

ABRIL 2026

# EL CONSULTOR




## Primera indiscutible, final impredecible

Keiko Fujimori aseguró su pase al balotaje y espera el desenlace entre Sánchez y López Aliaga



**SIN GUERRA  
NO HAY PODER**

GUERRA  
PODERA  
ESTRATEGAS EN COMUNICACIÓN

 +51 966727744 (Perú)

**Tu *victoria***  
**empieza con**  
**una buena**  
***estrategia***



# INDICE

**05** EDITORIAL  
Entre el giro a la derecha y la incertidumbre de la segunda vuelta.

**06** LA MANCHA INDELEBLE

DEL VOTO A LA DISPUTA. UNA LEGITIMIDAD BAJO ASEDIO **10**  
Por Sandra Guerra

CAMPAÑA DE CAOS **12**  
A río revuelto, ganancia de pescadores  
Por Guillermo Vásquez

**14** EL BALOTAJE DEL ENGAÑO Y LA FARSA DE LOS OUTSIDERS  
Por Gabriel Durand

**17** CEREBROS, DATOS Y GARGANTAS  
La Arquitectura del Poder en el Perú  
Por Eduardo Aucalla

ELLOS POSTEAN, NOSOTROS LO PUBLICAMOS **20**  
Selección de publicaciones de actores políticos en X

LECTURAS RECOMENDADAS **21**  
Una apretada selección de títulos imperdibles

**22** UN MINUTO EN LA HISTORIA  
El Chino no es un tonto  
El terremoto político de los noventa, en el Perú

## SOCIEDAD PERUANA DE CONSULTORES POLÍTICOS - SOPECOP

### Comité Ejecutivo

Richard Tapia  
Presidente

Luis Cabrera  
Vicepresidente

Guillermo Vásquez  
Secretario

### Consejo Consultivo

Luis Nunes  
Giovanna Peñaflor

### Asociados

Héctor Venegas Sandra Guerra  
David Abello Katty Mundo

Giovanni Berroa  
Javier Calle  
Ximena Cervantes  
Carlos Falcón  
Dámaso Fonseca  
Eduardo Aucalla

Wilson Mostacero  
Tabata Vivanco  
Gabriel Durand  
Richard Sánchez  
Roberto Soto  
Héctor Charry

### EDITA

Sociedad Peruana de  
Consultores Políticos -  
SOPECOP

[www.sopecop.org](http://www.sopecop.org)

Diseño y Maquetación:  
PMG

**ABRIL 2026**

# EDITORIAL

## Entre el giro a la derecha y la incertidumbre de la segunda vuelta

Los resultados de la primera vuelta electoral en el Perú han dejado un mensaje político claro, aunque no necesariamente simple: el electorado ha optado por un giro hacia la derecha, impulsado por el cansancio frente a la inestabilidad, el desgaste institucional y la incertidumbre económica que ha marcado los últimos años. Sin embargo, este aparente viraje ideológico no debe interpretarse como una consolidación doctrinaria, sino más bien como una reacción pragmática de una ciudadanía que busca orden, crecimiento y previsibilidad.

Durante los últimos procesos electorales, el Perú ha transitado por un escenario político caracterizado por la fragmentación extrema, la crisis de representación y la ausencia de liderazgos sólidos. La constante confrontación entre el Ejecutivo y el Legislativo, la sucesión de presidentes en corto tiempo y la incapacidad del sistema político para ofrecer soluciones estructurales han generado un clima de fatiga democrática. En este contexto, el electorado parece haber optado por candidaturas que transmiten firmeza, estabilidad y una visión más alineada con la economía de mercado.

Este giro hacia la derecha, sin embargo, no responde necesariamente a una adhesión ideológica profunda del electorado peruano. Más bien, refleja una búsqueda de certidumbre. El votante peruano, históricamente pragmático, no suele votar por doctrinas rígidas, sino por expectativas de gobernabilidad y bienestar. En ese sentido, la inclinación hacia opciones de derecha responde a la percepción de que estas podrían ofrecer mayor estabilidad económica, inversión y generación de empleo, especialmente en un momento donde la desaceleración económica y la inseguridad ciudadana se han convertido en las principales preocupaciones del país.

Otro elemento importante que explica este escenario es el debilitamiento de las propuestas de izquierda. Las divisiones internas, la falta de liderazgos cohesionadores y el desgaste de experiencias recientes han reducido su capacidad de convocatoria. A ello se suma la percepción de improvisación en algunas candidaturas y la ausencia de propuestas concretas que respondan a las demandas ciudadanas. Este contexto ha permitido que las opciones de derecha ganen terreno, posicionándose como alternativas más sólidas ante la incertidumbre.

Sin embargo, la segunda vuelta electoral abre un escenario completamente distinto. La lógica de la primera vuelta, marcada por la dispersión del voto, da paso a una dinámica de polarización donde las alianzas, los respaldos y la capacidad de ampliar la base electoral serán determinantes. Aquí es donde la narrativa política cobrará mayor relevancia que las propuestas técnicas. La segunda vuelta no se gana únicamente con programas de gobierno, sino con emociones, percepciones y capacidad de conectar con el votante indeciso.

Uno de los factores clave será la construcción de mayorías. Los candidatos que han pasado a la segunda vuelta deberán seducir a los votantes de las candidaturas que quedaron fuera. Esto implicará moderación del discurso, apertura al diálogo y la incorporación de agendas que representen a sectores diversos. En este punto, los extremos suelen perder terreno, mientras que las posiciones más conciliadoras tienden a ganar respaldo.

Asimismo, la campaña de segunda vuelta estará marcada por el contraste. La confrontación entre los dos finalistas será más intensa, y las estrategias de comunicación buscarán destacar fortalezas propias y debilidades del adversario. En este contexto, la experiencia política, la credibilidad y la capacidad de proyectar liderazgo serán elementos determinantes.

No obstante, también existe un riesgo. La polarización excesiva puede profundizar la fractura social y política del país. El Perú ya ha experimentado procesos electorales donde la segunda vuelta termina generando gobiernos con legitimidad electoral, pero con escasa gobernabilidad política. Este desafío será central para el próximo presidente: no solo ganar la elección, sino construir consensos para gobernar.

Otro aspecto a considerar es el rol del Congreso. Independientemente de quién resulte ganador, el nuevo mandatario deberá convivir con un Parlamento fragmentado, lo que obligará a una política de negociación permanente. Sin acuerdos mínimos, la gobernabilidad será difícil y el riesgo de nuevas crisis políticas seguirá latente.

En ese sentido, la segunda vuelta no solo definirá al próximo presidente, sino también el rumbo político del país. Si el giro hacia la derecha se consolida, podríamos ver una agenda centrada en la reactivación económica, el fortalecimiento de la inversión privada y políticas de seguridad más duras. Sin embargo, estas medidas deberán ir acompañadas de sensibilidad social, pues el Perú sigue siendo un país con profundas desigualdades. El electorado, por su parte, tendrá la responsabilidad de evaluar no solo promesas, sino también capacidades reales de gobierno. La experiencia reciente ha demostrado que ganar una elección no garantiza gobernar con eficacia. La segunda vuelta, entonces, será una oportunidad para que la ciudadanía reflexione sobre el tipo de liderazgo que necesita el país.

El Perú entra así en una etapa decisiva. El giro hacia la derecha parece marcar la tendencia, pero la historia electoral peruana demuestra que nada está definido hasta el último voto. La segunda vuelta será, en esencia, una batalla por la confianza. Y en un país cansado de la incertidumbre, quien logre ofrecer estabilidad con credibilidad tendrá mayores posibilidades de convertirse en el próximo presidente de la República.

# LA MANCHA INDELEBLE



POR LUIS NUNES B.

“las elecciones ya no solo se ganan o se pierden, también dejan marcas.”

**A** todos nos ha pasado: una camisa de un blanco impoluto, una corbata, una blusa o un vestido preferido, arruinado de pronto por una mancha que difícilmente se quitará, por culpa de un ají de gallina que nos salpicó sin querer o de la voracidad a la hora de comernos una salteña boliviana, que tiene un caldo espeso con gelatina, que al calentarse se vuelve líquido y que para colmo lleva aceite y especias?

Así es: una mancha política indeleble que también la tenemos en la elección que aún no termina. Suena a algo más que una simple frase... es casi un diagnóstico.

Y podría entenderse como ese hecho, decisión o maniobra que, aunque pase el tiempo y se puedan dar todos los discursos, explicaciones y narrativas posibles, ya quedó inexorablemente grabado en la memoria colectiva y afecta gravemente -casi de manera irreparable- la legitimidad del proceso y la participación de sus protagonistas, no olvidando tampoco el papelón a nivel internacional.

Y acá puede haber más de un organismo culpable, por ejemplo con: candidatos cuestionados que lograron avanzar pese a tener antecedentes graves comprobados; uso indebido del poder o recursos públicos durante el proceso; normalización de la mediocridad o la impunidad, que ya no escandaliza como antes porque la hemos “normalizado”, todo muy lamentable porque la lista es más amplia y vergonzosa.

Lo más delicado no es solo la mancha en sí... sino cuando el electorado empieza a verla como “parte del juego”. Ahí el problema “deja de ser electoral y se vuelve cultural”.

