



Konrad  
Adenauer  
Stiftung



## ***ESTUDIO***

# **¿Cómo perciben los periodistas peruanos a los candidatos a la presidencia del 2006?**

por Mathias Mäckelmann

**Noviembre 2005**

**Representante en el Perú**  
Markus Rosenberger

© Mathias Mäckelmann  
Estudio presentado en dic. 2005

© Konrad-Adenauer-Stiftung

Calle Arica 794 Miraflores  
Lima 18 – Perú  
Tel: (51-1) 445 80 87  
[konrad@kas.org.pe](mailto:konrad@kas.org.pe)  
[www.kas.org.pe](http://www.kas.org.pe)

**Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no expresan necesariamente el pensamiento de los editores. Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido citando la fuente.**

## **Introducción**

Faltando algo más de cuatro meses para las elecciones presidenciales peruanas en el mes de abril de 2006 y a pocas semanas del inicio de la contienda electoral, los medios de comunicación del país ya están “preparando” desde ahora el ambiente electoral, sobre todo con ayuda de las encuestas. Casi a diario podemos leer, ver y escuchar como se desarrollan las preferencias por un candidato u otro, quién sube en las encuestas y quién se va quedando rezagado en la carrera por la presidencia. Aunque los sondeos de opinión representen una fuente de información importante, de ninguna manera pueden sustituir la labor de la comunicación política por parte de los candidatos que se manifiesta a través de los medios de comunicación. De esta manera, los periodistas se convierten en el nexo más importante entre los políticos y la ciudadanía.

El Programa Nacional de la Fundación Konrad Adenauer en el Perú decidió realizar un estudio durante el mes de noviembre de 2005 entre periodistas de radio, televisión, prensa e Internet provenientes de todos los departamentos del Perú, con el objetivo de indagar acerca de su opinión con respecto al desempeño de los actuales candidatos más importantes frente a los medios. Con ayuda de preguntas relacionadas a la imagen y al desempeño mediático de los candidatos, el estudio busca presentar un análisis objetivo de los esfuerzos de comunicación política por parte de los candidatos durante el proceso electoral democrático que está por iniciarse.

## **Metodología**

La encuesta fue realizada durante el mes de noviembre de 2005 vía correo electrónico utilizando una base de datos de aproximadamente 1300 periodistas peruanos. Esta base fue elaborada gracias a un trabajo de recolección de datos realizado durante el año 2005 con ayuda del Instituto de Prensa y Sociedad, la Asociación Nacional de Periodistas y las listas de invitados de los numerosos seminarios organizados por la Fundación Konrad Adenauer. Se hicieron dos envíos con la encuesta adjunta a todos los periodistas registrados en la base de datos. Cabe resaltar que el número de periodistas por departamentos y ciudades más importantes del país incluidos en la base fue bastante uniforme, lo cual nos ayudó a conseguir un buen equilibrio entre periodistas de Lima y de provincias. Al final del período de recolección de información, nos fueron enviadas 80 encuestas completadas provenientes de 12

departamentos del Perú. 60 fueron recibidas por correo electrónico y 20 llenadas en papel para luego ser recolectadas de forma manual en las redacciones.

Las 15 preguntas planteadas fueron de carácter cerrado, con la opción de marcar una sola respuesta. Bajo cada pregunta, se enumeró a los 5 principales candidatos del momento en orden alfabético. Usted podrá ver las preguntas de la encuesta en detalle en el **ANEXO I**, adjunto al final de este informe.

## **Análisis de los resultados**

La encuesta incluyó 4 preguntas de carácter general acerca del puesto de trabajo y las características personales de los periodistas con el objetivo de poder comparar sus respuestas de forma más enriquecedora.

En cuanto a la localidad en la que laboran, los 80 periodistas encuestados respondieron de la siguiente manera: 45% dijeron laborar en Lima y 55 % en una ciudad o localidad de provincia ([Véase Gráfico 1](#)). Cabe resaltar que se trata de una muestra representativa, ya que aunque la mayoría de medios de comunicación importantes están en Lima, 2/3 de la población peruana vive y trabaja en provincia. Recibimos encuestas de la costa, sierra y selva (12 departamentos del norte, sur y centro del país).

Referente al tipo de medio en donde trabajan los periodistas, 46.2% indicó trabajar para la prensa escrita, 30% para la radio, 13.8% para la televisión y 10% en el periodismo digital. ([Véase Gráfico 2](#)). 6.2% de los encuestados tiene entre 16 y 25 años, 40% entre 26 y 35 años, 35% entre 36 y 45 años, 18.8% entre 46 y 60 años ([Véase Gráfico 14](#)). Participaron 27.5% de mujeres y 72.5% de hombres en el estudio ([Véase Gráfico 15](#)).

En relación a las preguntas principales del estudio, nos interesó saber cuál era el candidato a la presidencia que según la opinión y experiencia de los periodistas se desarrollaría mejor frente a los medios ([Véase Gráfico 3](#)). Como en todas las preguntas, se dio la opción de escoger entre 5 candidatos listados en orden alfabético. Estos fueron Alberto Andrade, Lourdes Flores Nano, Alan Gracia, Ollanta Humala, Valentín Paniagua y Jaime Salinas. En este caso, Alan García del partido aprista sale favorecido, ya que 51% de los encuestados opinaron que él era el candidato que mejor sabía desenvolverse frente a los medios. Lo sigue

Lourdes Flores Nano de Unidad Nacional con el 31% de las respuestas a su favor. Los demás candidatos quedaron rezagados en este aspecto, siendo Jaime Salinas el que ocupa el tercer lugar con 7.5%, mientras que Ollanta Humala no fue considerado por los periodistas (0%).

Analizando estos resultados, no llama mucho la atención que Alan García sea considerado el mejor comunicador frente a los medios de comunicación. Bien es sabido que García es un orador muy hábil que gracias a su experiencia y conocimiento del funcionamiento de los medios logra transmitir sus mensajes de manera eficiente. Los 31% de Lourdes Flores Nano parecen reflejar la experiencia ganada durante la última campaña electoral, así como su larga trayectoria en la política nacional. Que Ollanta Humala, actualmente segundo en la contienda electoral, no haya obtenido respuestas a favor, se puede deber a su escasa presencia en los medios durante el lapso de tiempo que se realizó la encuesta.

También nos interesó hacer una comparación de los resultados de esta pregunta comparando las respuestas de los periodistas de Lima vs. los de provincia ([Véase Gráfico 3a](#)). Una diferencia importante que encontramos fue que mientras 67% de los periodistas limeños opinaron que Alan García se desenvolvía mejor en los medios, solo 38.6% de sus colegas del interior del país compartían esa percepción. En el caso de Lourdes Flores Nano, 36.4% de los periodistas de provincia opinaron que era la mejor comunicadora frente a los medios, mientras que en el caso de los periodistas capitalinos, solo el 25% le daba sus preferencias.

Los resultados sugieren que Alan García es percibido en Lima y en provincias como el mejor comunicador frente a los medios. No obstante, en el caso de provincia, Lourdes Flores Nano le sigue muy de cerca, caso que no se da en Lima. En el pasado, los mítines de Alan García se han concentrado mucho en Lima y las ciudades grandes del norte del país. Los viajes a diversas provincias por parte de la candidata Lourdes Flores Nano parecen haberle ayudado a conectarse mejor con los periodistas de provincias.

La siguiente pregunta que hicimos fue acerca de quién era el candidato más carismático ([Véase Gráfico 4](#)). Alan García fue percibido como el más carismático por la mayoría de periodistas (37.75%). Lourdes Flores Nano obtuvo el 28.75%, mientras que Valentín Paniagua queda en tercer lugar con 15%. Ollanta Humala es percibido como el menos carismático con 2.5%.

Como vemos, estos resultados concuerdan con la imagen general que tiene la ciudadanía de los candidatos. Aunque Alan García lleve la delantera, su diferencia con Lourdes Flores Nano no es tan sustancial.

