	0.00
Deuda externa	0.00	0.00	5.73	0.00
Jubilación	2.04	0.00	0.00	3.79
Otros temas	11.00	2.79	3.39	1.33
Total	100.00	100.00	100.00	100.00

En **Arequipa**, democracia y estado de derecho fue el tema más mencionado (13,04%) dentro del eje planes de gobierno, seguido por pobreza (9.38%) y educación (8.22%). En **Cusco**, desarrollo sostenible fue el tema más importante para los candidatos y medios televisivos, representando el 21.22% de la información relacionada a los planes de gobierno; seguido por educación con 13.93% y en tercer lugar el tema género con 11.91%.

Dentro del espacio dedicado a los planes de gobierno en la Región **Loreto**, educación ocupa el primer lugar con 17.56%, seguido por desarrollo rural y política económica con 13.77% y 12.46% respectivamente. La televisión de **Piura** dio una especial cobertura al tema descentralización, que se llevó cerca del 45% de la cobertura total que se dio al eje planes de gobierno en esta región. Seguido por educación, pobreza y salud, los cuales representaron entre el 15% y el 10% de la cobertura informativa.

2.4 Desarrollo humano en la televisión de alcance regional

Dentro del eje temático planes de gobiernos los componentes de desarrollo humano representaron en el mejor de los casos el 38.60% de la información difundida en los programas y noticieros televisivos.

Cobertura de los temas de desarrollo humano en la televisión de alcance regional

Temas de desarrollo humano	Arequipa	Cusco	Loreto	Piura
	Porcentaje			
Educación	8.22	13.93	17.56	14.73
Derechos humanos	4.33	3.68	0.00	1.43
Pobreza	9.38	7.51	7.02	12.41
Salud	5.92	1.56	3.35	10.03
Total	27.85	26.68	27.93	38.60

Educación fue el tema con mayor cobertura en tres de las cuatro regiones, por el contrario derechos humanos fue el tema con menor cobertura.

Arequipa:

Pobreza, educación y salud se encuentran entre los diez temas más tratados en la televisión arequipeña. Estos tres temas junto a derechos humanos representaron el 27.85% del total de información difundida por la televisión cuando se habló de las propuestas de gobierno de los partidos. Los aspectos específicos abordados en los cuatro temas de desarrollo humano fueron:

Temas	Sub temas
Educación	Presupuesto, reforma educativa, menciones generales, educación superior y acceso e igualdad de oportunidades.
Salud	Programas de asistencia, menciones generales, calidad de servicios y mortalidad materna.
Pobreza	Programas de lucha contra la pobreza y menciones generales.
Derechos humanos	Plan Nacional de DDHH, derecho a la vida y menciones generales.

Cusco:

Los temas de desarrollo humano representaron el 26.68%. Educación fue el segundo tema más abordado en esta región, con el 13.93% de la información programática difundida. Por el contrario, salud (1.56%) fue uno de los temas menos tratados por los programas televisivos de la región. Los aspectos específicos abordados en los cuatro temas de desarrollo humano fueron:

Temas	Sub temas
Educación	Calidad docente, reforma educativa, menciones generales, educación superior, acceso e igualdad de oportunidades, presupuesto e innovación tecnológica.
Salud	Calidad de servicios, presupuesto, programa madre-niño, programas de asistencia y menciones generales.
Pobreza	Programas de lucha contra la pobreza, menciones generales, presupuesto, programas de transferencia y desnutrición infantil.
Derechos humanos	Derecho al nombre, derechos del niño y menciones generales.

Loreto:

Los temas de desarrollo humano ocuparon el 27.93% del tiempo dedicado a los planes de gobierno. El tema más importante en la agenda informativa televisiva fue el educativo (17.56%), específicamente se abordaron aspectos relacionados con la reforma educativa, interculturalidad y presupuesto. Por el contrario la cobertura del tema derechos humanos, fue prácticamente nula.

Temas	Sub temas
Educación	Menciones generales, reforma educativa, interculturalidad, presupuesto, acceso e igualdad de oportunidades, calidad docente e innovación tecnológica.
Salud	Menciones generales, programas de asistencia, programa madre -niño y calidad de servicios.
Pobreza	Programas de lucha contra la pobreza y menciones generales.

Derechos humanos	No se trató significativamente este tema
------------------	--

Piura:

Fue la región que más importancia dio al tema de salud (10.03%) en sus noticieros y programas televisivos. El debate giró en torno a los temas presupuesto en salud y los programas de asistencia. Educación fue también un tema importante en esta región (14.73%), ocupando el segundo lugar como tema más mencionado en los programas televisivos. Los temas de desarrollo humano representaron el 38.60% de la información programática difundida por los programas televisivos piuranos.

Temas	Sub temas
Educación	Acceso e igualdad de oportunidades, educación superior, reforma educativa, calidad docente, menciones generales y presupuesto.
Salud	Presupuesto, menciones generales, programas de asistencia, calidad de servicios, acceso a los servicios y programa madre-niño.
Pobreza	Menciones generales, programas de lucha contra la pobreza y desnutrición infantil.
Derechos humanos	Menciones generales.

2.5 Declaraciones sobre desarrollo humano de los candidatos presidenciales en la televisión de alcance nacional

Los noticieros y programas periodísticos de los seis canales de señal abierta dieron especial preferencia, a la hora de cubrir la campaña electoral, a los tres candidatos con mayores opciones de triunfo. El 60.59% del total de espacio que la televisión dedicó a algún candidato en contienda, fue dedicado a Alan García, Lourdes Flores y Ollanta Humala.

Aparición de los candidatos en la televisión a nivel nacional

Candidatos	Dimensión (en seg)	Distribución en la televisión (porcentaje)	Desarrollo humano (porcentaje*)
García Pérez, Alan	25,398	24.2	2.89
Flores Nano, Lourdes	19,924	18.99	10.11
Humala Tasso, Ollanta	18,258	17.4	3.81
Chávez Cossío, Martha	5,778	5.51	2.27
Lay Sun, Humberto	5,167	4.92	8.83
Paniagua Corazao, Valentín	5,070	4.83	14.62
Amprimo Plá, Natale	4,570	4.35	29.80
Espinoza Ayaipoma, Javier	3,859	3.68	9.67
Villarán de la Puente, Susana	3,035	2.89	7.28
Guerrero Figueroa, Luis	2,320	2.21	15.52
Borea Odría, Alberto	2,097	2.00	43.25
Otros candidatos	9,467	9.02	14.87
Total	104,943	100.00	

* Porcentaje sobre el total de las declaraciones hechas por cada uno de los candidatos en la televisión de alcance nacional.

Los candidatos que dedicaron más tiempo a alguno de los componentes del desarrollo humano fueron aquellos que tuvieron una menor presencia en la televisión. Alberto Borea dedicó el 43.45% de sus declaraciones a éste tema, seguido por Natale Amprimo con 29.80%, y por Luis Guerrero con 15.52%.

2.6 Temas más abordados por los candidatos con mayores apariciones en la televisión de alcance nacional

Alan García, el candidato con mayores apariciones en la televisión nacional, centró su mensaje televisivo en abordar temas vinculados a la política económica, empleo y desarrollo rural, sobre todo este último con su proyecto “Sierra Exportadora”. Lourdes Flores se centró en los temas empleo, pobreza y política económica, dejando de lado la seguridad ciudadana que fue el tema más abordado por ella en la prensa escrita.

Por su parte, Ollanta Humala prefirió seguir con los temas de política económica y política exterior. Al igual que en la prensa escrita, se centró en la política exterior con Chile y Venezuela. Asimismo incorporó como prioritario en su discurso televisivo el tema educación.

En el cuadro a continuación podemos apreciar cuáles fueron los cinco temas más desarrollados por los candidatos que contaron con una mayor cobertura televisiva.

Candidatos	Temas	Porcentaje	Candidatos	Temas	Porcentaje
Alan García Pérez	Política económica	7,60	Lourdes Flores	Empleo	7,76
	Empleo	6,28		Pobreza	4,19
	Desarrollo rural	2,29		Política económica	3,70
	Justicia	1,81		Educación	2,53
	Comercio exterior	1,55		Desarrollo rural	2,21
Ollanta Humala	Política económica	5,61	Martha Chávez	Género	9,50
	Educación	2,36		Desarrollo rural	5,37
	Política exterior	2,29		Planes de gobierno	4,38
	Desarrollo sostenible	1,86		Democracia y Estado de Derecho	2,77
	Democracia y Estado de Derecho	1,62		Lucha anticorrupción	2,34
Humberto Lay	Lucha anticorrupción	10,18	Valentín Paniagua	Desarrollo sostenible	21,26
	Desarrollo sostenible y gestión ambiental	5,38		Educación	11,14
	Pobreza	3,14		Empleo	7,00
	Empleo	2,40		Pobreza	2,11
	Desarrollo rural	2,40		Reforma del Estado	2,09
Natale Amprimo	Pobreza	14,62	Javier Espinoza	Empleo	34,34
	Educación	14,2		Justicia	18,74
	Empleo	11,95		Lucha anticorrupción	10,96
	Descentralización	9,37		Educación	8,19
	Política económica	2,12		Descentralización	4,66
Susana Villarán	Descentralización	10,68	Luis Guerrero	Deuda externa	20,26
	Empleo	3,36		Empleo	20,04
	Pobreza	2,64		Descentralización	11,59
	Género	2,04		Reforma del Estado	10,52
	Infraestructura	1,71		Infraestructura	6,90

2.7 Temas de desarrollo humano abordados por los candidatos con mayores apariciones en televisión

Educación y pobreza fueron los componentes de desarrollo humano más abordados por los candidatos en sus apariciones en televisión (Pobreza fue el segundo tema más mencionado por Lourdes Flores, y Educación por Ollanta Humala).

Alberto Borea fue el candidato que más tiempo dedicó a los temas de educación y salud en su discurso televisivo (26.08% y 6.25% respectivamente). Por su parte el candidato Natale Amprimo dio más espacio al tema pobreza (14.62%). Derechos humanos fue el tema menos tratado por los candidatos presidenciales, siendo Humberto Lay quien más tiempo dedicó a este tema (1.16%) en sus declaraciones en televisión.