Un colega alemán muy pendiente de lo que pasa acá porque está casado con una peruana



me dijo hace días: “La elección del 2026 no solo elegirá autoridades; también pondrá a prueba si el Perú sigue dispuesto a convivir con manchas políticas que ya no se borran, o si finalmente decide enfrentarlas.”

Insistimos entonces: acá las elecciones ya no solo se ganan o se pierden, también dejan marcas. Algunos intentarán que se diluyan con el tiempo; otras ya se han convertido en manchas políticas indelebles, cicatrices que permanecen mucho después de cerradas las urnas.

La elección del 2026 parece encaminarse hacia una de esos hechos difíciles de borrar en la memoria nacional. No necesariamente por un hecho único y escandaloso, sino por algo más profundo y preocupante: la acumulación de tolerancias. Tolerancia a candidatos cuestionados, a partidos sin identidad, a alianzas contradictorias, a discursos que prometen lo que saben que no cumplirán.

Aquí no estamos ante un error puntual, sino frente a una degradación social progresiva. El

votante ya no se sorprende, calcula. Ya no exige coherencia, compara con el mal menor. Y en ese proceso, lo que antes hubiera sido inaceptable hoy se vuelve simplemente “parte del juego”, ya rayando en lo absolutamente pragmático.

La mala leche (frase registrada en la RAE), entonces, no está solo en los políticos. Está también en el sistema que los permite y la sociedad que, cansada o resignada, termina validándolos, porque la rodea la impunidad y la impotencia.

Hay una paradoja inquietante: mientras más fragmentado es el sistema político, más fácil es que lo cuestionable se diluya, como agua entre los dedos. Nadie concentra suficiente poder como para cargar con toda la responsabilidad, pero todos contribuyen al deterioro. Es la irresponsabilidad compartida, ese terreno donde nadie es completamente culpable, pero tampoco inocente: situación explosiva.

En este contexto, la ya posible segunda vuelta no necesariamente representará una depuración, sino más bien una elección entre

opciones que ya llegan con desgaste, con lastre en el ala, una mochila llena de odios y resentimientos. Y ahí aparece otra capa de la mancha: la sensación de que el ciudadano no elige lo mejor, sino lo menos riesgoso pero igual de malogrado y apesadoso.

Pero lo verdaderamente indeleble no es el resultado electoral. Es lo que queda después: la desconfianza que se profundiza; la idea de que las reglas no garantizan calidad y la percepción de que la política dejó de ser un espacio de representación para convertirse para muchos en uno de supervivencia.

Y sin embargo, hay una salida —aunque no inmediata, ni sencilla—: volver a “incomodar”. Volver a exigir. Romper con esa peligrosa adaptación a lo inaceptable. Hacer “bullá”, lo que no tiene por qué llevarnos a actos de violencia. Lo disruptivo tiene mucha creatividad. Y debe ser oportuna, no como la Sociedad Nacional de Industrias, el Colectivo Minería para todos y otros, que apenas hace dos semanas sacaron una propaganda de shock marketing en Medios, defendiendo la minería legal y lo dañino que sería para la salud y la educación perder el canon, descubriendo muy tarde el agua tibia.

Las manchas políticas no aparecen de la nada. Se forman lentamente, elección tras elección, concesión tras concesión. Y del mismo modo, solo pueden empezar a borrarse cuando una sociedad decide que ya no está dispuesta a seguir acumulándolas. Hartazgo ciudadano, antes que nos gane la “fatiga ciudadana”.

La elección del 2026 no definirá únicamente quién gobierna. Definirá, sobre todo, qué estamos dispuestos a tolerar como país.

Esta elección no será recordada por sus propuestas ni por la calidad de sus liderazgos. Será recordada, más bien, como otra oportunidad desperdiciada y, probablemente repetimos, como una mancha política indeleble que el país volverá a cargar sin hacerse realmente responsable de que en el fondo todos tenemos parte de culpa, porque la democracia no es sólo ir a votar, es una construcción ciudadana de todos los días.

Aquí no hay sorpresa. Lo que hay es repetición, el tropezar diez veces con la misma piedra.

Candidatos con cuestionamientos evidentes. Partidos convertidos en vehículos electorales,

sin doctrina (palabra en extinción). Discursos que prometen lo que saben —con absoluta claridad— que no van a cumplir. Y, frente a todo eso, un electorado que ya no se indigna: administra su decepción y vive en su burbuja o zona de comodidad.

Esa es la verdadera gravedad del momento. No estamos ante una crisis política coyuntural, sino frente a una degradación sostenida donde lo anormal se volvió rutina. En el Perú, la valla ya no está en elegir bien, sino en evitar lo peor. Y aun así, ni siquiera eso está garantizado.

La “mancha, el virus” no proviene de un escándalo específico. Proviene de algo más corrosivo: la renuncia colectiva a exigir estándares mínimos.

Se acepta que un candidato tenga sombras, siempre que el otro tenga más. Se tolera la incoherencia, siempre que sea “estratégica”. Se justifica la mediocridad, siempre que “se pueda ganar algo”.

Ese cálculo permanente es el que ha vaciado de contenido a la política con “P” mayúscula y la ha tirado al tacho.

Y mientras tanto, los partidos —si es que aún merecen llamarse así— operan como franquicias temporales. Sin cuadros, sin ideas, sin responsabilidad posterior. Aparecen en campaña, desaparecen en el gobierno, y reaparecen con otro nombre en la siguiente elección. Es un ciclo de reciclaje político donde lo único que no se renueva es la precariedad y los que tienen como profesión ser “operadores políticos”: esos siempre están ahí.

En ese escenario, una eventual segunda vuelta no corrige nada. Solo formaliza y maquilla el problema. Convierte la precariedad en decisión nacional y obliga al ciudadano a elegir no entre proyectos de país, sino entre riesgos distintos.

Se habla de democracia, pero cada vez se parece más a una “simulación funcional”: cumple con el procedimiento, pero falla en el propósito y eso es matar el alma de un país. En esa adaptación silenciosa a una política de baja calidad donde casi todo se negocia, todo se relativiza y nada termina siendo suficientemente grave como para generar un quiebre. El Perú no está frente a una elección decisiva. Está frente a una elección coherente con su deterioro. Y mientras no haya una ruptura —real, incómoda, exigente, invasiva—



con esa lógica, lo que vendrá después del 2026 no será muy distinto: más fragmentación, más improvisación y más distancia entre el poder y los ciudadanos.

La pregunta, entonces, ya no es quién va a ganar. La pregunta es más incómoda: ¿en qué momento el país decidió que esto era suficiente? ¿Es la frase de Zavalita actualizada? La elección peruana del 2026 no necesita un escándalo más para quedar marcada. Ya llega manchada. No por lo que va a pasar, sino por lo que el país ha decidido tolerar antes de que empiece. Porque aquí el problema no es un candidato en particular. Es el estándar completo.

Han competido figuras recicladas, outsiders improvisados y operadores políticos disfrazados de renovación. Algunos con investigaciones encima, otros con historiales (prontuariados), que en cualquier democracia mínimamente exigente, los dejarían fuera de carrera. Pero en el Perú no solo siguen en competencia: tienen opciones reales. Y eso ya dice todo: los partidos, por su parte, han terminado de “vaciar”. Son cascarones legales al servicio de candidaturas personales y de egos descomunales. No forman cuadros, ni construyen ideas. Solo alquilan el símbolo, negocian listas y sobreviven elección tras elección como franquicias políticas. Cambian de nombre, de alianzas y de discurso con una facilidad que ya ni siquiera genera vergüenza.

En paralelo, el financiamiento de campañas sigue siendo una zona gris donde todos sospechan, pero pocos quieren mirar demasiado. Aportes que aparecen tarde, gastos que no cuadran, estructuras que

se activan sin explicar de dónde sale el dinero. Nada nuevo. Nada resuelto. ¿Y el elector? Cansado, desconfiado, decepcionado y con cólera.

El votante peruano ya no espera integridad. Esperaba que no lo decepcionaran demasiado rápido. Ya no compara propuestas; compara riesgos. Ya no vota convencido; vota resignado. Y en esa resignación termina validando exactamente aquello que dice rechazar. Ese es el círculo vicioso perfecto.

Y siempre se habla de la Segunda Vuelta como si fuera un filtro de calidad. Es apenas un embudo que obliga a elegir entre opciones que ya pasaron un estándar bajísimo. No corrige la mediocridad; la legitima.

Y entonces llega el momento decisivo... y el país vuelve a elegir con el mismo argumento de siempre: "no es el mejor, pero es el que queda". Así se practican las malas mañas, las prácticas tóxicas: no con un gran fraude ni con un quiebre institucional espectacular, sino con algo mucho más silencioso y persistente: la renuncia a exigir partidos serios; la renuncia a castigar trayectorias cuestionables, y la renuncia a creer que la política puede ser mejor. Y eso es terrible: se llama "resignación". El resultado es una democracia que funciona en lo formal, pero que se vacía en lo sustancial. Se vota, sí. Se elige, también, pero cada vez representa menos. Eso ha pasado en Venezuela y en otros países.

Y todo está a la vista: las alianzas contradictorias, los candidatos que dicen hoy lo contrario de lo que defendían ayer, los equipos improvisados, las promesas inviables. y la falta

total de consecuencias: lo arriesgan todo, ya nada les importa, pueden vender hasta su madre. La elección del 2026 no va a degradar la política peruana. Va a confirmar su nivel actual.