Luego consultamos a los periodistas acerca de cuál es el candidato más transparente según su opinión ([Véase Gráfico 5](#)). En este caso Valentín Paniagua fue percibido como el más transparente con 46%. Le sigue Lourdes Flores Nano con 23%, mientras los demás candidatos no sobrepasan el 10% de las preferencias. En este caso, solo el 2.5% de los periodistas cree que los mensajes de Alan García son transparentes. Esto demuestra que la habilidad de desenvolverse frente a los medios y el carisma no conlleva a la confianza que los periodistas pueden sentir hacia un candidato.

También nos interesó saber quién era el candidato más creíble para los encuestados ([Véase Gráfico 6](#)). Los resultados fueron muy similares a los de la pregunta anterior. Esta vez, 56% de los periodistas le asociaron más credibilidad a Valentín Paniagua, 30% a Lourdes Flores Nano, mientras que los demás candidatos quedan rezagados. Alan García obtiene 0% en cuanto a su credibilidad a la hora de transmitir sus mensajes.

Los altos puntajes de Valentín Paniagua en cuanto a transparencia y credibilidad se refiere, pueden deberse a su desenvolvimiento como Presidente durante el gobierno de transición que estuvo libre de acusaciones en su contra. En el caso de Alan García, se da todo lo contrario. Su gobierno anterior parece haber dejado una imagen más bien negativa en cuanto a su credibilidad entre los periodistas encuestados.

Aunque los planes de gobierno de la mayoría de candidatos no se han publicado o definido aún, nos interesó saber, qué candidato iba a presentar un plan de gobierno más sólido según los periodistas ([Véase Gráfico 7](#)). 51% de los encuestados señaló que Lourdes Flores Nano probablemente iba a presentar el plan de gobierno más sólido. Le sigue con bastante diferencia Alan García, con 17.5%. Los demás candidatos reciben pocas respuestas a favor, aunque cabe resaltar, que Jaime Salinas, candidato con un porcentaje modesto en los sondeos de opinión, alcanza el 10%.

Ya que algunos candidatos aún no han definido su plan de gobierno, resultó difícil para los periodistas responder a esta pregunta tomando en cuenta que 10% respondió que ninguno de los candidatos iba a presentar un plan de gobierno sólido a su parecer. Sin embargo, la

pregunta nos muestra una tendencia, así como la imagen que pueden tener los partidos y sus candidatos.

En cuanto a la pregunta de quién tenía la mejor estrategia de comunicación, 44% opinó que Alan García. Lourdes Flores le sigue con 27.5% y Jaime Salinas con 15% **(Véase Gráfico 8)**. Los resultados concuerdan con los de la pregunta de quién se desenvuelve mejor frente a los medios con respecto a Alan García y Lourdes Flores Nano. Sin embargo, llama la atención el alto puntaje alcanzado por Jaime Salinas con respecto a las preguntas anteriores. Pareciera que algunos periodistas han identificado un buen Marketing Político en el caso de la candidatura de Jaime Salinas.

Indagando acerca de cuáles eran las oficinas de prensa más eficientes de los partidos/alianzas en campaña, el APRA obtuvo el 36%, seguido muy de cerca por Unidad Nacional con 32%. Nuevamente Justicia Nacional de Jaime Salinas ocupa el tercer lugar con 11.25% **(Véase Gráfico 9)**. Con respecto a los resultados, es sabido que el APRA cuenta con una organización partidaria eficiente a nivel nacional, siendo el partido tradicional que más afiliados ha podido conservar a través del tiempo. Justicia Nacional de Jaime Salinas parece estar cobrando presencia mediante un trabajo de prensa efectivo. Cabe resaltar, sin embargo, que 13% de los encuestados opina que ningún partido cuenta con una oficina de prensa eficiente.

Nuevamente quisimos comparar las respuestas de los periodistas limeños con las de sus colegas de provincia **(Véase Gráfico 9 a)**. En el caso del APRA, no observamos diferencias de percepción en cuanto a la eficiencia de las oficinas de prensa. En ambos casos, 36% de los periodistas las perciben como las más eficientes. En el caso de Unidad Nacional sí existe un margen de diferencia. Mientras que en Lima 47% opina que Unidad Nacional tiene las oficinas de prensa más eficientes, solamente el 20% de los periodistas en provincia lo perciben de esa manera.

Este dato resulta interesante, ya que en el caso de quién se desenvuelve mejor en los medios, Lourdes Flores Nano casi alcanzaba a Alan García en provincias. En el caso de su alianza Unidad Nacional, sin embargo, aún no es percibida de manera fuerte en provincias en cuanto a sus oficinas de prensa se refiere, pero sí en Lima.

Preguntados acerca de qué candidato tiene una mejor actitud hacia la prensa y es más accesible, 34% opinó que era Lourdes Flores Nano. Los siguientes puestos los ocupan Jaime Salinas con 17.5%, Alan García con

15%, Valentín Paniagua con 12.5% y Alberto Andrade con 11.25% **(Véase Gráfico 10)**. Aunque se puede concluir que Lourdes Flores Nano es la que obtiene el resultado más positivo en este aspecto, las preferencias por los demás candidatos se dan de manera más equitativa que en las preguntas anteriores. Este dato es interesante, ya que incluye por primera vez a Alberto Andrade en los resultados. Sobre todo los periodistas limeños tienen experiencias de relacionarse con el ex burgomaestre de Lima.

Formulando la pregunta a la inversa que en el caso del mejor desenvolvimiento frente a los medios, nos interesó saber qué candidato mostraba más debilidades a la hora de comunicar **(Véase Gráfico 11)**. Ollanta Humala fue percibido como el candidato con más debilidades de comunicación por 36% de los encuestados, seguido de Alberto Andrade con 31%. En el caso de Alan García, solo el 2.5% de los periodistas encontraron debilidades en su comunicación con la prensa. Lourdes Flores Nano es percibida solamente por el 6% de los encuestados como débil a la hora de comunicarse.

Llama la atención que aunque Ollanta Humala recién haya aparecido de forma oficial como candidato a la presidencia en los medios, ya sea visto como el candidato con las mayores falencias de comunicación. Alberto Andrade también es percibido como un débil comunicador, pero en su caso, se trata de un personaje ya conocido por la prensa.

Consultados acerca de quién tiene las mejores opciones de ser el próximo presidente del Perú, basado en su experiencia profesional como periodistas, el 67% de los periodistas encuestados opina que es el caso de Lourdes Flores Nano. Le siguen con bastante diferencia Valentín Paniagua con 11% y Alan García con 7.5% **(Véase Cuadro 12)**.

Esta vez también comparamos los resultados entre los periodistas capitalinos y de provincia **(Véase Gráfico 12 a)**. Los resultados fueron similares, aunque en el caso de los periodistas limeños un 72% piensa que Lourdes Flores Nano será la próxima Presidenta del Perú. Valentín Paniagua cobra más importancia en provincias, con el 15%.

Para finalizar el estudio, quisimos indagar acerca de qué opinaban los periodistas a título personal de la posibilidad que una mujer se convierta en Presidenta de la República por primera vez en la historia del país **(Véase Gráfico 13)**. 65% de los encuestados respondió que era lo mismo contar con una mujer o un hombre al mando del país. 21.5% afirmó que debería ser una mujer esta vez, mientras que 13% de los encuestados opinó que el país era muy complejo para ser gobernado por



una mujer y el Presidente debía de ser un hombre. Estos datos resultan interesantes tomando en cuenta que 72.5% de los periodistas encuestados fueron hombres. Pareciera que el género no es visto como un atributo importante por parte de los periodistas a la hora de evaluar un posible candidato. Cabe resaltar que 40% de los encuestados tiene entre 25 y 35 años. Es decir, que se trata de una muestra de personas relativamente jóvenes.

## **Conclusiones**

Es importante resaltar que un estudio como el realizado es solamente una representación de un fenómeno de la realidad en un espacio de tiempo definido. La contienda electoral recién comienza y las percepciones de los periodistas lógicamente pueden variar en el transcurso de los meses. Sin embargo, este estudio nos ha sido útil para analizar en profundidad el desempeño y la imagen que proyectan los candidatos frente a los periodistas. También se debe tomar en cuenta que 80 entrevistas solo pueden darnos un acercamiento general a la realidad.