Candidatos que más hablaron sobre desarrollo humano en la televisión a nivel nacional (En porcentaje*)

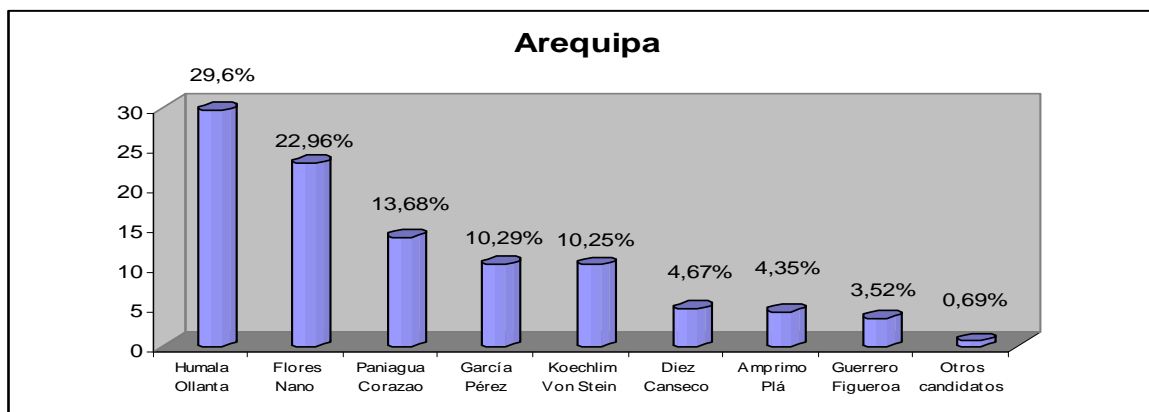
Candidatos	Educación	Salud	Pobreza	DD.HH
García Pérez, Alan	0,91	0,51	1,04	0,43
Flores Nano, Lourdes	2,53	1,84	4,19	1,55
Humala Tasso, Ollanta	2,36	0,60	0,85	0,00
Chávez Cossío, Martha	0,73	0,54	1,00	0,00
Lay Sun, Humberto	2,34	2,19	3,14	1,16
Paniagua Corazao, Valentín	11,14	1,36	2,11	0,00
Amprimo Plá, Natale	14,20	0,98	14,62	0,00
Espinoza Ayaipoma, Javier	8,19	0,47	1,01	0,00
Villarán de la Puente, Susana	0,82	3,23	2,64	0,59
Guerrero Figueroa, Luis	3,62	5,65	6,25	0,00
Borea Odría, Alberto	26,08	6,25	10,06	0,86

* Porcentaje sobre el total de declaraciones hechas por cada candidato

2.8. Presencia de los candidatos presidenciales en la televisión de alcance regional

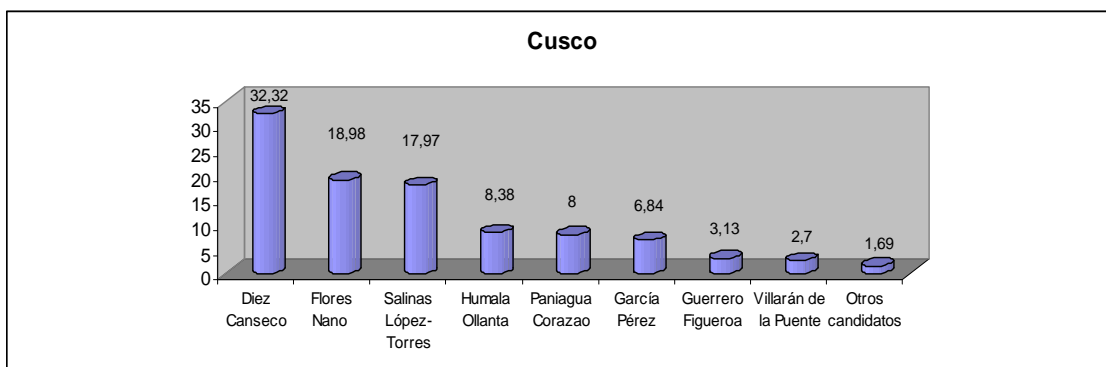
Las apariciones de los candidatos en la televisión regional no siguió la misma tendencia de la de alcance nacional. Los tres candidatos con mayores preferencias ocuparon un importante lugar en la cobertura periodística, pero no necesariamente estuvieron en los primeros puestos.

En el caso de **Arequipa**, los candidatos con mayores apariciones en los programas fueron los cuatro que salieron primeros en los resultados de las elecciones en esta región: Humala, Flores, Paniagua y García.

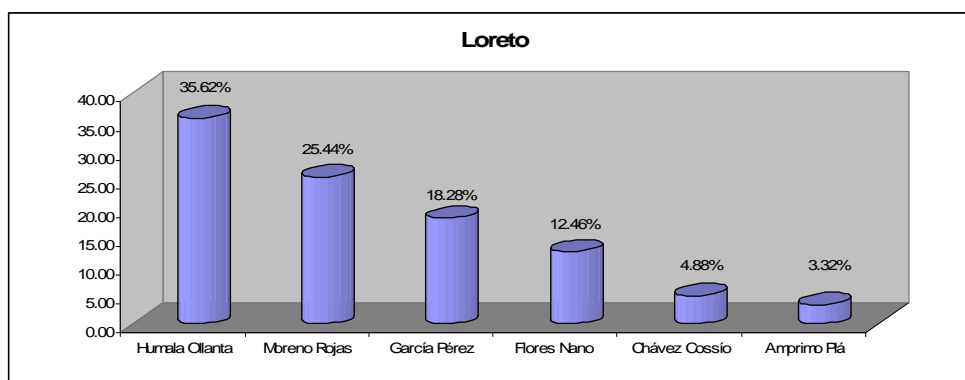


En **Cusco**, los candidatos que se llevaron los primeros puestos en las elecciones generales fueron Ollanta Humala, Alan García y Lourdes Flores, pero en cuanto a la cobertura que tuvieron cada uno de ellos en televisión, ocuparon el cuarto, sexto y segundo puesto respectivamente. Los candidatos

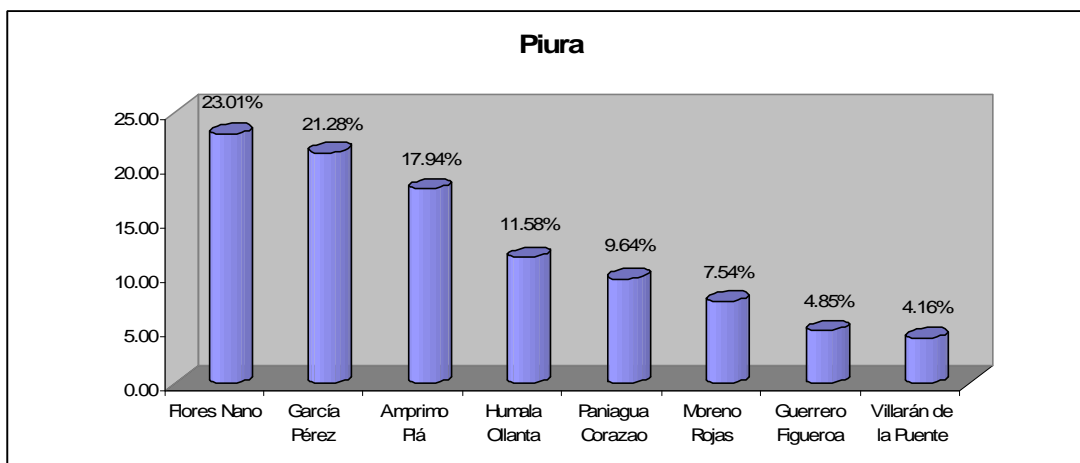
con mayores apariciones en la televisión cusqueña fueron Diez Canseco, Flores Nano y Salinas López-Torres.



Ollanta Humala, Alberto Moreno y Alan García fueron los candidatos con mayores apariciones en las pantallas loretanas. La candidata Flores Nano ocupó el cuarto lugar en esta región. Cabe destacar que Loreto fue la región que contó con menos apariciones de los candidatos presidenciales en televisión; el candidato Moreno, en gira proselitista por esta zona del país tuvo espacio en varios de los medios televisivos regionales, lo cual explica que se encuentre en el segundo lugar de la cobertura periodística.



Lourdes Flores, seguida muy de cerca por Alan García fueron los candidatos con mayores apariciones en la televisión piurana. El candidato Natale Amprimo, contó también con una importante cobertura en esta región, aunque no le fue tan bien en los resultados (contó sólo con el 0.49% de los votos emitidos). Ollanta Humala ocupó el cuarto lugar en la cobertura periodística televisiva a pesar de haber ocupado el segundo lugar en los resultados de las elecciones generales en Piura.

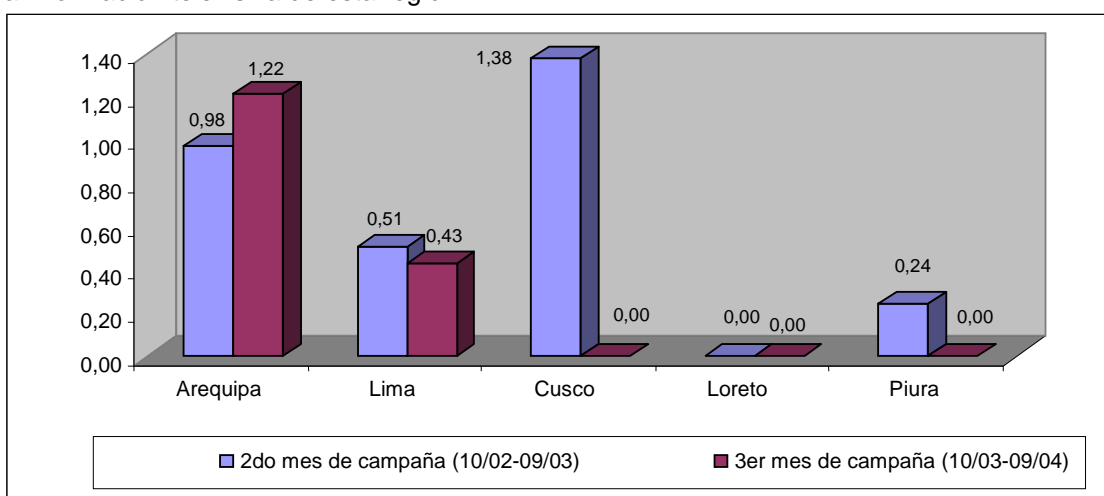


2.9 Tendencia de la cobertura sobre desarrollo humano en la televisión de alcance nacional y regional

El monitoreo de medios de la primera vuelta, para el caso de televisión, se inició el 10 de febrero y concluyó el 9 de abril del 2006. En los cuadros a continuación se aprecia la tendencia de la cobertura que tuvo la televisión de alcance nacional y regional en relación a los temas referidos al desarrollo humano. Los porcentajes obtenidos por cada uno de estos temas fueron establecidos frente al total de información sobre la campaña electoral (planes de gobierno + sucesos de campaña) difundida por la televisión en cada región en el periodo correspondiente.