La verdadera pregunta ya no es quién ganará. Es por qué, sabiendo todo esto, el país manipulado, sigue jugando con las mismas reglas, los mismos actores y las mismas excusas. Y esa respuesta —más que cualquier resultado electoral— es la que realmente debería preocupar. Cuando empezamos a escribir estas líneas, los lamentables sucesos ocurridos en varios Distritos de Lima y en dos ciudades norteamericanas, no estaban en nuestrabitácora. Se han dado entonces horas y días decisivos, mucha discusión sobre la legalidad de algunas normas tomadas bajo la presión de los tiempos, de la ciudadanía, de los partidos y de los medios de comunicación. Y ese 70% de los ciudadanos que antes había reprobado el comportamiento de los organismos electorales, debe ya rondar el 90%; lamentable, más aún si se ha presentado la "palabra maldita": fraude.

En todo caso, el 7 de junio dos partidos competirán en la Segunda Vuelta, y lo más seguro es que uno de ellos sea Fuerza Popular con su candidata Keiko Fujimori. Lo otro, se sabrá en las próximas horas y eso es lo que calificamos como "otra elección", tal cual lo indican los principales textos de la Ciencia Política y se comprueba en la realidad. En las últimas horas se han venido apagando los gritos de aquellos que se proclamaban ganadores y no lo lograron, aunque esta crisis logística y política hará que retrasen su reconocimiento a los que sí han logrado pasar al balotaje.

Ahora vienen las negociaciones y los reacomodos, el tragarse varios sapos por los excesos verbales y el respirar hondo; también sería bueno que los perdedores se tomaran un tiempo para reconocer sus errores, sus egos desmedidos y mala comunicación con mucha gente de a pie y traten de sacar algunas lecciones aprendidas. ¿Estaremos pidiendo mucho?

¿Y qué pasa con el elector? Se supone que le será más fácil votar entre dos opciones y olvidarse de esa cédula elefantiásica que esperamos no volver a ver nunca. Pero ¿y si no le gusta ninguno? ¿Pasaremos otras tres semanas con emociones que alterarán nuestro corazón y nos harán hacernos cada día un electrocardiograma? Estos días también conoceremos a quienes van a ser nuestros futuros senadores y diputados y, sin duda también nos dará algunas sorpresas, no todas muy agradables. Ellos serán los que realmente corten el jamón de la legalidad de muchas de las leyes que los diputados recién llegados empiecen a elucubrar, buscando sus quince minutos de gloria.

La Segunda Vuelta tiene como uno de sus objetivos principales que el presidente elegido represente a la mayoría de los votantes y no solo a una minoría en un escenario muy fragmentado. Ello obligaría a construir alianzas y consensos y reduce el riesgo de que gane alguien con poca gobernabilidad; o sea, da una decisión más clara entre dos opciones. Lo que tiene como desventaja es que si la campaña es sumamente agresiva, ello puede polarizar aún más al país y que se corre el riesgo de votar más por el rechazo al otro, que por convicción; esperemos que estas últimas circunstancias se disipen y dé paso a la esperanza de cinco años de gobernabilidad democrática. Ojalá, así sea.





# CUMBRE Montevideo

XXIV Cumbre Mundial de Comunicación Política

21, 22 y 23 Abril 2026

# 21, 22 y 23 de Abril

## Centro de Conferencias Intendencia de Montevideo

**El evento más importante en habla hispana**  
sobre comunicación, marketing y estrategia política  
llega por primera vez a Uruguay.

**INSCRIBITE AHORA EN**

[www.cumbrecp.com](http://www.cumbrecp.com)

ORGANIZA:



APOYA:





POR SANDRA GUERRA

# DEL VOTO A LA DISPUTA. UNA LEGITIMIDAD BAJO ASEDIO

**H**ay una vieja máxima que dice que las elecciones terminan cuando se cierra la última mesa. El proceso de 2026 en el Perú desmiente esa idea. No estamos ante un evento de resolución inmediata, sino ante una secuencia en desarrollo donde la aritmética de los votos es apenas el prólogo de una disputa mucho más profunda. El conteo ya no ofrece una fotografía definitiva. Abre paso a una fase de validación institucional y narrativa donde el resultado se construye lentamente, desplazando el eje de la decisión desde las urnas hacia las mesas de revisión y los tribunales.

Este cambio de paradigma no responde solo a la distancia corta entre candidatos. Es una transformación estructural en la mecánica del poder. La política peruana dejó de resolverse exclusivamente en el sufragio para entrar en una lógica de doble temporalidad: un primer tiempo técnico, el de votar, y un segundo tiempo estratégico, donde lo que define al ganador es la capacidad de interpretar y validar esas actas. En este escenario de márgenes mínimos, las observaciones e impugnaciones dejan de ser anomalías para convertirse en el epicentro de la lucha política.

## La construcción de la sospecha y el colapso logístico

Esta transición hacia un resultado administrado se alimenta de una narrativa activa que cuestiona la integridad del proceso. Pero esta vez, la sospecha tiene un asidero real: la precariedad del sistema. La cultura peruana convive con la informalidad, pero en estas elecciones la frontera se desdibujó de forma peligrosa. Resulta difícil explicarle al país cómo una empresa como Servicios Generales Gálaga, que ya arrastraba penalidades con la propia ONPE, terminó ganando un contrato millonario para la logística clave.

La seriedad de una elección presidencial se jugó en la urgencia de las redes. Mientras miles esperaban en las colas, se descubría que la



empresa contratada buscaba camiones y choferes a través de Facebook apenas días antes de la jornada. Esa improvisación no es solo un error administrativo; es la informalidad atrapando a la entidad que debe garantizar la fe pública. Cuando el material electoral no llega porque los camiones subcontratados a última hora no aparecen, la sospecha deja de ser una estrategia de campaña para convertirse en una consecuencia lógica de la ineficiencia institucional.

## El reality de las ánforas y la acefalía de la autoridad

En este contexto, la autoridad electoral parece atrapada en una inercia desconcertante. Mientras se reportan ánforas abandonadas en bolsas de basura, el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) ha tomado la medida inédita de denunciar penalmente a Piero Corvetto, jefe de la ONPE, por omisión de funciones y atentado contra el derecho al sufragio. La tensión institucional llegó a un punto de quiebre cuando Rafael López Aliaga anunció en sus redes sociales una recompensa de 20,000 soles para cualquier persona que enviara evidencia de irregularidades. Aunque la publicación fue retirada, el mensaje caló: un incentivo al delato que muchos interpretan como una bomba de tiempo para la paz social. El espectáculo de ver mesas instalándose un

día después de lo previsto refuerza la idea de una elección que se vive como un reality de etapas interminables. Esta modalidad de "elección extendida" genera una inestabilidad permanente donde la legitimidad de origen nace condicionada. El resultado ya no es un punto de llegada, sino el inicio de una guerra por el reconocimiento en un país que se percibe como un archipiélago de desconfianzas.

## Anatomía de la comunicación: ¿Por qué ganan los que ganan?

El análisis de la comunicación política en este 2026 revela que la victoria no es una cuestión de propuestas, sino de gestión de identidades y miedos. Aquí, la profesionalización de la comunicación ha dejado de ser empírica para convertirse en un campo de especialización.

•**Keiko Fujimori:** Gana porque entiende la política como una estructura de largo aliento. Su comunicación se basa en la previsibilidad. Ha consolidado una identidad digital que no busca nuevos electores, sino movilizar a una base jerárquica que valora el orden. Su campaña es un ejercicio de comunicación de crisis permanente: sabe blindar su 20% de voto duro mediante una narrativa de resguardo del sistema.

•**Roberto Sánchez:** Su ascenso ha sido una clase magistral de mimetismo. Logró que el sector rural lo perciba como el heredero de Pedro Castillo, usando el sombrero y un discurso de soberanía nacionalista. Detrás hay

una paradoja: su comunicación conecta con el resentimiento regional, a pesar de que su estilo de vida pertenece a los estratos altos de Lima. Sánchez gana terreno porque su mensaje es emocional y simbólico.

**·Rafael López Aliaga:** Su caída es el resultado de confundir la popularidad digital con la estructura política real. Su estrategia se centró en la saturación de redes y la agresión en Lima, pero fue incapaz de penetrar el sur. El electorado regional, que exige presencia física y territorial, lo castigó. Su comunicación terminó siendo una burbuja ruidosa sin arraigo orgánico.

### El botín electoral y el cementerio de partidos

La proliferación de 35 organizaciones políticas en la cédula no es un síntoma de vitalidad democrática, sino de una profunda descomposición. La política se ha convertido en un negocio de alquiler de vientres donde aventureros sin base jerárquica aspiran a la presidencia con la esperanza de obtener una cuota de poder o, al menos, el financiamiento público directo. Hay candidatos que han obtenido menos votos que los vecinos de su propio barrio; figuras que llegan a los 30,000 o 50,000 votos a nivel nacional, evidenciando que no existe una estructura partidaria, sino ambiciones personales disfrazadas de siglas.

La Ley de Organizaciones Políticas es implacable: para mantener la inscripción, los partidos debían superar la valla del 5% de los votos válidos a nivel nacional o colocar al menos 5 representantes en el Congreso. Al cierre de este conteo, el panorama es desolador para la mayoría. El JNE se prepara para la cancelación masiva de registros, lo que significa el fin de decenas de "franquicias" electorales que no lograron conectar con nadie.