Es interesante constatar que muchos aspectos de la imagen que tienen los candidatos en la opinión pública también son vistos de forma similar por los profesionales de la comunicación. Alan García, por ejemplo, es percibido como un hábil comunicador, pero con poca transparencia y credibilidad. Esta es una imagen que ya se ha convertido en su "marca personal". Valentín Paniagua, por el contrario, tiene la imagen de ser muy creíble y transparente, es decir de un hombre honesto. Lourdes Flores Nano es vista como la más accesible hacia la prensa, lo cual va de acuerdo a su imagen de mujer correcta y amable. A la hora de exponerse a los medios, los candidatos políticos son catalogados con atributos bastante enraizados en la opinión pública. He allí también la importancia del Marketing Político para ganar una elección. Los asesores políticos tienen que saber aprovechar los atributos positivos a favor del candidato y diseñar estrategias de comunicación para contrarrestar los atributos más bien negativos.

En general, resulta muy importante para los candidatos ser percibidos de forma positiva por los periodistas, que aunque no sean un grupo de votantes muy grande, son los que al final informarán a la ciudadanía acerca de los candidatos. El porcentaje de votantes que son convencidos por un candidato durante un Mitin Político es ínfimo. Las elecciones hoy en día se deciden a través de los medios de comunicación, con ayuda del trabajo de los periodistas. En una contienda electoral democrática,

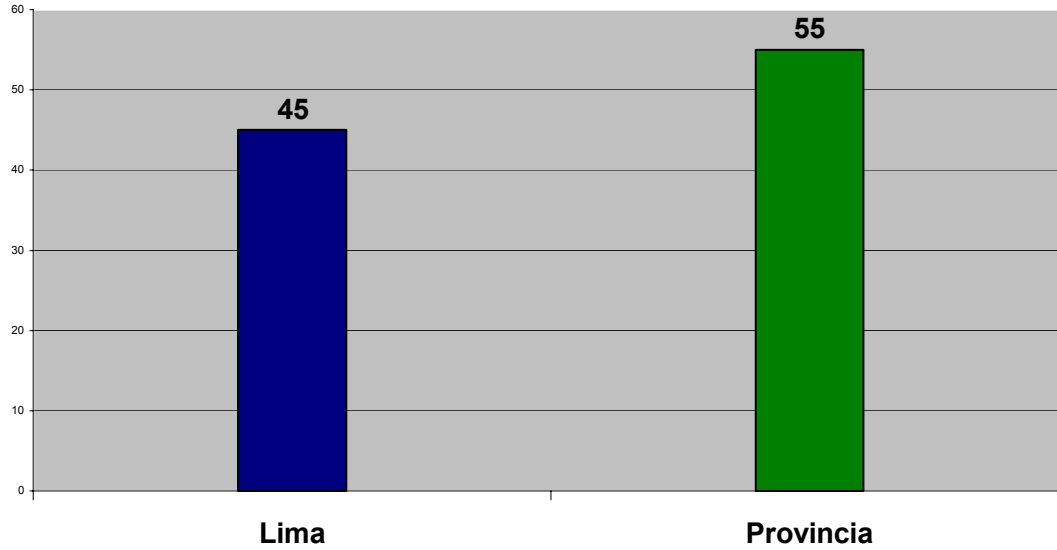
éstos tratarán de informar de la manera más objetiva posible, pero siempre se verán condicionados por el trabajo de comunicación política que realiza un candidato. Un aspirante a la presidencia que no sepa transmitir sus mensajes políticos a través de los medios de forma eficiente, tendrá pocas opciones de ser escuchado y considerado por el electorado.

---

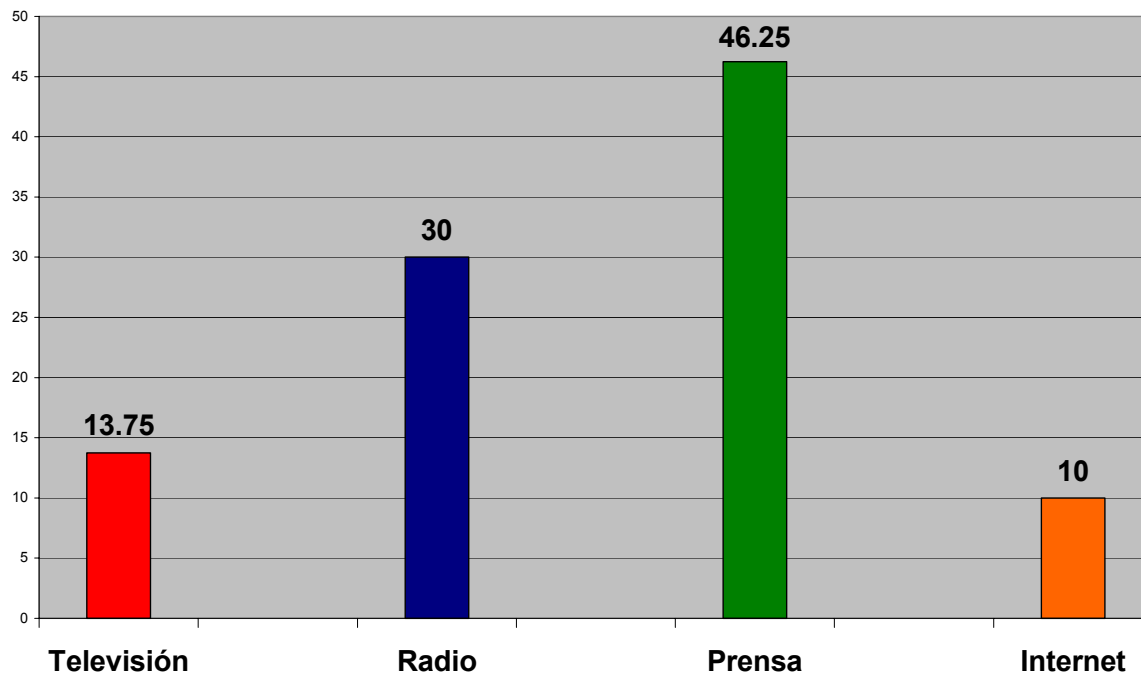
El autor es consultor independiente para el Programa "Medios de Comunicación y Democracia en América Latina" de la Fundación Konrad Adenauer en temas de marketing político, RRPP, organización de eventos y publicaciones. Graduado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima con especialidad en Publicidad, Marketing y Periodismo. Tiene una maestría en Marketing de la London Metropolitan University de Inglaterra.

# GRÁFICOS

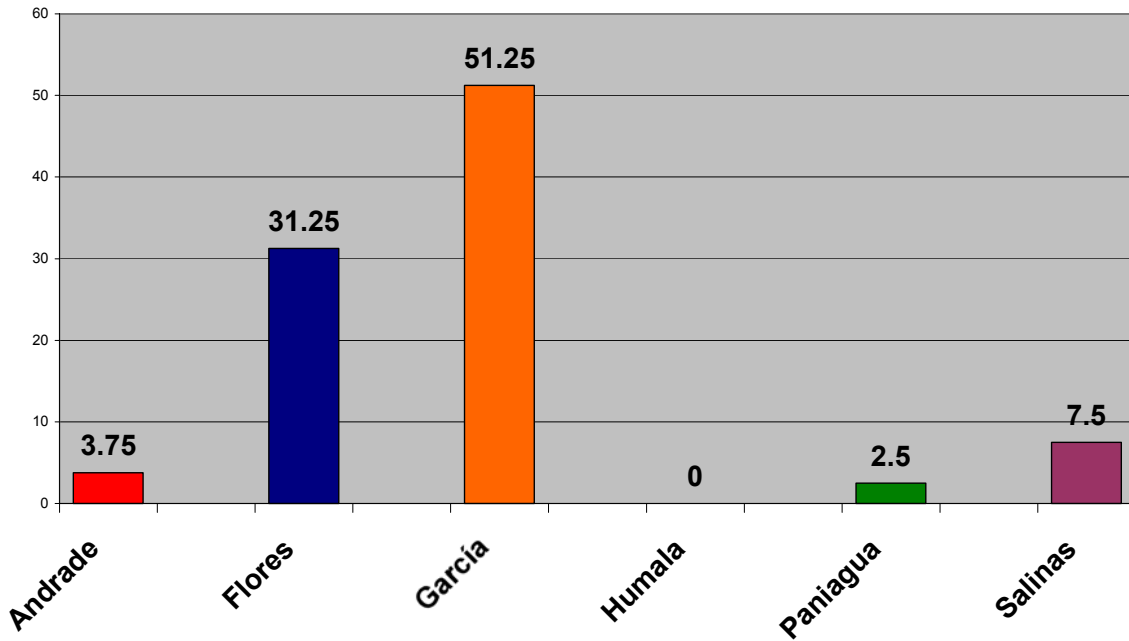
Participación Lima/Provincia %  
Gráfico 1