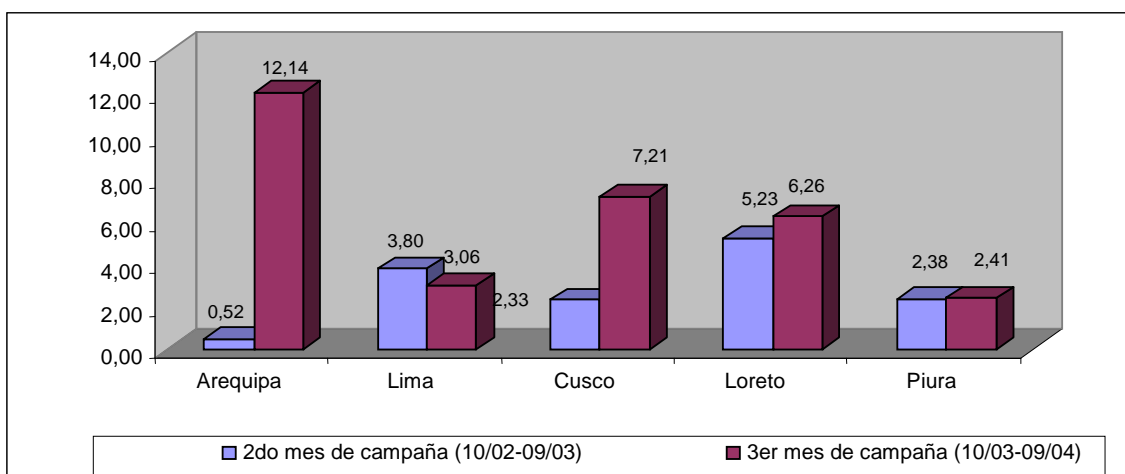
Derechos humanos:

Derechos humanos fue el tema, al igual que en la prensa escrita, que contó con la menor cobertura entre los componentes de desarrollo humano en la televisión nacional y regional. En Lima representó en promedio el 0.47% de la información difundida por la televisión en relación a la campaña. Arequipa fue la región que más espacio dio al tema, con una cobertura promedio de 1.1%. En Cusco se brindó una importante cobertura al tema en el segundo mes de campaña, llegando a representar el 1.38% de la información televisiva de esta región.



Educación:

Educación fue el tema que contó con la mayor cobertura, tanto en Lima como en Loreto, entre los temas programáticos difundidos por la televisión de estas regiones.



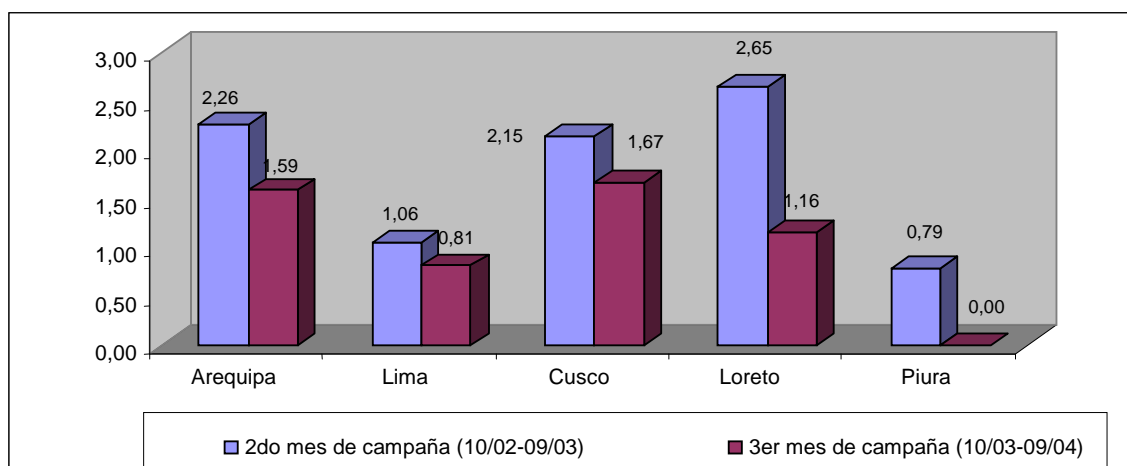
En la televisión regional, en todos los casos la tendencia fue creciente. El caso más notable, fue el de la región Arequipa, donde vemos que la información relacionada al tema educativo representó, en el

segundo mes de campaña sólo el 0.52% del total de información y terminó representando el 12.14% en el último mes de campaña.

Pobreza:

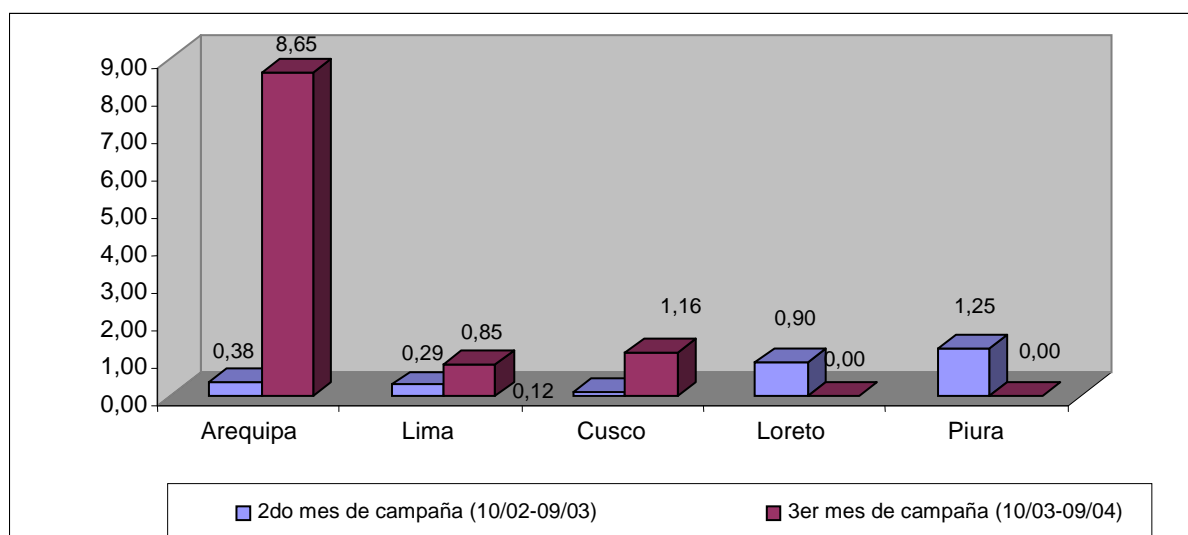
En la televisión de alcance nacional la tendencia del tema pobreza fue uniforme, en promedio significó el 0.94% de la información relacionada a la campaña. La pobreza ocupó el décimo lugar entre los temas más tratados en la televisión limeña.

En el caso de la televisión regional, el tema también contó con una buena cobertura, aunque en el segundo mes de monitoreo perdió algunas décimas de puntos. Sólo en la Región Piura el tema no fue tocado en el último mes de campaña. Pobreza fue el segundo tema más abordado por los medios televisivos en general, entre los componentes de desarrollo humano.



Salud:

Salud fue el tema que mejor se posicionó durante la campaña, aunque no contó con una cobertura significativa en comparación a educación o pobreza. A dos meses de la votación sólo ocupaba el 0.29% de la cobertura informativa de la televisión a nivel nacional y terminó llevándose el 0.85%.



En el caso de Arequipa, al igual que en el tema de educación, se dio un importante aumento en la cobertura del tema de salud, llegando a representar en el último mes de campaña el 8.65% de la información relacionada a la campaña electoral. Por el contrario, tanto en Loreto como en Piura, en el segundo mes de campaña representaba alrededor del 1% de la cobertura televisiva y en el último mes de campaña fue nula.

3. RADIO

3.1. Los planes de gobierno en la radio de alcance nacional

Se monitorearon 27 programas periodísticos de tres radioemisoras de alcance nacional, entre el 10 de febrero y el 9 de abril del 2006. La radio fue el medio que mayor cobertura dio a los temas programáticos de la campaña electoral; cerca del 30% de la cobertura fue destinado a los planes y/o propuestas de gobierno de los candidatos en contienda.

Ejes temáticos	Dimensión	Porcentaje
Sucesos de Campaña	164352	70,34
Planes de Gobierno	69297	29,66
Total	233649	100,00

Educación fue el tema más abordado por los programas radiales con 14.04%, seguido por infraestructura (10.56%) y empleo (7.02%). La distribución de temas dentro del eje temático de planes de gobierno es la siguiente:

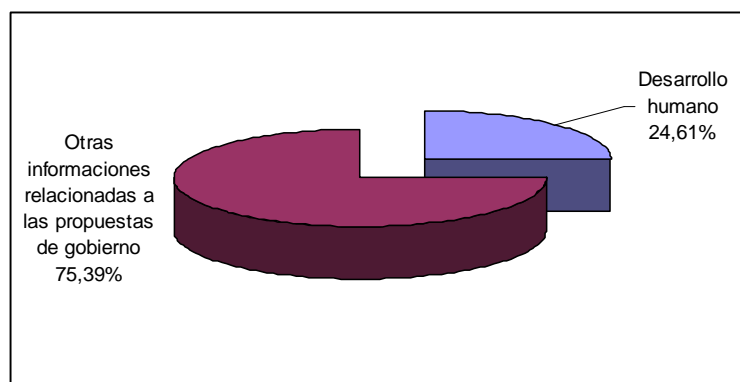
Temas	Dimensión	Porcentaje
Educación	9729	14,04
Infraestructura	7321	10,57
Empleo	4865	7,02
Pobreza	4402	6,35
Género	4224	6,10
Política económica	3665	5,29
Democracia y Estado de Derecho	3588	5,18
Reforma del Estado	3482	5,02
Desarrollo rural	3044	4,39
Política exterior	2723	3,93
Otros temas	22.254	32,11
Total	69.297	99,99

Dentro del rubro "otros" destacan los temas: Desarrollo sostenible y gestión ambiental (3.81%), justicia (3.52%) y violencia y seguridad ciudadana (3.48%).