### El ajedrez hacia octubre: Regionales y Provinciales

Este colapso nacional tiene un efecto dominó inmediato. El próximo 4 de octubre de 2026 se celebran las Elecciones Regionales y Municipales, y el tablero se está moviendo con desesperación. Los partidos que han perdido la valla en la general están tratando de salvar sus estructuras locales mediante alianzas de último minuto o mutando hacia movimientos regionales, que operan bajo reglas distintas.

La subsistencia de los partidos orgánicos está en juego. Mientras Keiko Fujimori utiliza su estructura disciplinada para proyectar candidatos en las 25 gobernaciones, la izquierda de Sánchez intenta capitalizar el impulso de la presidencial para capturar los gobiernos regionales del sur. Por otro lado, el espacio dejado por el naufragio de López Aliaga y otros caudillos limeños está siendo disputado por cuadros independientes que ven en octubre la oportunidad de capturar el presupuesto subnacional. El ajedrez político no descansa; la batalla por el control territorial de provincias y regiones será aún más fragmentada y feroz que la presidencial, consolidando un país donde la política se hace cuadra por cuadra, lejos de cualquier idea de nación unificada.

### El escenario de las sombras: Keiko vs. Sánchez

Al cierre de esta edición, el tablero nos devuelve a un escenario de ultraconfrontación. Con Roberto Sánchez desplazando a López Aliaga, el Perú se asoma a una segunda vuelta de extremos. Lo que viene es un choque de radicalismos: el miedo a la dictadura contra el miedo al caos. Sánchez ya asoma propuestas como la revisión total de contratos mineros y la convocatoria a una Asamblea Constituyente, mientras el fujimorismo se prepara para una campaña basada en el orden económico.

En medio de esta guerra, el sistema partidario se desmorona, dejando el camino libre para que la política se resuelva entre el odio y la supervivencia. En el Perú de hoy, ganar no es suficiente; el verdadero triunfo es construir un mandato que el país, en su compleja diversidad, esté finalmente dispuesto a reconocer.



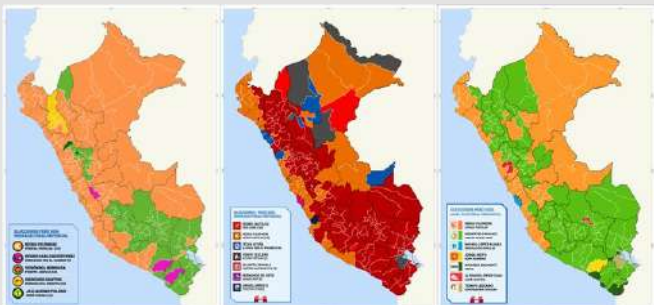
Roberto Burneo y Piero Corvetto y Roberto Burneo, jefes del JNE y la ONPE respectivamente, fueron citados a la Comisión de Fiscalización del Congreso para que expliquen las causas de los problemas en el proceso electoral, las medidas adoptadas y su impacto en los resultados.



Keiko Fujimori aguarda a su contendor de la segunda vuelta, que al cierre de la presente edición, se disputan voto a voto, Roberto Sánchez (JP) y Rafael López Aliaga (R)



Las presentes elecciones terminaron por sepultar a varios partidos políticos que participaron en ellas. Los ciudadanos, al parecer, castigaron, de esta manera, a varios políticos oportunistas que conformaron partidos políticos "cascarón". Ahora, que perdieron su inscripción, al no pasar la valla electoral, tendrán que reinscribirse a partir del próximo año.



A tener presente. Una comparación de los mapas electorales que dejaron los procesos electorales de los años 2016, 2021 y 2026 (según avance del conteo oficial, al cierre de la presente edición), imprescindible de cara a las próximas elecciones Regionales y Municipales de octubre próximo.



POR GUILLERMO VÁSQUEZ

# CAMPAÑA DEL CAOS

“A río revuelto, ganancia de pescadores”

Como ya lo había mencionado en ediciones anteriores de esta revista El Consultor –que publica mensualmente la Sociedad Peruana de Consultores Políticos SOPECOP-, esta elección ha tenido treinta y seis candidatos presidenciales lo cual hace que esta elección sea observada desde la ciudadanía e, inclusive, desde el exterior del país, como atípica, por decir lo menos, si acaso, en algunos espacios hemos sido el hazme reír de la política.

Es muy inquietante observar que, de esos treinta y seis candidatos presidenciales, veintisiete no han pasado la valla electoral, es más ni siquiera superaron el 2% de los votos válidos.

Es importante saber que de los 27'325,432 electores que tiene el padrón electoral, solamente asistieron 18'902,744 electores, de los cuales solamente 15'758,272 electores votaron correctamente, siendo estos los que se constituyen como votos válidos.

Es decir, que, del padrón electoral, solamente votaron correctamente solamente el 57.67%. [Los que asistieron a votar hacen un total de 69.18%, convirtiéndose en el nuevo 100% de los votos emitidos y de ese nuevo 100%, los votos válidos son el 83.36%]

Como podemos observar, en el resultado final del escrutinio, los que disputan la segunda vuelta son los candidatos Keiko Fujimori Higuchi, Roberto Sánchez Palomino y Rafael López Aliaga Cazorla que apenas llegan a las dos cifras de los votos válidos; es decir, que el próximo presidente del Perú no tendrá una genuina legitimidad popular.

De esta campaña del caos, veintisiete candidatos no debieron participar de éstas elecciones, ya que ni siquiera llegaron al 2% de los votos. Partidos que perdieron su inscripción partidaria, pero que, sin embargo, sí podrán participar de las elecciones municipales y regionales a realizarse en octubre del presente año.



## ¿Qué fue lo que ocurrió para que veintisiete partidos no pasen la valla electoral?

Antes, debemos visualizar que, en nuestro país, los ciudadanos no votan por el partido político, sino por el candidato, lo que nos permite afirmar, entonces, que fueron veintisiete candidatos los que hicieron perder la inscripción partidaria a sus respectivos partidos políticos patrocinadores o, mejor dicho, “vientres de alquiler”.

No obstante, esta afirmación no aplica a todos los casos en la práctica.

Se sabe que una campaña electoral debería destacar por las propuestas en todos sus niveles de concepto: Imagen del partido político ante la sociedad, imagen del candidato presidencial, imagen de los candidatos que acompañan en la fórmula presidencial, la imagen de los candidatos que acompañan en la lista de parlamentarios, el plan de gobierno –que casi nadie lee-, la estrategia de campaña, la estrategia de comunicación, la estrategia publicitaria –que no es lo mismo que estrategia de Marketing- y algunos cuantos etcéteras...

## Analicemos algunos de los casos:

- **El partido Somos Perú** llevó como candidato a George Forsyth quien por segunda vez no pasa la valla electoral haciendo perder al partido su inscripción partidaria. ¿Por quién votó el elector en este caso? ¿por el candidato o por el partido? Yo pienso que ambos jugaron un papel equivalente. Está demostrado que Forsyth no está preparado para una candidatura

presidencial, por ahora, yo le recomendaría que siga en su carrera municipalista.

- **El Partido Morado** llevó a Mesías Guevara como candidato presidencial. Mesías Guevara era un militante del partido Acción Popular que lo llevó a ser gobernador de Cajamarca, luego Guevara saldría del partido por los problemas internos, aunque muchos suponemos que lo hizo por la mala imagen que dieron, en su momento, los llamados “niños” que blindaron de las varias mociones de vacancias al expresidente Pedro Castillo Terrones. ¿Por quién votó el elector? ¿por el candidato o por el partido? probar. En mi opinión, muy mal asesorado. Pienso que, a diferencia del caso anterior, el peso del Partido Morado preponderó a la imagen individual del candidato, lo que, en efecto, le valió su derrota. Pienso que, si Mesías Guevara hubiera trabajado mejor la marca política personal que el discurso de plan de gobierno, le hubiera podido ir mucho mejor, toda vez que el elector lo hubiera identificado mejor a él que al Partido Morado que viene con un antecedente no muy favorable.

- **En el caso de la alianza política Unidad Nacional**, el candidato general (r) Roberto Chiabra preponderó por encima de la alianza y que el elector lo relacionaba más como candidato del tradicional Partido Popular Cristiano PPC que por el partido que realmente lo propone como candidato y del cual él es su fundador, Partido Unidad y Paz.

- **El partido Avanza País** tiene una larga data de referentes políticos, lo que lo convierte en un partido tradicional, pero poco estable en su

filosofía política, lo que significa una debilidad competitiva, según la opinión pública; su candidato general (r) José Williams Zapata –ex comando Chavín de Huántar-, al igual que el candidato anterior (general (r) Roberto Chiabra), tuvieron un rumor en contra, el hecho de que fueran acusados de cobrar doble sueldo durante su labor como congresistas de la República. Se sabe que estas acusaciones fueron desechadas por un argumento legal que afirma que una cosa es su pensión de jubilación y otra su sueldo como congresista, argumento que, aunque legalmente válido, el rumor tomó mayor fuerza en las percepciones del elector. Pienso que, ese rumor y las leyes denominadas “pro crimen” aprobadas por el Congreso de la República, acabaron con las aspiraciones de éstos dos candidatos, ello y la campaña no tan silenciosa –que, además, tuviera financiamiento de algunos grupos de interés político- titulada “Por ellos, no” y que muy bien circuló viralmente en las redes sociales con el hashtag “#PorEllosNo”, que incluía a todos los partidos políticos que poblaron nuestro alicaído Congreso de la República respecto de sus niveles de aprobación.