Medio en que trabajan los encuestados (%)  
Gráfico 2

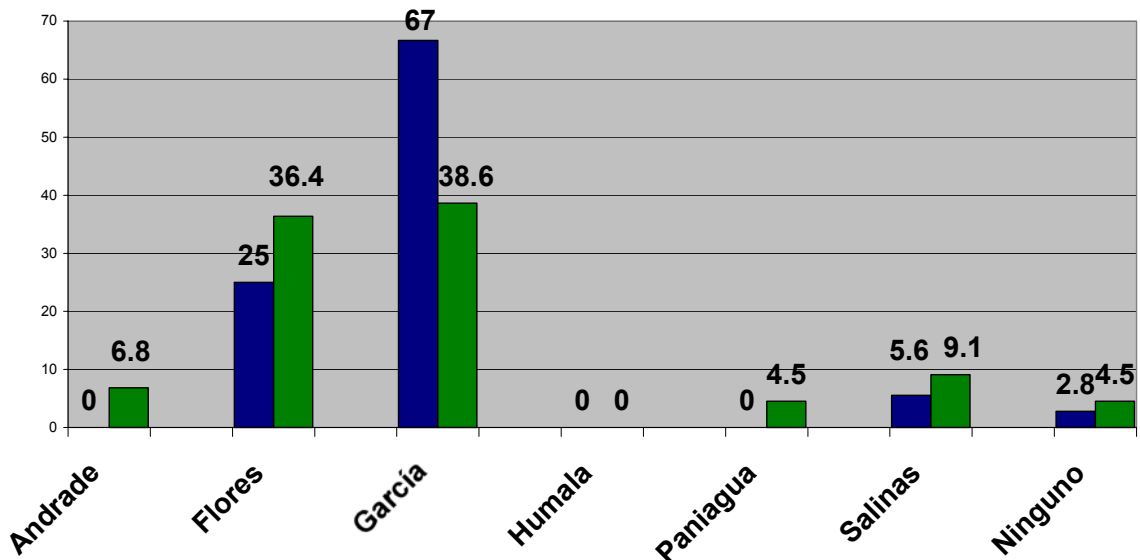


**Se desenvuelve mejor frente a los medios %  
Gráfico 3**



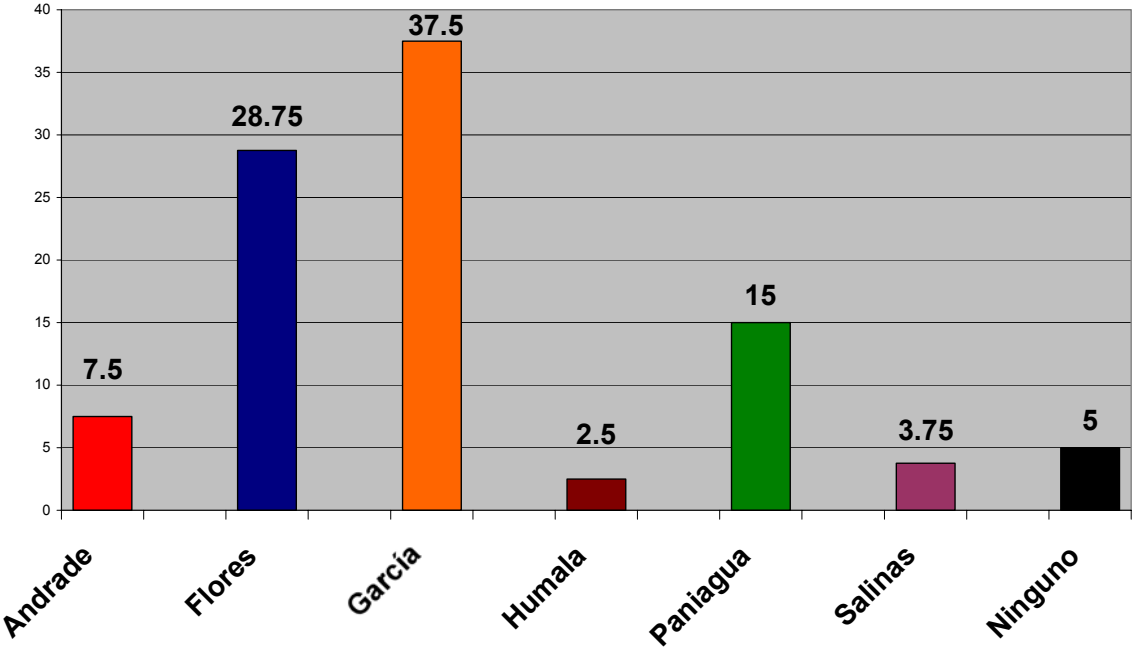
**¿Qué candidato se desenvuelve mejor en los medios? % Lima vs.  
Provincia**