3. 2. Desarrollo humano en la radio de alcance nacional

Los temas de desarrollo humano representaron el 24.61% del total de información sobre planes y propuestas de gobierno difundida por la radio. Educación fue el tema más abordado, mientras que derechos humanos ocupó el cuarto lugar con 0.89% de la cobertura.

Total de información relacionada a las propuestas y planes de gobierno



a. Distribución de temas dentro del rubro desarrollo humano

Reforma educativa, calidad docente y presupuesto fueron los temas específicos en torno a los cuales giró la cobertura de la campaña en el tema de educación. Los programas de lucha contra la pobreza, como el Programa Juntos, también fueron de interés para la radio.

Porcentaje de los temas de desarrollo humano en la radio a nivel nacional

Temas de desarrollo humano	Dimensión	Porcentaje*
Educación	9729	14,04
Pobreza	4402	6,35
Salud	2309	3,33
Derechos humanos	614	0,89
Total	17054	24,61

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la radio.

Educación

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Reforma educativa	3158	4,56
Calidad docente	1591	2,30
Menciones generales	1574	2,27
Presupuesto	1056	1,52
Acceso e igualdad de oportunidades	996	1,44
Interculturalidad	878	1,27
Innovación tecnológica	140	0,20
Educación superior	127	0,18
Educación primaria	106	0,15
Educación inicial	103	0,15
Total	9729	14,04

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la radio.

Pobreza

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Programas de lucha contra la pobreza	3106	4,48
Menciones generales	775	1,12
Desnutrición infantil	493	0,71
Programas de transferencia directa	28	0,04
Total	4402	6,35

* Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la radio.

Salud

Sub temas	Dimensión	Porcentaje
Acceso a los servicios	704	1,02
Programas de asistencia	525	0,76
Calidad de servicios	419	0,60
Presupuesto	386	0,56
Menciones generales	177	0,25
Programas madre-niño	64	0,09
Mortalidad infantil	34	0,05
Total	2309	3,34

** Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la radio.*

Derechos humanos

Sub temas	Dimensión	Porcentaje*
Menciones generales	289	0,42
Pena de muerte	171	0,25
Derechos del niño	103	0,15
Derecho a la salud	51	0,07
Total	614	0,89

** Porcentaje sobre el total de espacio dedicado al tema de planes de gobierno en la radio.*

3. 3. Los planes de gobierno en la radio de alcance regional

Se monitorearon 12 programas radiales de cuatros regiones del país entre el 10 de febrero y el 9 de abril del 2006. La radio regional dedicó menos espacio a los temas programáticos de la campaña, 24.3% en promedio de la información difundida frente al 30% de cobertura de la radio de alcance nacional.

Región	Sucesos de Campaña		Planes de gobierno		Total
	Dimensión	%	Dimensión	%	Dimensión
Arequipa	8.569	68,99	3.852	31,01	12.421
Cusco	12.002	77,39	3.507	22,61	15.509
Loreto	28.205	79,63	7.214	20,37	35.419
Piura	16.202	76,61	4.948	23,39	21.150

Los programas radiales arequipeños dieron mayor cobertura a los temas programáticos de la campaña, con el 31% de la información difundida por dichos medios. La región que menos espacio dio a estos temas fue Loreto con 20.37%.

En cuanto a los temas más difundidos por cada región, en **Arequipa** el tema con mayor cobertura fue educación, con el 19.37% del espacio dedicado por la radio a los temas programáticos, seguido por pobreza con 17.13% y salud con 13.63%.

Temas	Arequipa	Cusco	Loreto	Piura
	<i>Porcentaje</i>			
Educación	19,37	25,98	5,68	8,73
Pobreza	17,13	14,83	6,58	12,37
Salud	13,63	20,47	3,67	7,36
Empleo	9,63	0,14	3,81	11,38

Lucha Anticorrupción	8,77	0,00	0,28	0,00
Derechos humanos	8,33	3,79	2,09	1,74
Comercio Exterior	5,04	0,00	0,00	3,70
Política económica	3,97	1,23	13,96	3,52
Reforma del Estado	3,89	0,00	1,62	5,94
Desarrollo sostenible y gestión ambiental	3,82	24,47	18,19	0,65
Desarrollo rural	1,17	3,68	13,20	17,04
Democracia y Estado de Derecho	1,27	3,39	0,83	6,37
Deuda externa	0,00	0,96	0,00	0,00
Género	0,00	0,43	5,56	0,00
Infraestructura	2,28	0,23	5,43	5,19
Jubilación	0,00	0,00	4,69	1,09
Plan de Gobierno	0,00	0,40	2,04	5,46
Violencia y seguridad ciudadana	0,00	0,00	0,00	5,38
Descentralización	0,00	0,00	9,73	2,83
Otros temas	1,70	0,00	2,64	1,25
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Dentro del eje planes de gobierno en la Región **Cusco**, los temas más tratados por los programas radiales fueron: educación, específicamente calidad docente y reforma educativa; y desarrollo sostenible y gestión ambiental, con las discusiones sobre el uso y explotación de los recursos naturales, como el gas de Camisea. En el caso de **Loreto**, el tema más tratado dentro del eje plan de gobierno fue desarrollo sostenible y gestión ambiental (18.19%), seguido por política económica (13.96%) específicamente los temas de recaudación fiscal e inversión extranjera.

Desarrollo rural, específicamente la situación de las comunidades campesinas y el crédito agrario, fue el tema que obtuvo mayor cobertura en la región **Piura**. Pobreza (12.04%) y empleo (11.38%) tuvieron asimismo una cobertura significativa en esta región.

3.4 Desarrollo humano en la radio de alcance regional

Los temas de desarrollo humano lograron una alta cobertura en este tipo de medio, llegando a representar el 65.07% de la información programática difundida, como es el caso de la Región Cusco.

Cobertura de los temas de desarrollo humano en la radio de alcance nacional

Temas de desarrollo humano	Arequipa	Cusco	Loreto	Piura
	<i>Porcentaje</i>			
Educación	19,37	25,98	5,68	8,73
Derechos humanos	8,33	3,79	2,09	1,74
Pobreza	17,13	14,83	6,58	12,37
Salud	13,63	20,47	3,67	7,36
Total	58,46	65,07	18,02	30,20

Arequipa:

Los temas relacionados al desarrollo humano representaron el 58.46% del total de información programática difundida por la radio arequipeña. La radio de esta región fue la que más importancia dio al tema pobreza (17.13%) al cubrir la campaña electoral. Los aspectos específicos que se trataron en cada uno de los temas de desarrollo humano fueron:

Temas específicos abordados por la radio arequipeña en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Educación superior, calidad docente, presupuesto, menciones generales, reforma educativa y acceso e igualdad de oportunidades.
Salud	Menciones generales, presupuesto, enfermedades transmisibles, mortalidad materna, calidad de servicios y acceso a los servicios.
Pobreza	Programas de lucha contra la pobreza, menciones generales y desnutrición infantil.
Derechos humanos	Derechos del niño y derecho a la salud*

** Esta es una mención general del derecho a la salud: se hizo referencia al derecho que tienen los ciudadanos a que el Estado les garantice el acceso mínimo a los servicios de salud.*

Cusco:

Los componentes del desarrollo humano representaron el 65.07% de los temas programáticos tratados en las radios cusqueñas. Fue el medio que más espacio dio al tema salud, en comparación a las otras regiones y a la radio de alcance nacional. Programas de asistencia, como el Seguro Integral de Salud; programas de lucha contra la pobreza, como los alimentarios y sociales, y el derecho al nombre, fueron los temas específicos que mayor cobertura tuvieron.

Temas específicos abordados por la radio cuzqueña en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Calidad docente, reforma educativa, menciones generales, acceso e igualdad de oportunidades, presupuesto y educación inicial.
Salud	Menciones generales, programas de asistencia, calidad de servicio, presupuesto y acceso a los servicios.
Pobreza	Menciones generales, programas de lucha contra la pobreza y programas de transferencia directa.
Derechos humanos	Derecho al nombre y derechos del niño.

Loreto:

Los temas de desarrollo humano tuvieron poca cobertura en las radios loretananas, en comparación a las otras regiones, representando sólo el 18.02% de la información difundida en relación a los planes de gobierno. De los componentes del desarrollo humano, pobreza fue el tema al que más espacio dedicó la radio de esta región.

Temas específicos abordados por la radio loreтана en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Reforma educativa, presupuesto, calidad docente, menciones generales e interculturalidad.
Salud	Menciones generales, acceso a los servicios y presupuesto.
Pobreza	Menciones generales, desnutrición infantil y programas de lucha contra la pobreza.
Derechos humanos	Menciones generales.

Piura:

Los temas de desarrollo humano representaron el 30.20% de la información difundida por los programas radiales. Los programas de lucha contra la pobreza, presupuesto del sector educación, acceso y calidad de los servicios de salud y derecho al nombre fueron los temas específicos más abordados por la radio regional.

Temas específicos abordados por la radio piurana en relación a desarrollo humano

Temas	Sub temas
Educación	Presupuesto, reforma educativa, educación superior y menciones generales.
Salud	Menciones generales, acceso a los servicios y Programa Madre-Niño.
Pobreza	Menciones generales, programas de lucha contra la pobreza y desnutrición infantil.
Derechos humanos	Derechos de los niños, derecho a la salud* y menciones generales.

** Esta es una mención general del derecho a la salud: se hizo referencia al derecho que tienen los ciudadanos a que el Estado les garantice el acceso mínimo a los servicios de salud.*

3.5 Declaraciones sobre desarrollo humano de los candidatos presidenciales en la radio de alcance nacional

Al igual que la prensa escrita y la televisión, la radio centró su cobertura periodística en tres candidatos: Lourdes Flores (Unidad Nacional), Alan García (Partido Aprista Peruano) y Ollanta Humala (Unión por el Perú), quienes juntos se llevaron el 62.36% del espacio total que se dedicó a los veinte candidatos.