- **Otro caso** muy emblemático de esta contienda y de éstos partidos del 2%, es el general FAP (r) **Wolfgang Grozo Costa**, quien apareció en las encuestas en un nada despreciable 5to. Lugar en la intención de votos, mismo que le valiera temporalmente el calificativo de “outsider”, sin embargo, gracias a la difusión de una fotografía junto al controvertido y muy cuestionado empresario Zamir Villaverde, Grozo cayó en discrepancias y que, pienso yo, debido a un pésimo manejo de crisis, nunca supo, ni pudo, enmendar en la mente del elector, lo que lo colocó, finalmente, en la triste tabla de éstos 27 partidos que no pasaron el 2% de los votos válidos.

- **Quien se creía** que iba a tener un mejor resultado es **Rafael Belaúnde Llosa**, nieto del célebre expresidente Arq. Fernando Belaúnde Terry, por su expediente libre de escándalos y libre de cuestionamientos, Rafael Belaúnde tuvo un desempeño muy echado al discurso y poco emocional. Un episodio que fue calificado como “montaje” -o “armani” en el argot artístico-, Rafael denunció un supuesto asalto a mano armada, mismo que nunca se pudo comprobar. En mi opinión, muy mal asesorado.

- **Otros candidatos** se caracterizaron por su personalidad e imagen lúdica como, por ejemplo, **Álvaro Paz de la Barra** del partido Fe en el Perú, quien destacó por su sofisticado estilo de vestir y su parecido al fallecido expresidente Alan García Pérez en su estilo de retórica y hasta es su timbre de voz, pero,

lamentablemente, muy alejado del nivel del expresidente García; otro fue el exalcalde del distrito de San Juan de Lurigancho, **Álex Gonzales Castillo**, quien participó con su partido político Demócrata Verde y quien se propuso, ante el elector, como un candidato militarizado, vistiendo una chaqueta militar –valga la redundancia-, de faena, camuflada para transmitir un arquetipo de autoridad, ya que nuestro país viene soportando una crisis de inseguridad ciudadana. Buena la idea, pero mal implementada. En ambos casos, también, desde mi mirada, muy mal asesorados. La lista es larga para tratar caso por caso, pero he querido explicar algunos de ellos.

En toda esta vorágine de propuestas –malas, muy malas y pésimas- se destacó la ausencia de talento estratégico, la improvisación y, sumado a ello, el desentendimiento del ciudadano con la política, lo que diera como resultado este muy reprochable 2%, para, finalmente, tener en segunda vuelta a dos candidatos de muy mala reputación.

Aunque en el preciso momento de desarrollar el presente artículo, no se había determinado aún quiénes pasaron a segunda vuelta electoral, las tres alternativas fueron por demás altamente cuestionables.

Otra vez el peruano tendrá que decidir por el menos peor o, muy probablemente, por quien representa lo opuesto a lo deleznable, desde la polarización, es decir, un voto emocional, no racional y cuasi-irracional.

Cuando se supone que la estrategia ideal es la de diferenciarse, en esta campaña del caos sólo observamos improvisación al ritmo de las encuestas y al ritmo de la bulla de las redes sociales. Y, para colmo de males, un aparato electoral frágil y corrupto que, desde la mirada de millones de peruanos, se cometió intencionalmente un pseudo-fraude. ¿Por qué no fraude, tal cual? Porque estuvo plagado de errores voluntarios e involuntarios que no contradicen la legalidad, pero sí la ética. Aunque suene antagónico, la moral y la ética no son lo mismo, pero van de la mano.

De cara a la segunda vuelta electoral, se viene con mucha fuerza y vigor la campaña electoral municipal y de Gobiernos Regionales que, otra vez, llevará decenas de candidatos por distrito, provincia y región y, cada uno de ellos, con sus



respectivos candidatos a regidores.

Nuevos rostros se sumarán a los anteriores, rostros de políticos referentes respecto del ámbito municipal, pero bajo la influencia del partido o agrupación política y la influencia de la imagen del candidato presidencial de ese partido político.

Evidentemente, tendremos más improvisación y la idea de que lo que están haciendo es lo correcto, hasta que los resultados los aterrizan en la cruda realidad.

Para ellos –los candidatos municipales y regionales- no es tarde, deberán mirar con prolijidad los errores de sus candidatos presidenciales y hacerse la siguiente pregunta, ¿deseo ganar las elecciones o deseo ganar experiencia?

Si su respuesta es “ganar las elecciones”, no deje nada al azahar, no deje espacio para ser devorado por el caos ineludible de una campaña electoral de numerosos partidos y numerosos candidatos, en donde su discurso no se entenderá, no se memorizará y en donde usted no será recordado si no consigue fijar su propuesta en el cerebro y en el corazón del elector.

¿Qué quiere usted que le desee?

¿Buena suerte o éxitos en su campaña?

Si determina un exacto diagnóstico, podrá tener la información para diseñar una acertada estrategia y su campaña electoral podrá ser exitosa.

Si no traza una estrategia adecuada, su campaña electoral, por muy bonita que parezca, dependerá de la suerte...



POR GABRIEL DURAND

# EL BALOTAJE DEL ENGAÑO Y LA FARSA DE LOS OUTSIDERS

*No fue el voto, fue la narrativa: encuestadoras inflaron candidatos, fragmentaron el electorado y condicionaron el resultado. Álvarez, Belmont y otros nombres fueron puestos en escena para dividir el voto, mientras el verdadero juego se decidía entre pocos.*

# T

ras un nuevo quinquenio, el Perú vuelve a enfrentarse a su propio reflejo político. No se trata solo de una elección más, sino de la confirmación de un patrón: la reiteración de errores, la persistencia de

actores y la incapacidad estructural del sistema político para renovarse con solidez.

Esta vez, la ciudadanía no fue simplemente engañada por cifras, sino por narrativas. No fueron las encuestas; fueron las encuestadoras las que, en muchos casos, terminaron construyendo realidades paralelas, instalando candidaturas y moldeando percepciones en un electorado cada vez más fragmentado y menos informado.

El resultado es un balotaje que remite inevitablemente a la contienda del 2021. Keiko Fujimori vuelve a escena, consolidando su vigencia política pese al desgaste acumulado, mientras que al frente emerge una figura que, para muchos, representa una reedición del fenómeno antisistema: Roberto Sánchez. Un "Castillo 2.0", como algunos lo han denominado, no tanto por su origen o estilo, sino por la carga simbólica que representa para un sector del electorado que sigue votando más contra el sistema que a favor de una propuesta.

La ironía política es evidente. Fujimori enfrenta hoy a un adversario que, en otro momento, pudo haber sido neutralizado. Lo tuvo -como se dice coloquialmente- "con la cabeza en bandeja". Sin embargo, no se comió ese platillo y no consumó el golpe político definitivo. La decisión, o la omisión, hoy se traduce en una contienda que reabre viejas heridas y reconfigura alianzas impensadas. La política peruana, una vez más, demuestra que no hay errores pequeños cuando se trata de cálculo estratégico.

Roberto Sánchez no es un improvisado ni un



accidente electoral. Su trayectoria revela a un operador político de perfil bajo, pero de alta capacidad de negociación. Su actuación el 7 de diciembre de 2022 es ilustrativa: cuestionó públicamente el intento de quiebre constitucional de Pedro Castillo, pero su abstención en la votación de la vacancia -tras insistentes llamados del relator del Congreso- evidenció una conducta ambivalente, marcada más por la oportunidad que por la convicción. Esa dualidad ha sido, precisamente, una de sus principales fortalezas.

Desde entonces, Sánchez ha sabido moverse con pragmatismo. Tejió vínculos con sectores del castillismo, ha incorporado a su entorno familiar en la arena política -con resultados concretos en el nuevo Congreso bicameral- y ha construido una red de apoyos que le ha permitido capitalizar un espacio político difuso, pero significativo.

Su supervivencia política tras el fallido golpe de Castillo no fue casualidad. Mientras otros actores, como Betssy Chávez, quedaron atrapados en las consecuencias del quiebre institucional, Sánchez logró sortear la crisis y sigilosamente reposicionarse.

Más aún, fue salvado en su momento por

votos provenientes de las bancadas que hoy son sus principales adversarios: Fuerza Popular de Keiko Fujimori, Renovación Popular de Rafael López Aliaga y otros sectores de la derecha. Ese episodio revela no solo la fragilidad de las alianzas en el Congreso, sino también la miopía estratégica de quienes subestimaron su proyección. En política, subestimar al adversario suele ser el primer paso hacia la derrota.

## La fábrica de outsiders y la distorsión del proceso

Uno de los elementos más preocupantes del proceso electoral 2026 ha sido la reiteración de un fenómeno ya conocido: la construcción artificial de "outsiders". Durante gran parte de la campaña, Carlos Álvarez fue presentado como la figura disruptiva capaz de romper el tablero.

Las encuestadoras lo posicionaron como una amenaza real para ingresar al balotaje. Sin embargo, el resultado final lo ubica lejos de esa expectativa, en un sexto o incluso séptimo lugar (al 93 % del conteo oficial de Onpe) que recuerda inevitablemente el caso de George Forsyth en 2021.