**Gráfico 3 a  
LIMA - PROVINCIA**



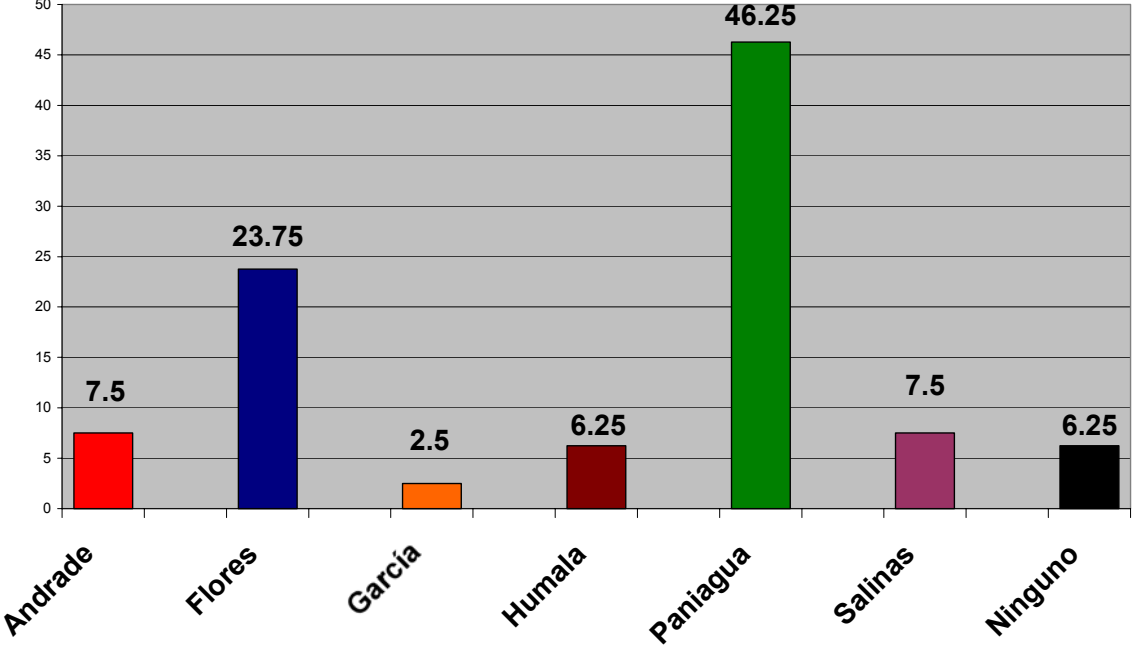
**Candidato más carismático %**

**Gráfico 4**

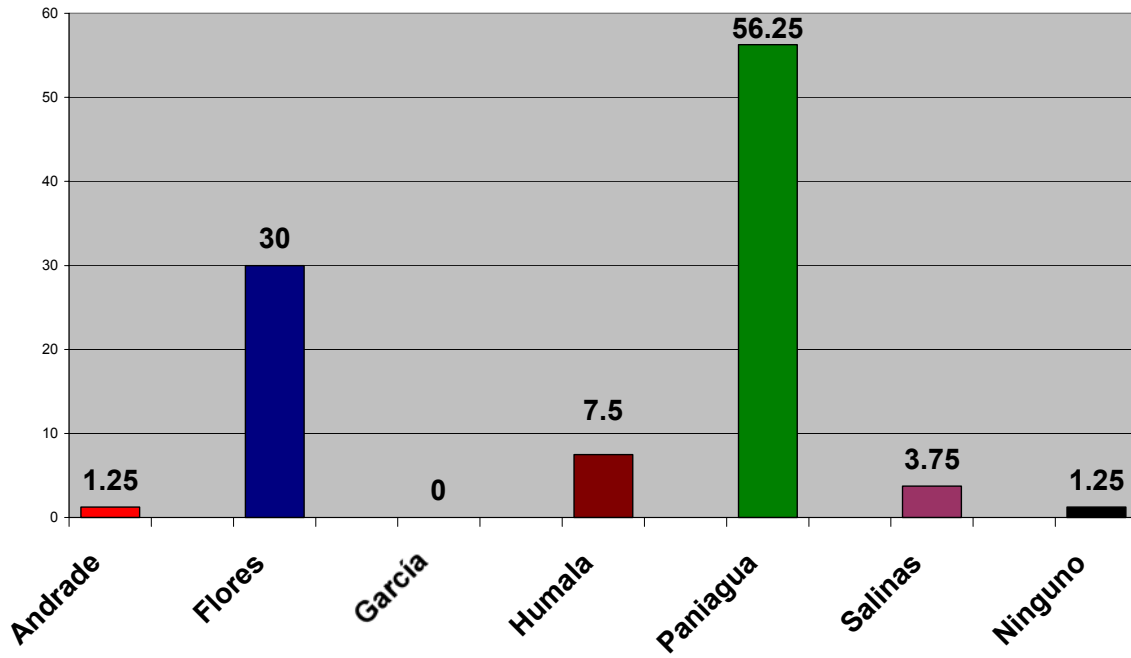


**Candidato más transparente %**

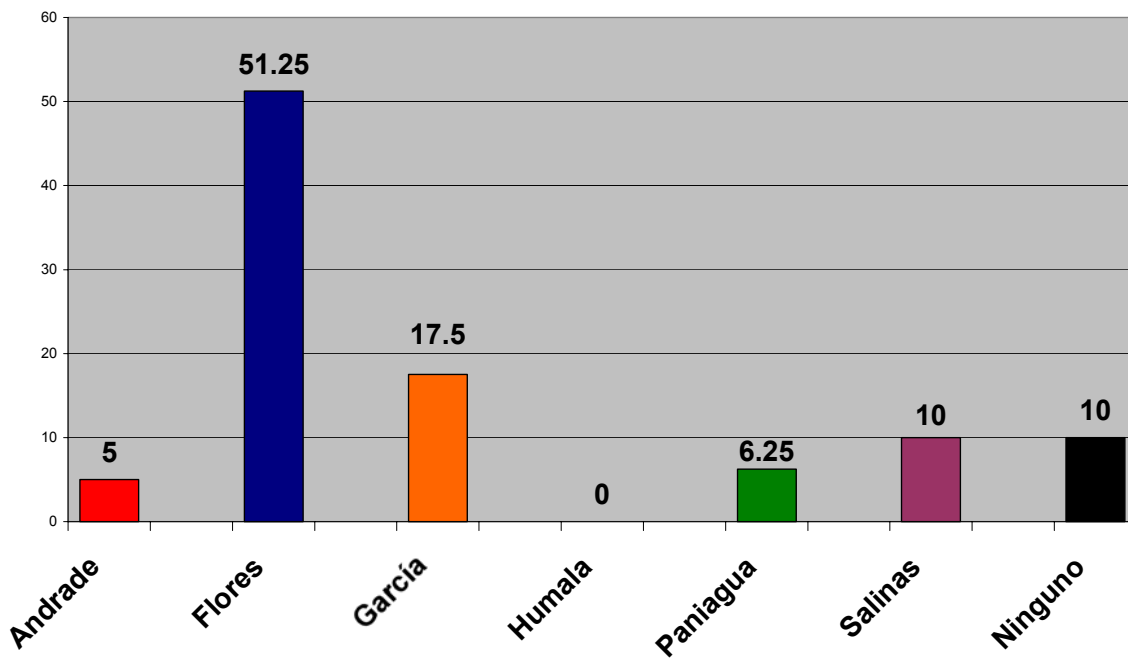
**Gráfico 5**



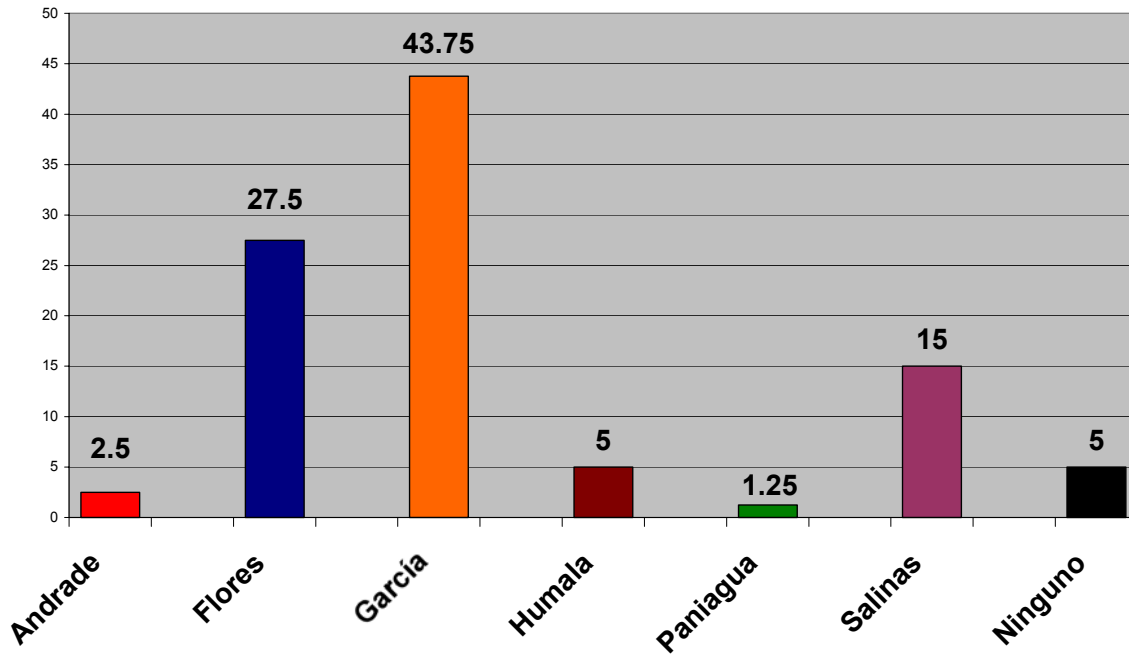
Candidato con más credibilidad %  
Gráfico 6