Aparición de los candidatos en la radio a nivel nacional

Candidatos	Dimensión	Distribución en la radio (porcentaje)	Desarrollo humano (porcentaje*)
García Pérez, Alan	22.381	34,84	3,44
Flores Nano, Lourdes	10.128	15,76	12,3
Humala Tasso, Ollanta	7.553	11,76	8,7
Paniagua Corazao, Valentín	5.456	8,49	14,02
Lay Sun, Humberto	2.980	4,64	9,26
Amprimo Plá, Natale	2.766	4,30	6,76
Villarán de la Puente, Susana	2.415	3,76	32,17
Chávez Cossío, Martha	1.842	2,87	6,79
Diez Canseco, Javier	1.824	2,84	16,28
Salinas López-Torres, Jaime	1.369	2,13	9,13
Otros candidatos	5.533	8,61	2,22
Total	64.247	100,00	

* Porcentaje sobre el total de las declaraciones hechas por cada uno de los candidatos en la radio de alcance nacional.

Quienes priorizaron el tema desarrollo humano no fueron necesariamente los candidatos que contaron con mayor cobertura en la radio. Susana Villarán fue la candidata que más tiempo dedicó a estos temas (32.17%), seguida por Javier Diez Canseco con 16.28% y Valentín Paniagua con 14.02%.

3.6 Temas más abordados por los candidatos con mayores apariciones en la radio de alcance nacional

El candidato Alan García dedicó buena parte de su tiempo en la radio a referirse a temas relacionados a la política económica, el empleo y el comercio exterior, en este último caso, específicamente a las relaciones diplomáticas con Venezuela; por su parte Lourdes Flores, puso especial énfasis en los temas de educación, pobreza y desarrollo sostenible y gestión ambiental.

Ollanta Humala, tercer candidato con mayor tiempo de aparición en la radio, hizo mayor referencia en sus declaraciones al tema educación, seguido por democracia y estado de derecho y pobreza.

En el cuadro a continuación se muestra los principales temas abordados por los candidatos, en sus declaraciones radiales:

Candidatos	Temas	Porcentaje	Candidatos	Temas	Porcentaje
Alan García Pérez	Política económica	6,77	Lourdes Flores	Educación	5,29
	Empleo	4,18		Pobreza	4,41
	Comercio Exterior	2,61		Desarrollo sostenible y gestión ambiental	3,53
	Infraestructura	2,01		Salud	1,97
	Educación	1,81		Empleo	1,89
Ollanta Humala	Educación	3,91	Valentín Paniagua	Educación	8,91
	Democracia y Estado de Derecho	2,50		Desarrollo sostenible	5,90
	Pobreza	2,41		Democracia y Estado de Derecho	3,02
	Política económica	1,73		Empleo	2,90
	Salud	1,52		Pobreza	2,41

Humberto Lay	Reforma del Estado	10,40	Natale Amprimo	Política económica	3,47
	Lucha anticorrupción	9,40		Pobreza	2,71
	Violencia y seguridad ciudadana	5,27		Reforma del Estado	2,46
	Pobreza	5,07		Justicia	1,99
	Democracia y Estado de Derecho	3,05		Salud	1,92
Susana Villarán	Infraestructura	12,96	Martha Chávez	Reforma del Estado	7,22
	Educación	11,13		Política exterior	5,21
	Derechos humanos	9,32		Salud	3,37
	Pobreza	8,16		Desarrollo sostenible	2,77
	Descentralización	5,55		Pobreza	2,33
Javier Diez Canseco	Pobreza	7,02	Jaime Salinas	Pobreza	5,11
	Política económica	6,63		Violencia y seguridad ciudadana	4,24
	Desarrollo sostenible	6,52		Reforma del Estado	3,80
	Empleo	5,15		Salud	2,48
	Salud	3,78		Educación	1,53

3.7 Temas de desarrollo humano abordados por los candidatos con mayores apariciones en la radio

En el cuadro a continuación vemos un desagregado del porcentaje que cada uno de los principales candidatos dedicaron a los componentes de desarrollo humano. El candidato con mayor cobertura, Alan García, dedicó sólo el 1.81% de sus declaraciones en la radio al tema de educación, mientras que Lourdes Flores, segunda en cobertura, dedicó el 5.29% al mismo tema.

(En porcentaje*)

Candidatos	Educación	Salud	Pobreza	DD.HH
García Pérez	1,81	0,54	0,94	0,16
Flores Nano	5,29	1,97	4,41	0,62
Humala Tasso, Ollanta	3,91	1,52	2,41	0,86
Paniagua Corazao	8,91	2,36	2,75	0,00
Lay Sun	1,91	1,88	5,07	0,40
Amprimo Plá	1,84	1,92	2,71	0,29
Villarán de la Puente	11,30	3,40	8,16	9,32
Chávez Cossío	1,09	3,37	2,33	0,00
Diez Canseco	3,13	3,78	7,02	2,36
Salinas López-Torres	1,53	2,48	5,11	0,00

* Porcentaje sobre el total de declaraciones hechas por cada candidato

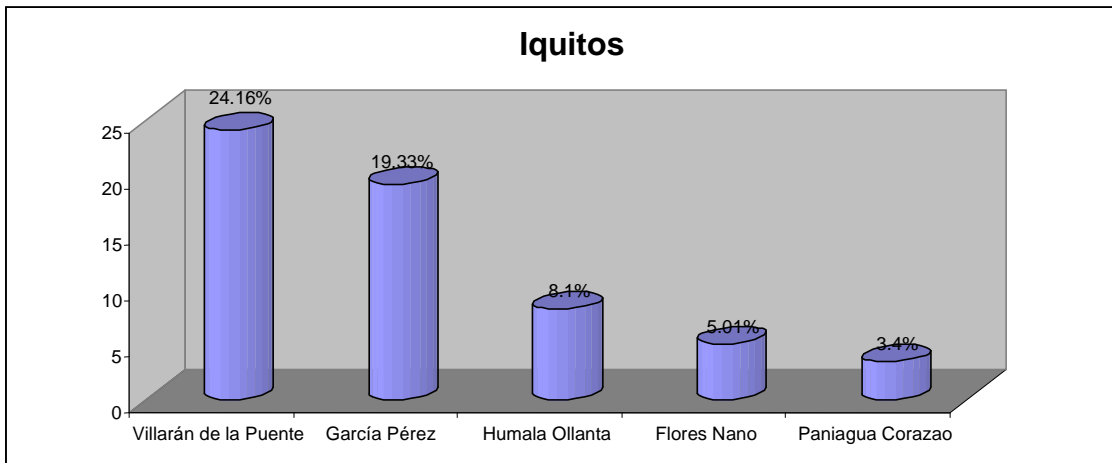
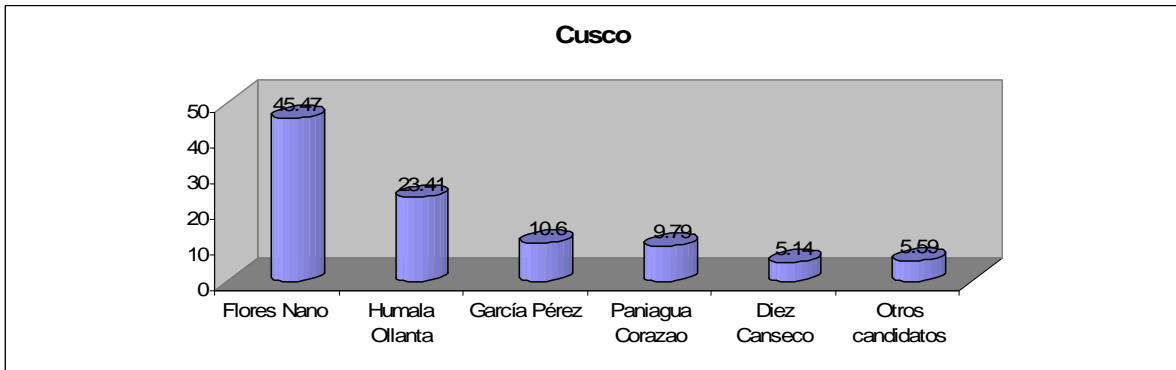
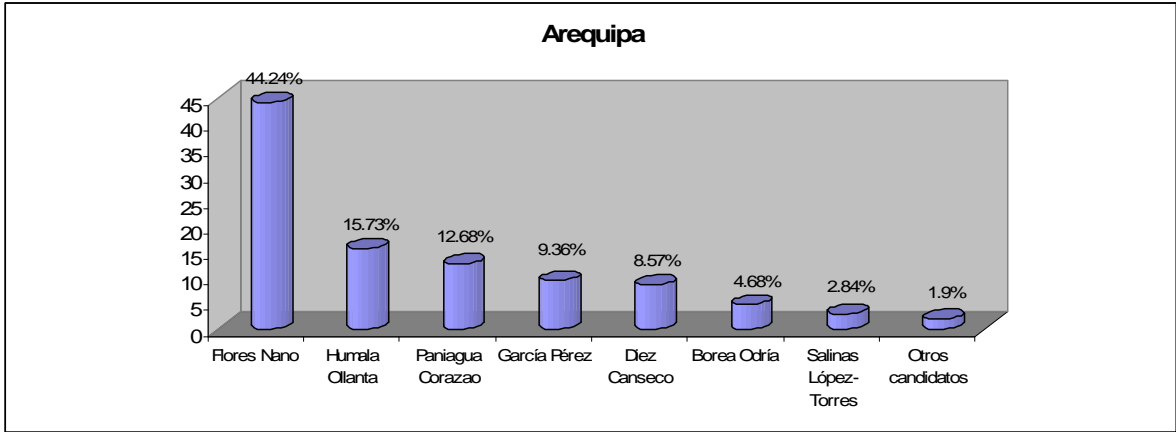
Susana Villarán fue la candidata que más tiempo dedicó, entre todos los candidatos, a los temas de educación (11.30%), pobreza (8.16%) y derechos humanos (9.32%). El tema salud fue más mencionado por el candidato Javier Diez Canseco (3.78%).