La historia se repitió, pero con nuevos protagonistas. En la recta final, Ricardo

no te quedes fuera y  
gana las elecciones  
**con nosotros**



**Luis Nunes**  
Director en LN&A



Belmont fue reintroducido en la narrativa mediática como el “outsider de última hora”, apelando a una memoria política de hace décadas, cuando llegó a ser alcalde de Lima. La estrategia buscaba instalar la idea de una irrupción inesperada, capaz de alterar el desenlace. En realidad, la aparición de Belmont tenía como objetivo frenar la arremetida de Sánchez. No le alcanzó, pero estuvo cerca de lograrlo.

Incluso figuras como Wolfgang Grozo fueron momentáneamente infladas como alternativas emergentes, solo para desvanecerse en la realidad del voto. El patrón es claro: candidaturas amplificadas sin correlato real en la intención de voto, utilizadas como herramientas para fragmentar el electorado en un escenario ya de por sí saturado, con 36 candidatos presidenciales en competencia.

Renglón aparte merece la candidatura de Jorge Nieto, quien supo capitalizar el voto indeciso del centro político —tradicionalmente disperso y huérfano de liderazgo— y se posiciona, sin mayores expectativas previas, en un sólido cuarto lugar, consolidando además presencia en el próximo Parlamento. Su desempeño evidencia que aún existe un espacio para opciones moderadas, aunque insuficiente, por ahora, para disputar el poder.

Esta fragmentación no es inocua. Responde a una lógica donde la dispersión del voto facilita el paso al balotaje de candidaturas con minorías relativas, pero con el denominado voto duro bajo el brazo. En un sistema donde no existen mecanismos efectivos para ordenar la oferta política, la proliferación de candidatos termina beneficiando a quienes logran consolidar nichos específicos, aunque no representen mayorías claras.

Las encuestadoras, en este contexto, no solo fallaron en la predicción, sino que contribuyeron a la distorsión del proceso. La excepción fue el posicionamiento final de Keiko Fujimori, quien logró mantenerse en el primer lugar en los últimos días. Sin embargo, ese acierto no compensa el conjunto de errores que marcaron la campaña.

#### **Un proceso electoral bajo sospecha**

A las deficiencias en la construcción de la oferta política se suma un elemento igualmente crítico: la gestión del proceso electoral. La jornada del 12 de abril dejó más preguntas que certezas. Problemas logísticos, la inexplicable

demora e incluso la no instalación de mesas, así como decisiones controvertidas por parte de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), debilitaron la confianza ciudadana en un momento clave.

La institucionalidad electoral, que debería ser el pilar de la legitimidad democrática, mostró fisuras preocupantes. En un contexto de alta polarización y desconfianza, cualquier error adquiere una dimensión mayor.

La percepción de un proceso mal gestionado no solo afecta la credibilidad de los resultados, sino que también alimenta narrativas de fraude y manipulación, utilizadas por candidatos que saben que el resultado electoral real les fue adverso.



Este escenario se agrava cuando se combina con un electorado desinformado y desinteresado. La apatía no es solo un problema de participación, sino también de calidad del voto. Un ciudadano que no confía en el sistema y que no se siente representado es más susceptible a discursos simplistas, promesas inviables y liderazgos carismáticos sin sustento técnico.

#### **La política de la repetición y el desafío pendiente**

Al cierre de este artículo, el inminente balotaje entre Fujimori y Sánchez no es solo una contienda entre dos personas; es la expresión de un sistema político que no logra renovarse. Es la confirmación de que el Perú sigue atrapado en una dinámica de confrontación binaria, donde las opciones se reducen a polos opuestos que movilizan más por rechazo que por adhesión.

La pregunta de fondo no es quién ganará, sino qué cambiará después. ¿Estamos ante la posibilidad de una transformación real o simplemente frente a la continuidad de un modelo de

governabilidad precaria? La experiencia reciente invita al escepticismo. Los últimos 10 años han estado marcados por la inestabilidad, con 8 presidentes en el sillón de Pizarro, la confrontación entre poderes del Estado y la incapacidad de construir consensos mínimos.

Sin embargo, también hay elementos que invitan a la reflexión. El nuevo Congreso bicameral, por ejemplo, abre una ventana de oportunidad para mejorar la calidad legislativa y fortalecer los mecanismos de control político. No será una solución automática, pero sí un espacio donde se pueden corregir algunas de las distorsiones del sistema unicameral. Asimismo, la ciudadanía enfrenta el desafío de elevar el nivel del debate público. La información, la deliberación y la participación consciente son condiciones

indispensables para una democracia funcional. Sin ellas, cualquier intento de reforma será insuficiente.

El Perú de 2026 se encuentra, una vez más, en una encrucijada. La historia reciente demuestra que las decisiones electorales tienen consecuencias profundas y duraderas. La repetición de errores no es inevitable, pero sí probable si no se toman medidas para corregir el rumbo.

En última instancia, el problema no es solo de candidatos o de encuestadoras. Es un problema de sistema. Un sistema que permite la proliferación de candidaturas sin filtros efectivos, que tolera la manipulación de la opinión pública y que no logra generar incentivos para la construcción de propuestas sólidas.

Romper este ciclo requiere más que una elección. Requiere una reforma integral, un compromiso real con la institucionalidad y una ciudadanía dispuesta a exigir más. De lo contrario, el país seguirá atrapado en este déjã vu electoral, donde cada cinco años se repite la misma historia, con distintos protagonistas, pero con idénticos resultados.



POR EDUARDO AUCCALLA

# CEREBROS, DATOS Y GARGANTAS

## La Arquitectura del Poder en el Perú

**E**l Perú de 2026 se encuentra en una encrucijada histórica que desafía cualquier manual de ciencia política convencional. Tras cerrar las urnas de la primera vuelta el pasado 12 de abril, el mapa político ha quedado configurado no por ideologías sólidas ni por partidos con estructuras centenarias, sino por fragmentos de sentimientos, ráfagas de información digital y el eco de liderazgos que intentan conectar con una nación profundamente herida y escéptica.

La fragmentación del voto, que ha dejado a los dos finalistas con porcentajes históricamente bajos, es el síntoma de una sociedad que ya no cree en las promesas, sino en las sensaciones. Para entender lo que sucederá en la segunda vuelta de junio, es imperativo aplicar una metodología que trascienda lo superficial. Es aquí donde cobra relevancia la tríada que define la comunicación política moderna: Cerebros, Datos y Gargantas. Este modelo no es solo una estrategia de campaña; es la arquitectura misma sobre la cual se debe reconstruir la relación entre el poder y el ciudadano.

### EL CEREBRO: La Neurobiología del Voto en Crisis

En la primera vuelta de 2026, el elector peruano no votó con el plan de gobierno en la mano ni analizando cuadros macroeconómicos en el anexo de un PDF; votó con la amígdala cerebral. La neurociencia política nos enseña que el cerebro humano, producto de milenios de evolución, prioriza la supervivencia sobre la lógica cuando se percibe un entorno de amenaza constante.

#### El Secuestro de la Amígdala

Tras años de polarización extrema, crisis de gobernabilidad que han desgastado la institucionalidad y una economía que, aunque resiliente, lucha por impactar en la canasta básica familiar, el cerebro del elector peruano se encuentra en un estado de "secuestro emocional".

La amígdala, ese pequeño conjunto de núcleos

en el lóbulo temporal responsable de procesar el miedo, la ira y las respuestas de huida o ataque, ha estado hiperactiva. Cuando el cerebro opera bajo el dominio de la amígdala, el córtex prefrontal —la zona encargada del razonamiento lógico, la planificación y el análisis crítico— se inhibe. Esto explica por qué en la jornada del 12 de abril, los candidatos que utilizaron narrativas de "enemigo común", "odio movilizador" o "soluciones radicales" lograron capturar la atención en los sectores más vulnerables. El miedo es el mensaje más rápido que el cerebro procesa; es eficiente, pero es destructivo para la democracia.

### El Voto de Identidad y el Sesgo de Confirmación

El cerebro es ahorrador de energía por naturaleza; busca atajos cognitivos para no procesar información compleja. En esta elección, el sesgo de confirmación —la tendencia a buscar y valorar solo la información que valida nuestras creencias previas— ha sido la norma absoluta. Los electores no buscaron la verdad; buscaron candidatos que validaran su resentimiento o alimentaran su esperanza sin cuestionar sus prejuicios.

Hacia la segunda vuelta de junio, los dos candidatos finalistas se enfrentan a un desafío neurobiológico de magnitudes épicas: ¿Cómo desactivar el miedo que el rival proyecta y, simultáneamente, activar el sistema de recompensa en el elector? El cerebro peruano de 2026 está agotado de cortisol (la hormona del estrés). Aquel candidato que logre transmutar ese estrés en dopamina (placer y recompensa) y oxitocina (vínculo y confianza), tendrá la llave de Palacio de Gobierno. Para ganar en junio, el candidato debe dejar de hablarle a la razón y empezar a hablarle a la identidad: "Yo soy como tú, yo siento como tú, y conmigo estarás a salvo".

### LOS DATOS: La Ciencia detrás de la Voluntad Popular

Si el cerebro es el escenario biológico donde se libra la batalla, los datos son el guion técnico que permite navegar la incertidumbre. En 2026,

la política peruana ha dejado de ser una disciplina de "intuición" o "olfato" para convertirse en una de precisión quirúrgica, donde la información es el activo más valioso.