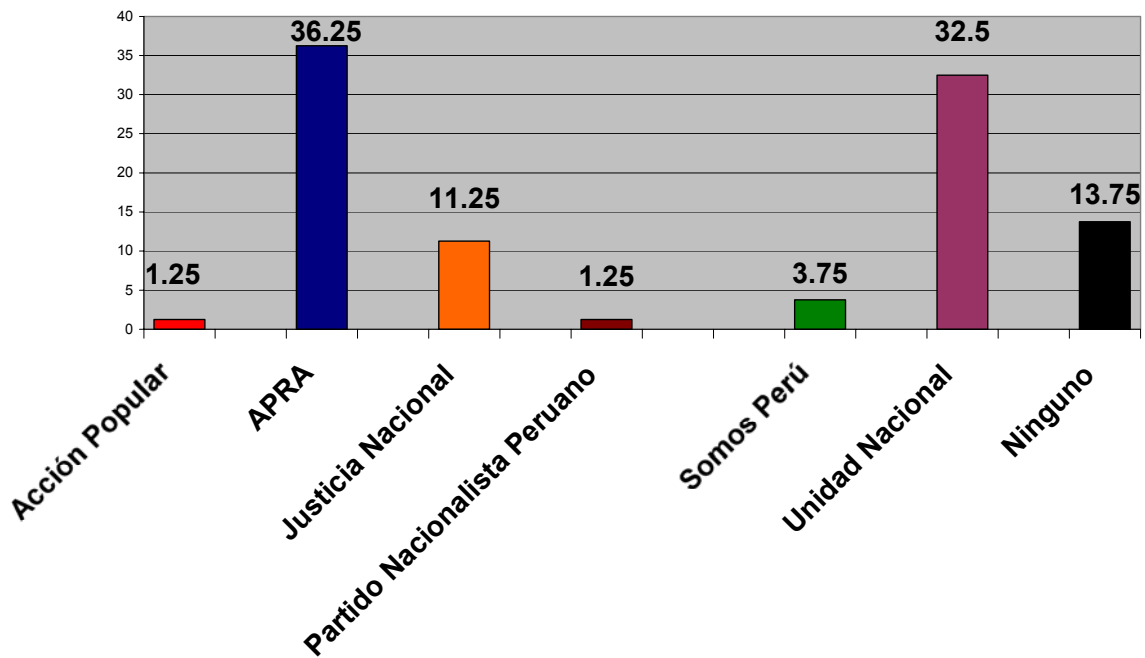
Posible plan de gobierno más sólido %  
Gráfico 7



Mejor estrategia de comunicación %  
Gráfico 8

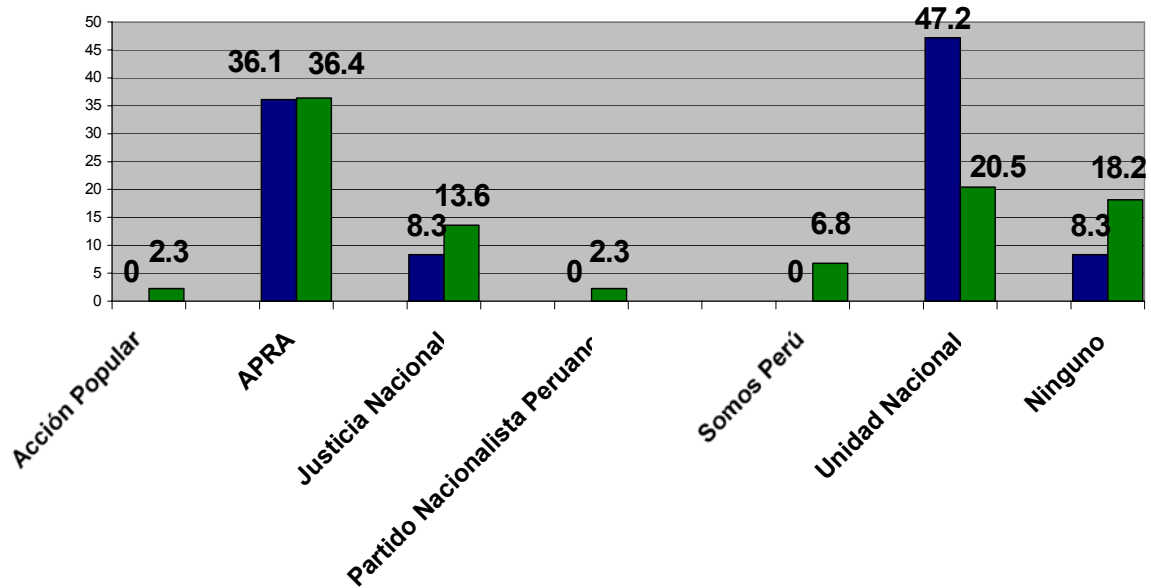


Partidos/Alianzas con oficinas de prensa más eficientes %  
Gráfico 9

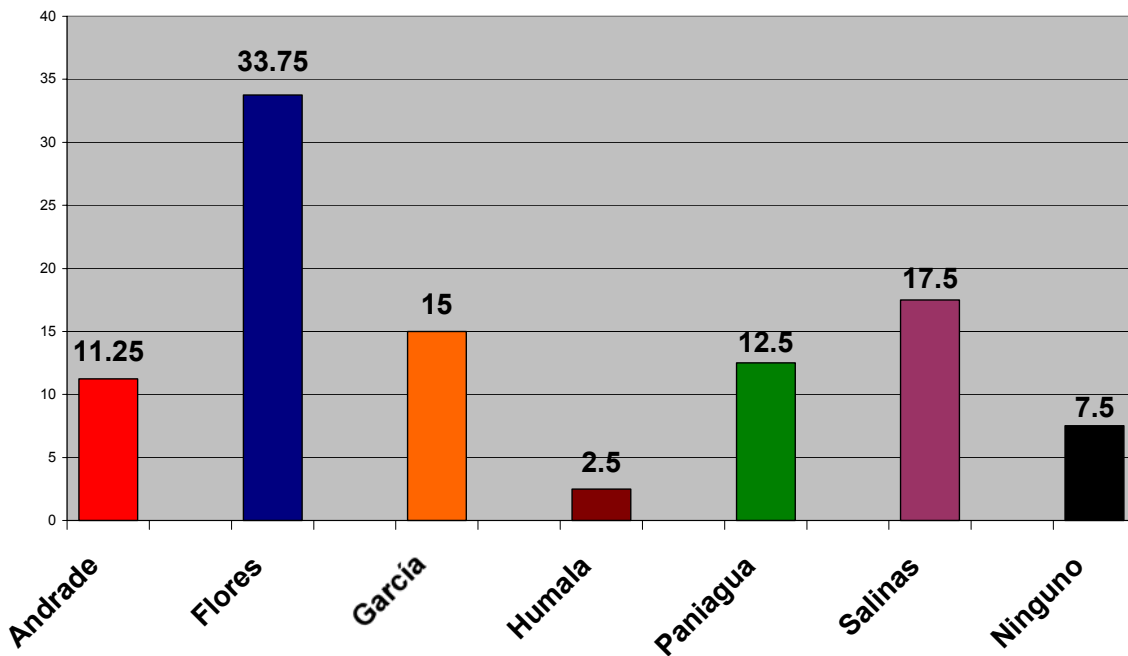


¿Qué partido alianza tiene las oficinas de prensa más eficientes? Lima vs. provincia %