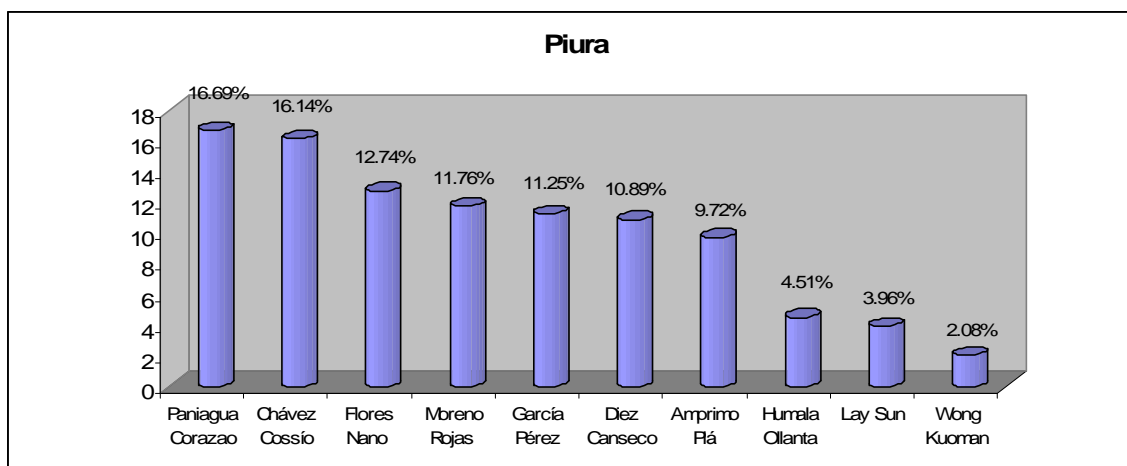
3.8 Presencia de los candidatos presidenciales en la radio de alcance regional

A diferencia de la radio limeña, que se centró en los tres candidatos con mayores posibilidades de triunfo, la radio regional dio cobertura a otros candidatos presidenciales como Valentín Paniagua, Martha Chávez y Susana Villarán. Sin embargo, a pesar de la mejor cobertura, éstos candidatos siguieron con la misma tendencia en cuanto a resultados electorales: Paniagua ocupó el cuarto lugar en Arequipa y Cusco, el tercer lugar en Loreto, y el quinto lugar en Piura.

Por su parte, Martha Chávez mantuvo el quinto lugar en Arequipa y Cusco y ocupó la cuarta posición en Piura.

En los siguientes gráficos figuran los candidatos con mayores apariciones en Arequipa, Cusco, Loreto y Piura.



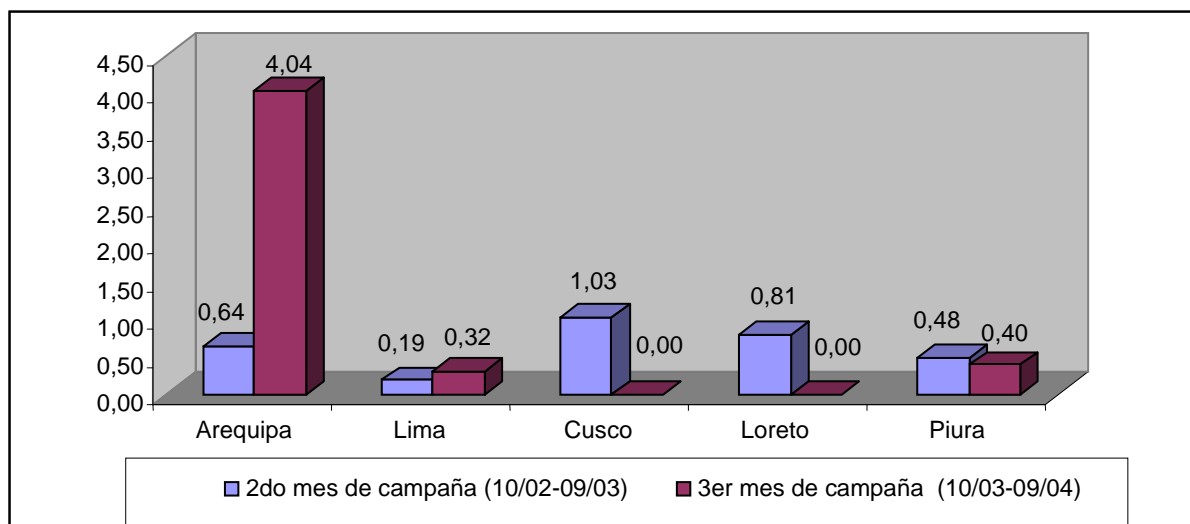


3.9 Tendencia de la cobertura sobre desarrollo humano en la radio de alcance nacional y regional

En el caso de la radio, el monitoreo se desarrolló durante los dos últimos meses de la campaña electoral, del 10 de febrero al 9 de abril del 2006. En los cuadros a continuación se aprecia la tendencia de la cobertura que tuvo la radio de alcance nacional y regional en relación a los temas referidos al desarrollo humano. Los porcentajes que obtuvieron cada uno de los temas fueron establecidos frente al total de información sobre la campaña electoral (planes de gobierno + sucesos de campaña) difundida por la radio en los periodos correspondientes.

Derechos humanos:

Como en los anteriores tipos de medios, derechos humanos fue el componente de desarrollo humano que contó con la menor cobertura en la radio, sobre todo en el caso de Lima, que a pesar de tener una leve alza en su cobertura (del 0.19% en el primer mes al 0.32% en el segundo) fue el tema menos tratado por la radio a nivel nacional.



La región que más cobertura dio a este tema fue Arequipa, con un significativo incremento, de 0.64% a 4.04%, de la información difundida, debido a que se generó un debate radial en torno al tema de derecho al nombre⁵. Tanto en la región Cusco como en Loreto, el tratamiento de este tema fue

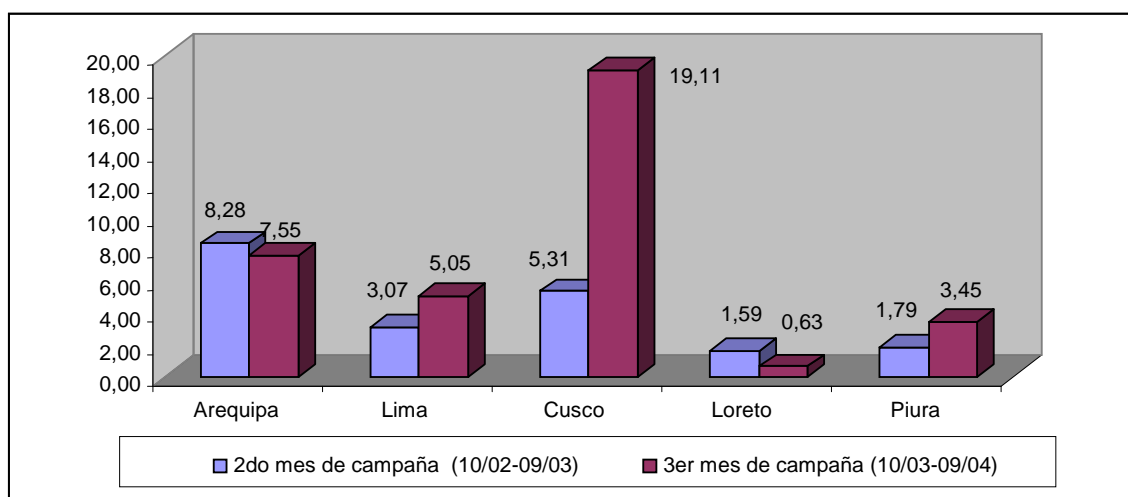
⁵ Debate iniciado por Dora Nuñez, candidata al Congreso por esta región, quien propuso que la inscripción de los niños y niñas menores de edad sea efectiva sólo con la voluntad e inscripción de la madre.

bastante escaso. Vemos que en el último mes de campaña prácticamente no se habló sobre derechos humanos en los programas radiales monitoreados.

Educación:

Educación fue el tema que alcanzó mayor cobertura en la radio, no sólo en comparación con los componentes de desarrollo humano sino con los temas en general. Vemos que en Lima la tendencia de la cobertura fue creciente, obteniendo en el primer mes de monitoreo el 3.07% del total de información difundida en torno a las elecciones y terminando con el 5.05%.

Cusco mostró una significativa alza el último mes de campaña, llegando a representar el 19.11% del total de información difundida por la radio de esta región. El debate sobre la reforma educativa y el incremento en el presupuesto del sector educación fueron los responsables de dicha alza en la cobertura.

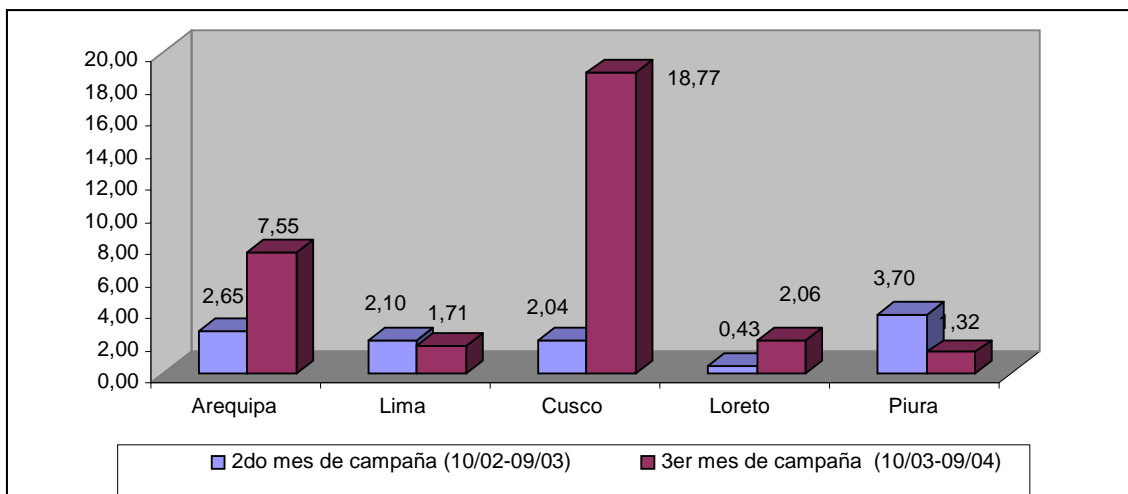


Loreto fue la región que menos espacio dio a este tema, con sólo el 0.63% de la información difundida en el último mes de campaña. Después de Cusco, Arequipa fue la región que brindó un importante espacio al tema educativo, representando en promedio el 7.9% de la información difundida por la radio de esta región.