### Del Big Data al Smart Data: La Microsegmentación

Ya no es suficiente saber que la población está descontenta a nivel macro. El análisis de datos en esta primera vuelta permitió identificar micro-segmentos de la población con una precisión sin precedentes. Gracias a la Inteligencia Artificial (IA) y el procesamiento de datos masivos, las campañas más eficientes supieron que un joven de 20 años en la selva central, específicamente en Pichanaqui, tiene preocupaciones y un lenguaje radicalmente distinto al de un microempresario de Gamarra o un agricultor de las zonas altoandinas de Andahuaylas.

La campaña hacia la segunda vuelta será, en esencia, una guerra de algoritmos. El candidato que logre transformar el Big Data (volumen) en Smart Data (inteligencia aplicada) para emitir mensajes personalizados (micro-targeting) tendrá una ventaja competitiva insuperable. Los datos nos indican hoy que el 35% del electorado que no votó por los finalistas, o que votó en blanco/viciado, se siente "huérfano" políticamente. El uso inteligente de los datos permitirá saber exactamente qué palabras, qué paleta de colores en la publicidad y qué promesas específicas activarán a ese votante que hoy mira la segunda vuelta con indiferencia o rechazo.

### La Lucha contra la Infodemia y la Conversación Digital

Los datos también revelan una verdad incómoda: la desinformación es un actor político más, con presupuesto y estrategia propia. El análisis forense de redes sociales muestra que las noticias falsas (fake news) viajan seis veces más rápido que la verdad en plataformas como TikTok o WhatsApp.

En el camino al balotaje, la gestión de datos implica también la "defensa de la verdad". Una

campaña que no monitoree los datos de la conversación digital en tiempo real —lo que llamamos social listening— está condenada a ser destruida por una narrativa falsa en menos de 24 horas. Los datos deben servir para predecir ataques y para entender los cambios de humor social en tiempo real. En junio de 2026, no ganará el que tenga más seguidores, sino el que tenga los datos más limpios para entender dónde están los votos que definen la elección.

### **LAS GARGANTAS: La Oratoria como Vínculo Sagrado**

Podemos tener un mapa perfecto del cerebro del votante y poseer los datos más precisos del mundo, pero si no existe una garganta capaz de articular ese conocimiento, el mensaje nace muerto. La garganta es la ejecución; es el arte milenario de la oratoria y la retórica que convierte un dato frío y estadístico en un grito de guerra, una oración de esperanza o un compromiso inquebrantable.

### **La Retórica de la Segunda Vuelta: Autenticidad sobre Guion**

En la primera vuelta, la garganta se usó principalmente para diferenciar al candidato entre una multitud de opciones (la fase de contraste). En la segunda vuelta, la garganta tiene una misión doble: unir a los dispersos y contrastar agresivamente con el oponente directo. Sin embargo, la oratoria de 2026 ya no admite los discursos acartonados, los teleprompters evidentes o los tonos impostados de las décadas pasadas.

El elector de hoy busca la "voz auténtica". Una garganta que suena a libreto de con-sultor extranjero es rechazada de inmediato por el radar de cinismo del votante peruano. La potencia de la voz no reside en el volumen, sino en la autoridad moral que proyecta. En un mundo dominado por clips de 15 segundos, la garganta debe ser capaz de producir "frases fuerza" (soundbites) que se alojen en el hipocampo del elector. La capacidad de síntesis es la nueva elocuencia.

### **El Ethos, Pathos y Logos en el Perú Profundo**

Para conectar con el Perú real —ese que se manifiesta en las plazas de las provincias y en los mercados de la periferia urbana— la garganta debe dominar el Pathos (la emoción). No se trata de gritar para imponer, se trata de modular para convencer. El uso del silencio es, quizás, la herramienta de oratoria más poderosa en un entorno lleno de ruido.

La garganta del candidato debe ser capaz de proyectar tres registros claros:

**Autoridad (Logos):** La voz firme del estadista que sabe qué hacer con la economía.

**Empatía (Pathos):** La voz quebrada o suave que conecta con el dolor del que perdió a un ser querido o el que no tiene agua potable.

**Integridad (Ethos):** La voz clara que no tiembla al hablar de justicia y honestidad. Aquel que logre que su voz sea percibida no como la voz de un político, sino como la voz del ciudadano mismo, tendrá la banda presidencial asegurada. La oratoria en 2026 es el puente entre la ciencia de los datos y la biología del cerebro.

### **PROYECCIÓN A LA SEGUNDA VUELTA: La Integración del Modelo**

La victoria en el balotaje de junio de 2026 no vendrá de un esfuerzo aislado en una de estas áreas. El éxito político en la era de la inteligencia artificial y la hiper-información depende de la armonía perfecta entre estos tres pilares:

#### **Estrategia de Sintonía Cerebral**

El país llegará a junio con una carga de estrés social altísima. El candidato ganador será aquel cuya narrativa actúe como un bálsamo. Necesitamos pasar del "voto contra" al "voto por". Esto implica generar una comunicación que reduzca los niveles de cortisol y prometa una "homeostasis social" (equilibrio). La narrativa de "unión nacional" no debe ser un eslogan vacío, sino una construcción neuro-lingüística que haga sentir al elector que el conflicto finalmente terminará.

#### **Estrategia de Precisión de Datos**

Se acabaron las campañas de saturación donde se lanzan mensajes generales a todo el país. La proyección para la segunda vuelta exige una segmentación geográfica y psicográfica extrema. Los datos nos dicen que la elección se definirá en las periferias de Lima y en el corredor minero del sur. Los recursos de campaña deben ir dirigidos a esos "puntos de dolor" detectados por el análisis de datos. Hablarle a todos es no hablarle a nadie. El ganador le hablará al oído a los grupos específicos que tienen el poder de mover la aguja electoral.

#### **Estrategia de Excelencia en la Garganta**

Cada intervención pública, cada entrevista en una radio de Chanchamayo o Satipo, y cada transmisión en vivo por Tik-Tok, debe ser tratada como una pieza de oratoria

persuasiva de alto nivel. La garganta debe comunicar una pasión que parezca genuina. El liderazgo se demuestra en la capacidad de sostener la mirada a la cámara y hablar con la seguridad de quien conoce el camino. La oratoria persuasiva será el factor que incline la balanza en los debates presidenciales, donde el cerebro del indeciso tomará la decisión final basándose en quién le proyectó más confianza y estabilidad.

### **EL ROL DEL CONSULTOR Y EL LÍDER EN 2026**

Como profesionales de la comunicación política y la oratoria, tenemos la responsabilidad de elevar el nivel del debate. El modelo Cerebros, Datos y Gargantas nos obliga a ser más que simples "hacedores de imagen". Nos exige ser analistas del comportamiento humano, científicos de la información y maestros del lenguaje. En mi experiencia recorriendo el país y participando en las Cumbres Mundiales de Comunicación Política, he visto cómo las campañas fallan por enfocarse solo en uno de estos aspectos. Hay candidatos con grandes ideas y buenos datos, pero que no saben comunicar. Hay otros que son grandes oradores, pero sus discursos no tienen sustento en la realidad o solo generan rechazo. La maestría reside en la integración. Conclusión: El Poder es una Construcción Humana

El modelo de Cerebros, Datos y Gargantas no es simplemente una herramienta de marketing electoral; es una filosofía de comunicación para tiempos de caos y transformación tecnológica. El Perú no necesita un caudillo más; necesita líderes que entiendan la complejidad de la mente de su gente, que respeten la realidad objetiva que dictan los datos y que tengan la valentía y la elocuencia de usar su voz para guiar a la nación hacia un puerto de paz y desarrollo.

La segunda vuelta electoral de 2026 será el examen final para nuestra clase política. Quien ignore la ciencia del cerebro, desprecie el rigor de los datos o descuide la potencia sagrada de su voz, verá cómo la historia le pasa de largo. Pero para aquellos que logren dominar esta arquitectura del poder, la oportunidad de transformar el Perú estará al alcance de su mano.


El mensaje para los consultores, candidatos y ciudadanos es claro: en la política del siglo XXI, el poder nace en el impulso del cerebro, se mide con la precisión de los datos y se conquista, finalmente, con la fuerza incontenible de la garganta.