Gráfico 9 a  
LIMA - PROVINCIA

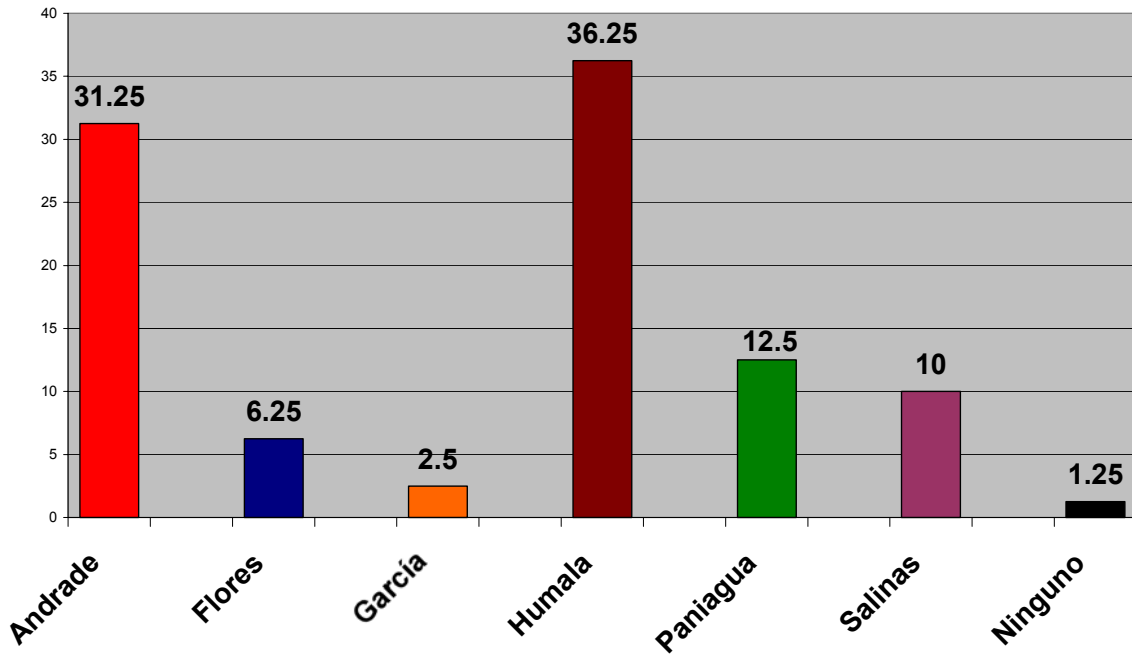


Candidato más accesible a la prensa y con mejor actitud %  
Gráfico 10

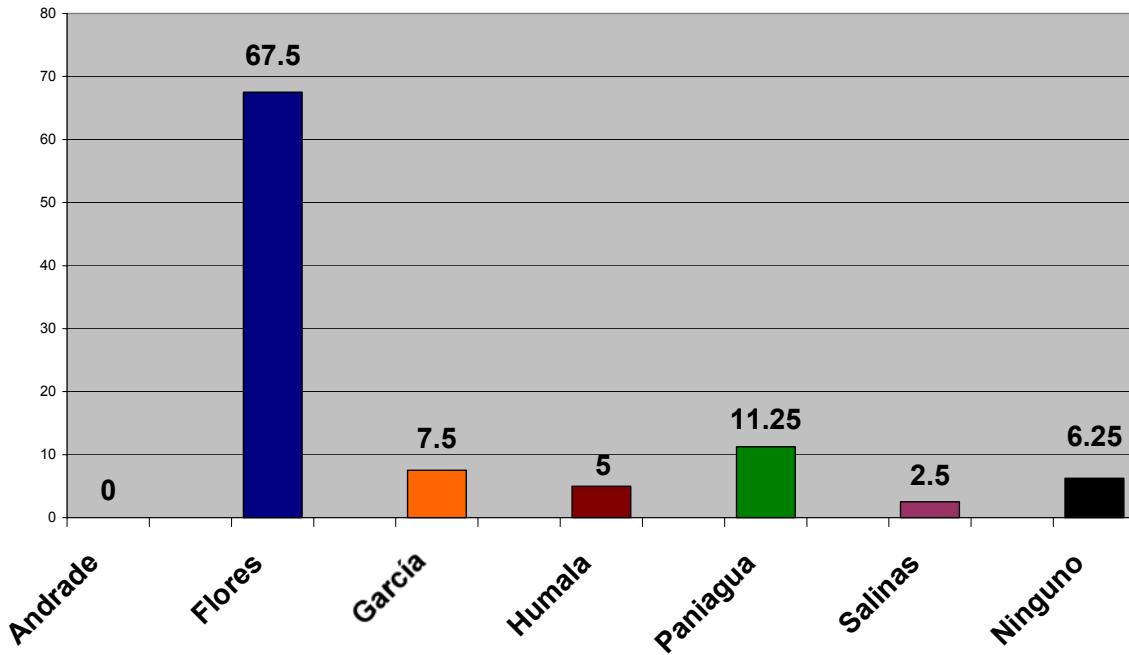




**Candidatos con más debilidades de comunicación %**  
**Gráfico 11**

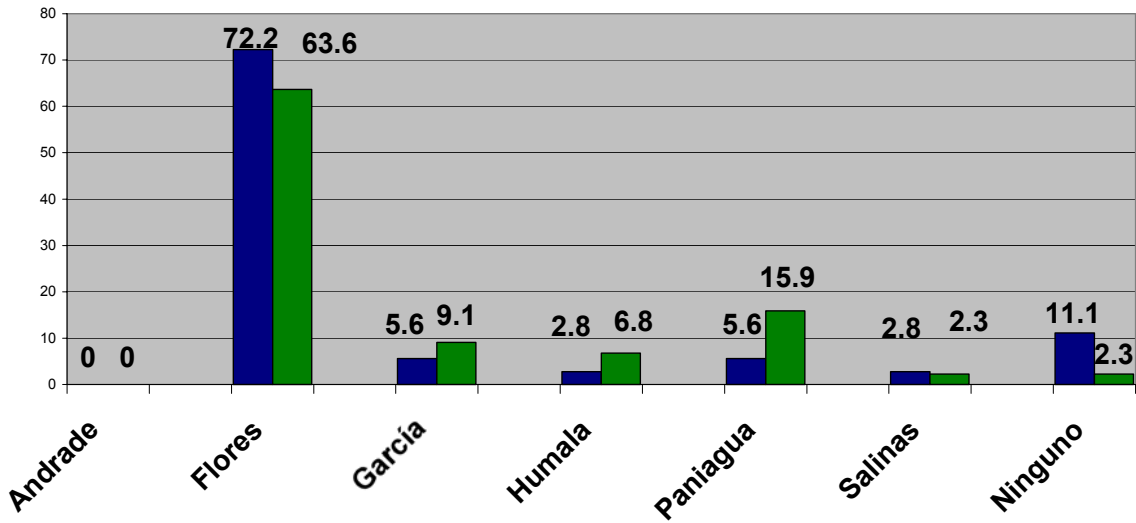


**Candidato con las mejores opciones de ser presidente %**  
**Gráfico 12**

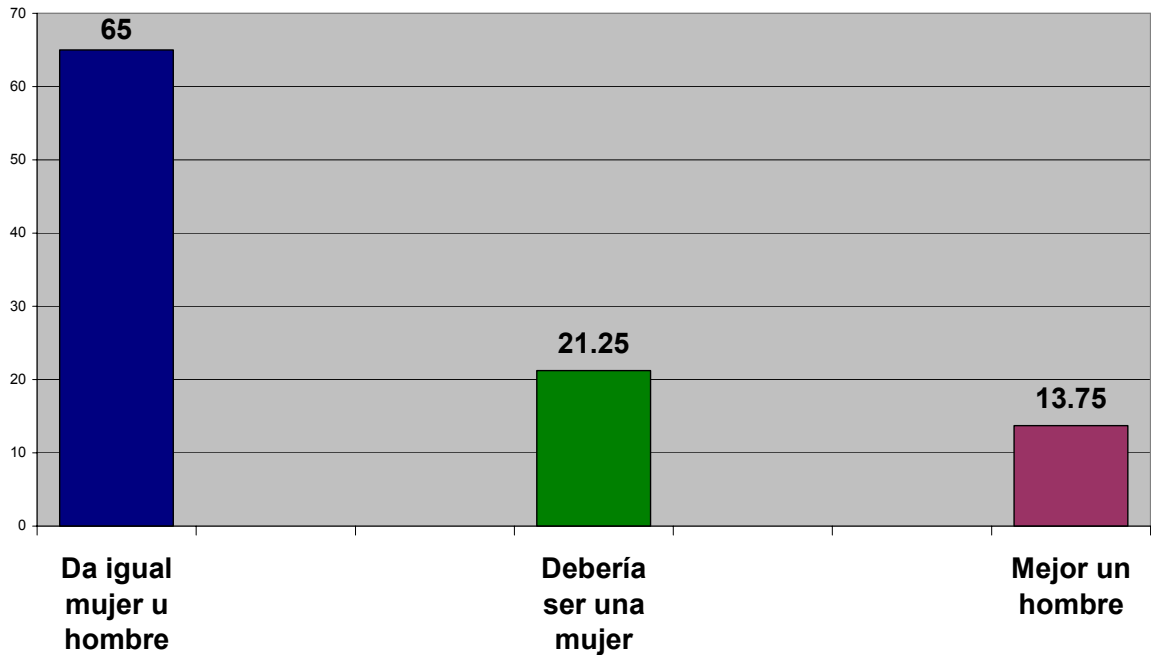


**Candidato con las mejores opciones de ser presidente - Lima vs. Provincia %**

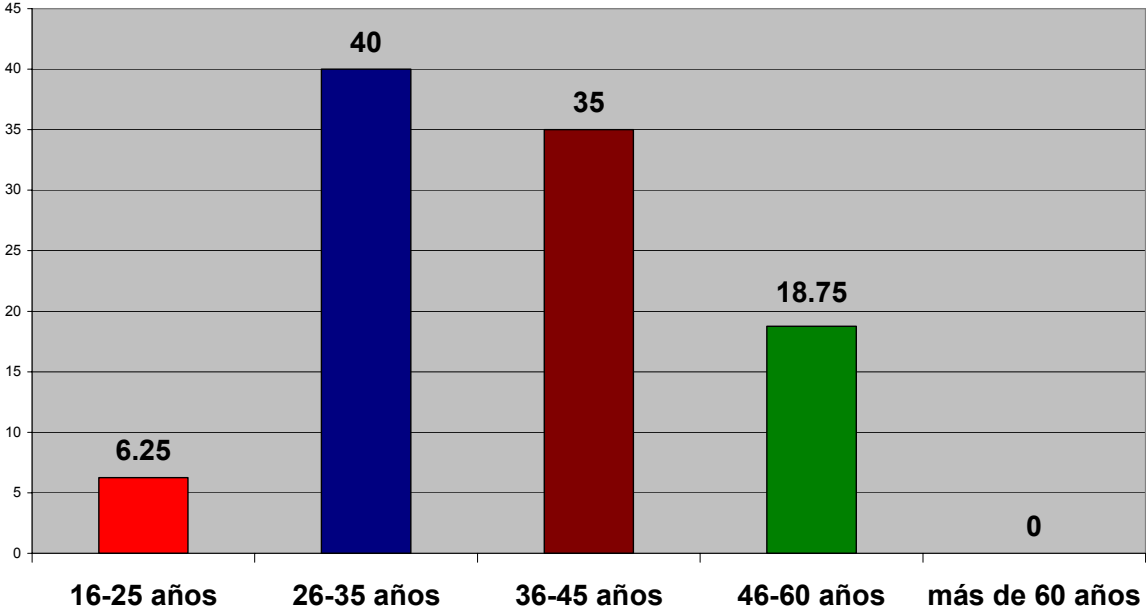
**Gráfico 12 a**  
**Lima - Provincia**



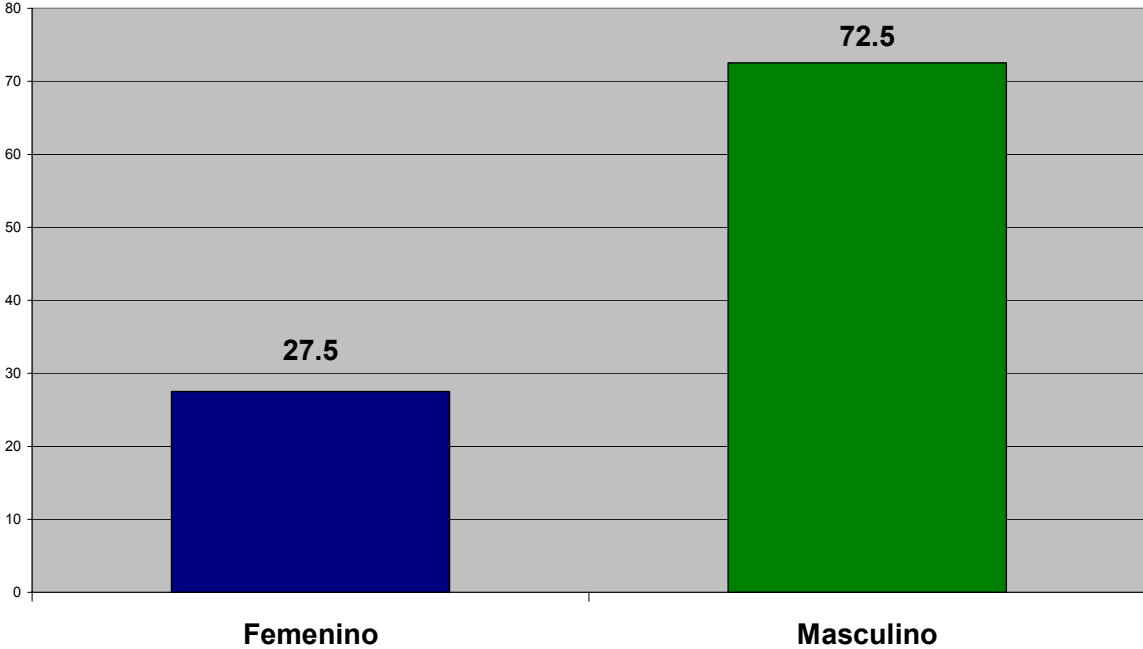
**Qué opina de tener a una mujer como presidente %**  
**Gráfico 13**



**Edades de Participantes %  
Gráfico 14**



**Género de participantes %  
Gráfico 15**



## ANEXO I

### ENCUESTA SOBRE CANDIDATOS PRESIDENCIALES

**a) Usted trabaja como periodista en:**

- 1 La capital del país
- 2 Provincia

Rpta \_\_\_\_\_  
(marcar solo una respuesta, se refiere a su trabajo principal)

Cuidad \_\_\_\_\_

Departamento \_\_\_\_\_

**b) Usted trabaja como periodista en:**

- 1 Televisión
- 2 Radio
- 3 Prensa
- 4 Internet

Rpta \_\_\_\_\_  
(marcar solo una respuesta, se refiere a su trabajo principal)

**c) ¿Qué candidato presidencial se desenvuelve mejor en los medios?**

(\*candidatos en orden alfabético)

- 1 Alberto Andrade\*
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**d) ¿Qué candidato presidencial es el más carismático?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**e) ¿Qué candidato es el más transparente?