Pobreza:

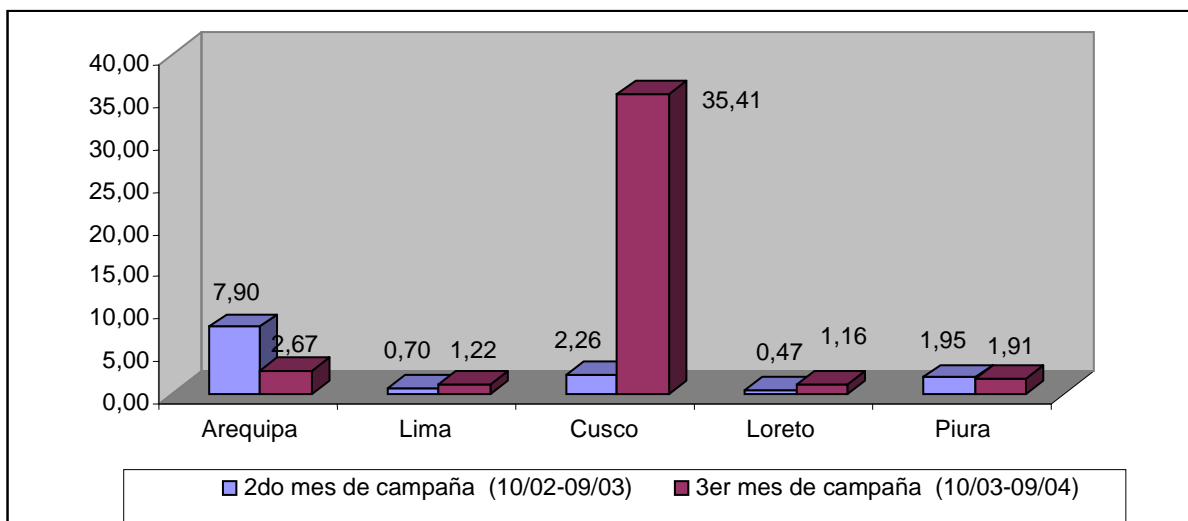
El tema pobreza tuvo una variada cobertura dependiendo de la región. En el caso de la radio de alcance nacional (Lima) la tendencia fue relativamente uniforme, representando en promedio el 1.9%.

En las regiones Cusco, Arequipa y Loreto se pudo apreciar un incremento considerable de la cobertura, sobre todo en Cusco donde el tema pasó de un 2.04% al 18.77% en el último mes de campaña. Este significativo incremento se debió a que en este mes los candidatos que estuvieron en esta región pusieron especial énfasis en temas como los programas alimenticios, lucha contra la pobreza, programas de transferencia directa, entre otros.



Salud:

Cusco fue la región que mostró una significativa alza en la cobertura del tema salud, llegando a representar en el último mes de campaña el 35.41% del total de información difundida. Esto incremento se debió, en parte, a que en este periodo Transparencia y UNICEF llevaron a cabo un debate en el que los representantes de las comisiones de salud y educación expusieron sus propuestas en estos temas.



En Lima la cobertura tuvo una tendencia bastante uniforme, representó en promedio el 9.2% de la información difundida por la radio. En el caso de Loreto la tendencia fue creciente, en el segundo mes de campaña salud representó sólo el 0.47% de la información y en el último mes llegó a representar el 1.16%. El aumento se debió a que en este periodo se incorporó en la agenda de los medios radiales el tema del presupuesto en el sector salud y la promoción del acceso a los servicios de salud.

III. LAS PROPUESTAS DE DESARROLLO HUMANO DE LOS CANDIDATOS A LA SEGUNDA VUELTA

No habiendo obtenido ninguno de los candidatos los votos necesarios para ganar las elecciones en primera vuelta, se convocó a una segunda vuelta electoral. Durante 28 días (del 6 de mayo al 4 de junio) se monitoreó la cobertura que hicieron los medios a los dos candidatos que pasaron a la segunda vuelta: Alan García (Partido Aprista Peruano) y Ollanta Humala (Unión por el Perú).

1. Los planes de gobierno en los medios de comunicación de alcance nacional y regional

Al igual que en la primera vuelta, la cobertura de los medios en la segunda vuelta electoral se centró en los sucesos, anécdotas y otros temas desvinculados a los aspectos programáticos de la campaña electoral.

COBERTURA EN LIMA						
	Prensa	%	Radio	%	Televisión	%
Sucesos de Campaña	293,575	96.59	71,049	74.12	139,498	84.04
Planes de gobierno	10,352	3.41	24,807	25.88	26,490	15.96
Total	303,927	100.00	95,856	100.00	165,988	100.00

En el caso de los medios de alcance nacional, fue la radio el medio que mayor cobertura (25.88%) dio a los planes y/o propuestas de gobierno de las dos agrupaciones políticas en contienda en los 28 días de campaña. La televisión dedicó a estos temas el 15.96% de su cobertura y la prensa escrita sólo el 3.41% del total de temas abordados en la campaña.

En el caso de los medios de alcance regional la cobertura de los aspectos programáticos de la campaña fue todavía más escasa. Sólo **Arequipa** dedicó un tiempo considerable a abordar temas vinculados a las propuestas de gobierno (22.28% en la prensa, 38.69% en la radio y un reducido 3.54% en televisión).

Región	Prensa escrita (%)		Radio (%)		Televisión (%)	
	Sucesos de Campaña	Planes de gobierno	Sucesos de Campaña	Planes de gobierno	Sucesos de Campaña	Planes de gobierno
Arequipa	77,72	22,28	61,31	38,69	96,46	3,54
Cusco	87,52	12,48	99,60	0,40	99,32	0,68
Loreto	94,37	5,63	98,75	1,25	92,94	7,06
Piura	95,46	4,54	81,27	18,73	98,45	1,55

Uno de los motivos de la poca cobertura que los medios regionales dieron a los temas programáticos fue el que la mayoría de éstos se centraron en cubrir las discusiones, preparativos y demás detalles para la realización del debate⁶ entre los dos candidatos en contienda.

⁶ Debate entre los dos candidatos en contienda, Alan García y Ollanta Humala, llevado a cabo el 21 de mayo de 2006.

2. Los temas más tratados en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance nacional

En el caso de la **prensa escrita**, el tema de infraestructura (15.54%), específicamente el acceso a los servicios básicos como el agua potable, fue el que más cobertura tuvo durante el mes de campaña, seguido por plan de gobierno (10.64%) y reforma del Estado (9.45%).

Temas	Prensa	%	Televisión	%	Radio	%
Comercio Exterior	391	3,78	651	2,46	981	3,95
Defensa Nacional	55	0,53	324	1,22	763	3,08
Democracia y Estado de Derecho	576	5,56	692	2,61	2053	8,28
Derechos humanos	455	4,40	140	0,53	413	1,66
Desarrollo Rural	863	8,34	1008	3,81	2246	9,05
Desarrollo sostenible y gestión ambiental	410	3,96	2617	9,88	1438	5,80
Descentralización	375	3,62	724	2,73	734	2,96
Educación	204	1,97	1576	5,95	2499	10,07
Empleo	788	7,61	3111	11,74	1158	4,67
Infraestructura	1609	15,54	2225	8,40	969	3,91
Jubilación	190	1,84	713	2,69	718	2,89
Justicia	5	0,05	488	1,84	1343	5,41
Lucha Anticorrupción	255	2,46	807	3,05	962	3,88
Plan de Gobierno	1101	10,64	830	3,13	530	2,14
Pobreza	229	2,21	1141	4,31	1478	5,96
Política económica	677	6,54	3636	13,73	1861	7,50
Política exterior	69	0,67	939	3,54	362	1,46
Reconciliación nacional y CVR	418	4,04	187	0,71	432	1,74
Reforma del Estado	978	9,45	2138	8,07	1102	4,44
Salud	15	0,14	620	2,34	1074	4,33
Violencia y seguridad ciudadana	570	5,51	875	3,30	1242	5,01
Otros temas	119	1,15	1048	3,96	449	1,81
Total	10352	100,01	26490	100,00	24807	100,00

En el caso de la **televisión**, el tema más abordado fue el de política económica (13.73%), a través del tratamiento de aspectos relacionados con la recaudación tributaria; seguido por empleo (11.74%), donde se abordaron puntos específicos, como Pymes y derechos laborales, y en tercer lugar el tema desarrollo sostenible y ambiental con 9.88% de la información programática difundida por este tipo de medio.

La **radio** limeña dio una especial cobertura al tema de reforma educativa y calidad docente (10.07%). Desarrollo rural (9.05%) asimismo fue un tema importante que ocupó el segundo lugar, seguido por democracia y estado de derecho que se llevó el 8.28 del espacio brindado a la información programática.

3. Los temas más tratados en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance regional

Los medios regionales dieron una escasa cobertura a los temas vinculados a las propuestas y planes de gobierno de los candidatos. En el cuadro a continuación se muestra los principales temas abordados en cada una de las regiones por cada tipo de medio, donde desatacan como temas

comunes más abordados en las regiones monitoreadas los siguientes: *Infraestructura, descentralización, desarrollo rural y democracia y estado de derecho.*

Región	Prensa	Televisión	Radio
Arequipa	Infraestructura, política económica y desarrollo sostenible y gestión ambiental	Comercio exterior y política exterior.	Reforma del Estado, salud, Democracia y Estado de Derecho y comercio exterior.
Cusco	Descentralización, desarrollo rural, política económica y empleo.	Democracia y Estado de Derecho	Infraestructura
Loreto	Política económica	Infraestructura, descentralización, política económica y educación.	Comercio exterior y educación.
Piura	Género y reforma del Estado.	Desarrollo rural y educación.	Descentralización, desarrollo rural, comercio exterior y desarrollo sostenible y gestión ambiental.

4. Desarrollo humano en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance nacional

Dentro del rubro desarrollo humano, derechos humanos fue el tema que mayor cobertura obtuvo en la prensa escrita nacional, esto es algo que llama la atención porque en la campaña de la primera vuelta electoral este tema fue el menos tratado, no sólo por la prensa sino por los medios en general.

Temas de desarrollo humano	Porcentaje de cobertura		
	Prensa	Televisión	Radio
Derechos humanos	4.40	0.53	1.66
Educación	1.97	5.95	10.07
Pobreza	2.21	4.31	5.96
Salud	0.14	2.34	4.33

Educación fue el tema que contó con la mayor cobertura en televisión (5.95%) y radio (10.07%) de alcance nacional entre los componentes de desarrollo humano y ocupó el sexto lugar en el ranking de temas más abordados por la televisión nacional.