# NOS GUSTA **GANAR** Y **SABEMOS** CÓMO HACERLO

*Campañas electorales y gobiernos*



 +51967 812 752

# Ellos postean

...nosotros lo publicamos

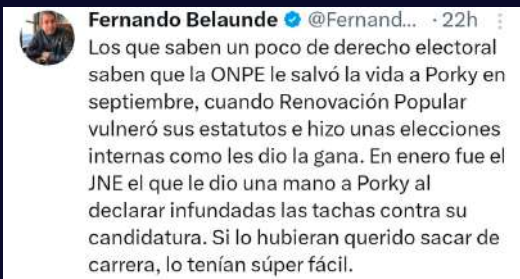


**Embajador de Estados Unidos en el Perú, a raíz de la postergación de la compra de aviones por parte del actual gobierno.**



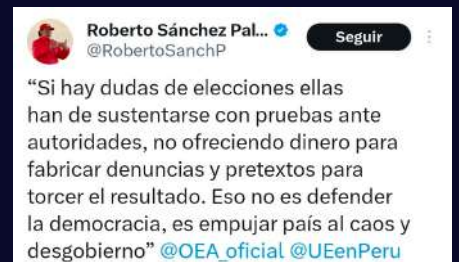
**Rafael López Aliaga, responde a Rafael Rey quien señaló que tenía problemas mentales por sus reciente comportamiento. Le recuerda con un video cuando éste quiso golpear al abogado Natale Amprimo.**

**A propósito del pedido de Rafael López Aliaga de solicitar elecciones complementarias**



**Un recordaris sobre las tachas que el JNE declaró infundadas, sobre la candidatura de Rafael López Aliaga.**

**A propósito de las voces que gritan fraude en las elecciones del 12 de abril**



**Una de las voces que se opone a la declaración de la nulidad de las elecciones**

# LIBROS SUGERIDOS



## El manual

Un relato en primera persona, donde nos habla de su adolescencia y del descubrimiento del terrorismo de ETA, de cómo compaginó estudios con trabajos precarios para pagarse la carrera, de cuándo nació en él el amor por la política y la comunicación y de cómo fue ascendiendo en la carrera de la asesoría política, de la que, hasta entonces, casi nada estaba escrito en España. También está el éxito, el desencanto, los giros inesperados, la innovación y el gran salto final para llegar a la Moncloa y a un cargo, el del Jefe del Gabinete de la Presidencia del Gobierno de España, que lo puso en el foco mediático en un momento crucial de la historia.



## En los bordes de la ilusión

Es un texto académico derivado de cursos de la Universidad de Chile que analiza la comunicación política contemporánea. Reflexiona sobre cómo la política actual se ve influenciada por algoritmos, emociones y la inmediatez, perdiendo densidad. Examina cinco ejes temáticos: sociedad, economía, relaciones internacionales, movimientos sociales y grupos de poder, abordando temas como el estallido social, feminismo y seguridad.



## Comunicación política y periodismo

En un manual que ofrece algunas herramientas que pueden ser aprovechables para esa difícil tarea de comunicar con eficacia en el periodismo. Pretende ser una reflexión hecha desde el mundo de las Ciencias de la Información con el fin de que al lector le sirva como incentivo para meditar sobre la forma en la que debe estructurarse el mensaje persuasivo en la comunicación política. Se trata de un trabajo que puede ser útil para los alumnos de periodismo y para ese amplio colectivo directamente implicado en la actividad diaria de la elaboración de mensajes dirigidos a la sociedad desde las instituciones y organizaciones políticas.



## Psicóloga en campaña

Es un manual de referencia y recopilación de artículos que desvela el "secreto mejor guardado" de los líderes políticos. La obra analiza el liderazgo, la gestión de equipos y la comunicación desde una perspectiva psicológica, ayudando a distinguir entre líderes auténticos y prefabricados. El libro actúa como un manual de consulta útil para entornos políticos, ofreciendo herramientas para gestionar la presión y mejorar la comunicación política. Dirigido a políticos, asesores, medios de comunicación y ciudadanos críticos para entender la psicología detrás de las campañas.

# “EL CHINO NO ES TONTO”

*El terremoto político de los noventa, en el Perú*

**E**n la historia política del Perú existen momentos en los que la comunicación ha resultado más decisiva que la ideología, los programas de gobierno o incluso la estructura partidaria. Uno de esos episodios ocurrió durante la campaña presidencial de 1990, cuando un candidato prácticamente desconocido logró revertir todos los pronósticos y ganar la presidencia. Ese candidato fue Alberto Fujimori, y su ascenso constituye uno de los hechos anecdóticos más representativos de la relación entre política, historia y comunicación en el Perú.

A finales de la década de 1980, el Perú atravesaba una de las crisis más profundas de su historia republicana. La hiperinflación alcanzaba niveles alarmantes, el terrorismo de Sendero Luminoso generaba temor generalizado y el desgaste del gobierno de Alan García había provocado una enorme desconfianza hacia la clase política tradicional. En ese escenario, surgió la candidatura de Mario Vargas Llosa como la opción más sólida. Intelectual reconocido internacionalmente y líder del Frente Democrático (FREDEMO), Vargas Llosa representaba una propuesta de cambio estructural basada en reformas económicas liberales. Las encuestas eran claras. Vargas Llosa lideraba ampliamente y muchos medios de comunicación lo presentaban como el próximo presidente del Perú. Contaba con respaldo empresarial, político y mediático. Frente a él aparecía una figura inesperada: Alberto Fujimori, rector de la Universidad Nacional Agraria La Molina, quien encabezaba un movimiento improvisado llamado Cambio 90.

Al inicio, Fujimori era considerado un candidato menor. Muchos analistas lo veían como una curiosidad electoral sin posibilidades reales. Sin embargo, su estrategia comunicacional comenzó a mostrar una lectura distinta del electorado. Mientras Vargas Llosa hablaba de reformas estructurales y shock económico, Fujimori recorría mercados, visitaba barrios populares y hablaba de problemas cotidianos. Su campaña se construyó desde la cercanía.

El punto de quiebre ocurrió cuando algunos sectores empezaron a referirse a Fujimori de



manera despectiva, cuestionando su origen japonés y su falta de experiencia política. Fue entonces cuando surgió una frase que se convertiría en símbolo político: “El chino no es tonto”. La expresión no fue diseñada en una agencia de publicidad. Surgió espontáneamente entre simpatizantes y rápidamente fue adoptada por la campaña. En el Perú, el término “chino” se utilizaba coloquialmente para referirse a personas de rasgos asiáticos. La frase resignificó ese término y lo convirtió en un elemento de cercanía popular. La comunicación fue eficaz por varias razones. Era una frase sencilla, fácil de recordar y con fuerte carga emocional. Además, permitía convertir un posible ataque en una fortaleza. Mientras los mensajes del FREDEMO eran técnicos y complejos, el mensaje de Fujimori era directo y accesible.

Otro elemento clave fue el uso intensivo de la campaña territorial. Fujimori utilizó camionetas, megáfonos, visitas a mercados y contacto directo con la población. En contraste, la campaña de Vargas Llosa apostaba por grandes mítines y medios tradicionales. Fujimori apostó por la proximidad; Vargas Llosa por la estructura. Un momento anecdótico adicional ocurrió durante los debates televisivos y entrevistas. Vargas Llosa explicaba su programa económico con un lenguaje técnico, mientras Fujimori apelaba al temor ciudadano frente al “shock económico”. La campaña de Fujimori logró instalar la idea de que las medidas propuestas por Vargas Llosa generarían sacrificios inmediatos para la población.

La comunicación del miedo comenzó a influir en la percepción ciudadana. Muchos votantes empeza-

ron a ver a Fujimori como una alternativa más moderada. Los resultados de la primera vuelta sorprendieron al país. Fujimori pasó a la segunda vuelta, desplazando a candidatos tradicionales y acercándose a Vargas Llosa. El escenario político cambió completamente.

La segunda vuelta se convirtió en una batalla comunicacional. Fujimori se posicionó como el candidato del “pueblo”, mientras Vargas Llosa fue presentado como el candidato de la élite. La narrativa era clara: pueblo contra élite. Esta estrategia conectó con el malestar social existente. El eslogan “Honradez, tecnología y trabajo” reforzó la imagen de Fujimori como un candidato práctico y cercano. Su estilo pausado y aparentemente humilde contrastaba con el perfil más académico de Vargas Llosa. La comunicación volvió a jugar un papel decisivo. Finalmente, el 10 de junio de 1990, Alberto Fujimori ganó la segunda vuelta electoral, en una de las mayores sorpresas políticas del Perú contemporáneo.

Este episodio dejó lecciones importantes. Primero, la relevancia del lenguaje simple y emocional. Segundo, la importancia del contacto territorial. Tercero, la construcción de narrativas políticas claras. Cuarto, la capacidad de convertir ataques en oportunidades.

La frase “El chino no es tonto” quedó registrada como un momento emblemático de la comunicación política peruana. Demostró que, en política, la percepción puede ser tan importante como la propuesta, y que una estrategia comunicacional bien ejecutada puede modificar el curso de la historia.

¿QUIERES UNA  
ASESORÍA GRATUITA?



# Politólogos digitales



SUSCRÍBETE A LA  
**MEMBRESÍA**



## TIPOS DE CAMPAÑA



OFICIAL



SOPORTE



CONTENCIÓN



CONTRACAMPAÑA

**SOLICÍTALA**  
ESCANEOANDO AQUÍ



Trending Topic  
de tu Marca



Redes Sociales  
360°



Cobertura  
de Evento 2.0



**ASESORAMOS**

Afianzamos objetivos,  
afinamos tus tácticas y te  
planteamos una estrategia.  
"Enlineamos"



**CAPACITAMOS**

Brindamos herramientas  
digitales a tu equipo para  
una buena comunicación.  
"Enseñamos"



**GESTIONAMOS**

Planteamos una estrategia,  
articulamos tu equipo con el  
nuestro para lograr las metas.  
"Ejecutamos"

[WWW.POLITOLOGOSDIGITALES.ORG](http://WWW.POLITOLOGOSDIGITALES.ORG)



Síguenos en:



(+51) 936 678 047

(+51) 993 150 584

PRESENCIA EN LATINOAMÉRICA





**Hora Punta  
Marketing**

Expertos en campañas  
psicológicas

# NEURO GESTIÓN POLÍTICA

## Construimos tu imagen política

¡Que tu mensaje llegue directamente  
al cerebro del voto!



+51 999 124070

[www.horapuntamarketing.com](http://www.horapuntamarketing.com)