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**f) ¿Qué candidato presidencial tiene más credibilidad?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**g) ¿Qué candidato tiene un plan de gobierno más sólido a su parecer?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**h) ¿Quién tiene la mejor estrategia de comunicación para su campaña?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**i) ¿Qué alianza o partido político tiene las oficinas de prensa más eficientes?**

- 1 Acción Popular
- 2 APRA
- 3 Justicia Nacional
- 4 Partido Nacionalista Peruano
- 5 Somos Perú
- 6 Unidad Nacional

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**j) ¿Qué candidato tiene la mejor actitud hacia la prensa y es más accesible?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**k) ¿Qué candidato demuestra más debilidades a la hora de comunicarse?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**l) ¿Quién tiene las mejores opciones de ganar las elecciones?**

- 1 Alberto Andrade
- 2 Lourdes Flores
- 3 Alan García
- 4 Ollanta Humala
- 5 Valentín Paniagua
- 6 Jaime Salinas

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**m) ¿Qué opina de la posibilidad de contar con una mujer como presidente?**

- 1 No hay diferencia que sea presidente mujer u hombre
- 2 Una mujer es lo que necesita el país
- 3 El país es muy complejo para ser gobernado por una mujer

Rpta \_\_\_\_\_  
marcar una sola respuesta

**n) Información adicional:**

**EDAD**

- 1 16 - 25 años
- 2 26 - 35 años
- 3 36 - 45 años
- 4 46 - 60 años
- 5 más de 60 años

Rpta \_\_\_\_\_

- 1 Femenino
- 2 Masculino

Rpta \_\_\_\_\_

**Email:** \_\_\_\_\_