En el caso de los *medios de alcance regional*, la cobertura de los temas de desarrollo fue casi nula. Hubo menciones al tema *salud* en la radio arequipeña, específicamente vinculadas al Seguro Integral de Salud y a la calidad del servicio; y también, una breve mención al tema *educación* en la radio loretana, específicamente en aspectos relacionados con la reforma educativa.

5. Los dos candidatos participantes en la segunda vuelta en los medios de comunicación de alcance nacional

La prensa escrita fue el medio que menos espacio dio a los candidatos cuando éstos se referían a las propuestas y/o planes de gobierno. En cambio, tanto la televisión como la radio dieron un espacio considerable a dichos temas, siendo la radio el medio que más espacio brindó a los candidatos para exponer sus propuestas programáticas.

Los candidatos en los medios de comunicación (en porcentaje)

Tipo de medio	Alan García		Ollanta Humala	
	Sucesos de Campaña	Planes de gobierno	Sucesos de Campaña	Planes de gobierno

Prensa	91.02	8.98	93.95	6.05
Televisión	74.53	25.47	78.34	21.66
Radio	72.28	27.72	64.98	35.02

Los componentes de desarrollo humano fueron abordados por los candidatos en la segunda vuelta de la siguiente manera:

**Las propuestas de desarrollo humano de los candidatos en los medios de comunicación
(en porcentaje*)**

Tipo de medio	Derechos humanos		Educación		Pobreza		Salud	
	García	Humala	García	Humala	García	Humala	García	Humala
Prensa	4.75	0.00	0.24	0.00	0,00	0,00	4.83	5.00
Televisión	0.18	1.05	3.42	3.25	3.09	7.04	0.97	1.25
Radio	1.08	0.8	10.22	4.62	8.66	6.02	4.04	1.8

** Porcentaje sobre el total de espacio que tuvo cada uno de los candidatos en cada tipo de medio.*

Educación y pobreza fueron los dos temas más abordados en la segunda vuelta por el candidato García en la radio, mientras que las declaraciones del candidato Humala se centraron en el tema pobreza en la televisión y la radio y en el tema de salud en la prensa escrita.

En cuanto a los temas específicos más mencionados, se continuó con la misma tendencia que en primera vuelta. Reforma educativa, calidad docente y presupuesto en el caso de educación; acceso a los servicios y presupuesto en salud, programas de lucha contra la pobreza en el caso de pobreza, y mayoritariamente menciones generales en el caso de derechos humanos.

Prensa:

Tema	Alan García	Ollanta Humala
Educación	Reforma educativa	-
Salud	Acceso y calidad de los servicios, menciones generales y presupuesto.	Acceso a los servicios
Pobreza	-	-
Derechos humanos	Menciones generales	-

Televisión:

Tema	Alan García	Ollanta Humala
Educación	Reforma educativa, menciones generales, calidad docente, educación superior, innovación tecnológica y acceso e igualdad de oportunidades.	Reforma educativa, presupuesto, menciones generales y acceso e igualdad de oportunidades.
Salud	Acceso a los servicios y presupuesto	Acceso a los servicios, menciones generales y programas de asistencia.
Pobreza	Programas de lucha contra la pobreza y menciones generales.	Programas de lucha contra la pobreza, menciones generales y desnutrición infantil.
Derechos humanos	Derecho a la salud	Menciones generales

Radio:

Tema	Alan García	Ollanta Humala
Educación	Reforma educativa, menciones generales, calidad docente, educación superior, innovación tecnológica y acceso e igualdad de oportunidades.	Reforma educativa, menciones generales, presupuesto, calidad docente, acceso e igualdad de oportunidades y educación superior.
Salud	Acceso y calidad de los servicios, programas de asistencia y menciones generales.	Acceso a los servicios, presupuesto y menciones generales.
Pobreza	Programas de lucha contra la pobreza y menciones generales.	Programas de lucha contra la pobreza y menciones generales.
Derechos humanos	Menciones generales	Menciones generales

CONCLUSIONES GENERALES

La cobertura que los medios de comunicación de alcance nacional dieron a la campaña electoral, estuvo más orientada a los temas anecdóticos o a los sucesos de la campaña que a los temas de fondo. De esta forma vemos que el espacio que éstos dieron a las propuestas programáticas de los candidatos fueron: la radio en primer lugar (29.66%), luego la televisión (23.99%) y por último la prensa escrita (12.91%). Empleo, política económica, democracia y estado de derecho y educación fueron los temas más recurrentes en la agenda informativa de estos medios durante la campaña.

Los tres tipos de medios trataron los temas de desarrollo humano, de mayor a menor cobertura, en el siguiente orden: educación, en primer lugar con amplia ventaja sobre el segundo; seguido por pobreza, luego salud y por último derechos humanos, con casi un nulo desarrollo de este tema en los medios.

El debate en torno al tema **educación**, en los tres tipos de medios, estuvo centrado básicamente en tres aspectos importantes: reforma educativa; presupuesto y calidad docente. En el caso de **pobreza**, se habló específicamente sobre los programas de lucha contra la pobreza y la desnutrición infantil.

La cobertura del tema **salud** fue distinta dependiendo del medio. En televisión y radio dicho tema estuvo básicamente centrado en la problemática del acceso y la calidad de los servicios; y en la prensa escrita se enfocó en los programas de asistencia.

Los medios regionales siguieron la línea de los medios de alcance nacional, dándole mucho menos espacio a los temas programáticos de la campaña y desarrollando, en general, los mismos temas al momento de cubrir la campaña. Aunque debemos agregar que en las regiones estuvieron también muy presentes en el debate temas como: desarrollo sostenible y gestión ambiental, descentralización y desarrollo rural.

En cuanto a la cobertura regional a los componentes del desarrollo humano, ésta siguió la tendencia de los medios de alcance nacional, con una variación; el tema salud tuvo una mayor importancia en las regiones que a nivel nacional. Fue el tema más importante en la prensa escrita loreana y cusqueña, y tuvo asimismo una importante cobertura por los noticieros radiales en Cusco y Arequipa. En general, educación y pobreza fueron los temas más importantes en las cuatro regiones y derechos humanos el menos importante.

En el caso de **educación**, en las regiones también tuvo una importante presencia el debate sobre innovación tecnológica, acceso e igualdad de oportunidades e interculturalidad. En **salud**, los temas se centraron en acceso y calidad de servicios, enfermedades transmisibles y programas de asistencia. En cuanto a **pobreza**, los dos grandes temas en las regiones fueron los programas de lucha contra la pobreza y desnutrición infantil. En lo poco que se trató el tema **Derechos Humanos** en las regiones, se hizo referencia al Plan Nacional de Derechos Humanos y a los derechos del niño.

En cuanto a las declaraciones que los propios candidatos hicieron en los medios de comunicación, la tendencia revela que la mayor o menor aparición de los candidatos en los medios no necesariamente está asociada a una exposición de sus planes de gobierno, sino a una presentación de los mismos como líderes de opinión. De este modo los candidatos son requeridos por los medios en mayor medida para comentar los acontecimientos políticos de importancia que para exponer sus planes de gobierno.

En cuanto a las declaraciones que hicieron los tres candidatos con mayores apariciones en los medios de alcance nacional: Lourdes Flores fue la candidata que más tiempo le dedicó a los componentes de desarrollo humano en los tres medios (4.82% en prensa, 10.11% en televisión y 12.3% en radio) mientras que los otros dos candidatos, Alan García y Ollanta Humala, dedicaron en promedio 3% de sus declaraciones a estos temas.

Lourdes Flores concentró su mensaje dependiendo del tipo de medio. En prensa escrita: violencia y seguridad ciudadana y **pobreza**; en televisión empleo y **pobreza**; y su discurso radial estuvo enfocado en **educación** y **pobreza**. Por el contrario, el candidato García enfocó su mensaje en los tres tipos de medios en dos temas importantes: política económica y empleo. Ollanta Humala, por su parte, se refirió a política exterior, sobre todo con Chile y a las relaciones diplomáticas con Venezuela; también dedicó su tiempo a la política económica, y a la democracia y estado de derecho, mientras que en TV y radio tocó bastante el tema de educación.

En cuanto a las apariciones mediáticas de los candidatos en provincias, vemos que al igual que en el caso de los medios de alcance nacional, García, Humala y Flores contaron con mayores apariciones en las vitrinas mediáticas de la mayoría de regiones. Aunque podemos destacar que el candidato Paniagua, contó con una importante cobertura en la televisión y radio arequipeña, ocupando el tercer lugar. Esto no tuvo un importante reflejo en los resultados electorales, donde el candidato obtuvo el cuarto lugar en la preferencia electoral (3.7%), en promedio el puesto que ocupó a nivel nacional.

En general, los resultados electorales fueron muy parecidos en las cuatro regiones analizadas, así como las apariciones de los candidatos en los medios de comunicación, salvo excepciones que, como hemos señalado, no tuvieron repercusión en el resultado final.

Segunda vuelta

En la segunda vuelta de la campaña electoral, fue la radio (25.88%) el medio de alcance nacional, que mayor cobertura dio a los planes y/o propuestas de gobierno de las dos agrupaciones políticas en contienda. La televisión dedicó a estos temas el 15.96% de su cobertura y la prensa escrita sólo el 3.41% del total de temas abordados en la campaña.

La cobertura que los medios de alcance regional dieron a los aspectos programáticos de la campaña en la segunda vuelta, fue mucho menor que en la primera vuelta. **Arequipa** fue la única región que dedicó un tiempo considerable a abordar temas vinculados a las propuestas de gobierno (22.28% en la prensa, 38.69% en la radio y un reducido 3.54% en televisión). En las otras regiones, en promedio, los temas programáticos representaron el 8% del total de información relacionada a la campaña en la prensa escrita, 7% en la radio y 3% en televisión.

Derechos humanos fue el tema con mayor cobertura en la prensa escrita nacional en la segunda vuelta. Asimismo, educación fue el tema al que mayor espacio dio la televisión y la radio nacional. La cobertura que los medios de alcance regional dieron a los componentes de desarrollo humano en la segunda vuelta fue prácticamente nula.