

DICIEMBRE 2025

# EL CONSULTOR

## ¿Continuidad o giro?


Con dos visiones opuestas en disputa, el balotaje se convierte en un punto de inflexión para Chile





**SIN GUERRA  
NO HAY PODER**

GUERRA  
PODERA  
ESTRATEGAS EN COMUNICACIÓN

 +51 966727744 (Perú)

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



# INDICE

05

## EDITORIAL

Remezón conservador en Chile y Honduras: ecos para el 2026 en Perú

06

## JARA VS. KAST: EL CHOQUE ELECTORAL QUE PODRÍA ANTICIPAR EL PANORAMA PERUANO 2026

ELECCIONES CHILE 2025: LA VUELTA A LA DERECHA  
Por David Abello

09

LA ESTRATEGIA Y PERCEPCIÓN DE LA IN-SEGURIDAD  
Héctor Charry

11

13

## ESTRATEGIA ELECTORAL: LA CONQUISTA DEL ALMA Por Guillermo Vásquez

16

## EL PODER SILENCIOSO DE LA PRENSA REGIONAL Y EL DESAFÍO DE LA COMUNICACIÓN DE GOBIERNO Por Sandra Guerra

FINAL DE INFARTO

19

LECTURAS RECOMENDADAS  
Una apretada selección de títulos imperdibles.

21

22

## UN MINUTO EN LA HISTORIA La "escapada" de Leguía. Astucia, engaño y consolidación del poder

### 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 Kattya 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.sopcop.org](http://www.sopcop.org)

Diseño y Maquetación:  
PMG

DICIEMBRE 2025

# EDITORIAL

## Remezón conservador en Chile y Honduras: ecos para el 2026 en Perú

Los resultados de las recientes elecciones presidenciales en Chile y Honduras confirman una tendencia que recorre América Latina: el cansancio con los experimentos progresistas y la búsqueda de respuestas “de orden” abre la puerta a un giro hacia la derecha. Ese viento ideológico, de consolidarse, podría sentirse con fuerza en Perú en las presidenciales de 2026.

En Chile, la primera vuelta de las presidenciales de noviembre de 2025 dejó un dato contundente: aunque la candidata de izquierda Jeannette Jara encabezó la votación, el mapa general favoreció a la derecha. La segunda vuelta será entre ella y el ultraconservador José Antonio Kast; sin embargo, la suma de todas las candidaturas de derecha rondó el 70% del voto válido, dejando al progresismo a la defensiva y obligado a construir una difícil mayoría de segunda vuelta.

La erosión del gobierno de Gabriel Boric —marcada por bajo respaldo ciudadano, frustración con el proceso constituyente fallido y preocupación por la seguridad— fue el caldo de cultivo perfecto para que Kast capitalice el malestar. El mensaje chileno es claro: cuando la izquierda gobierna sin mostrar resultados rápidos en seguridad, crecimiento y gestión cotidiana, el votante medio no duda en explorar opciones más duras. La derecha no sólo recupera terreno institucional, sino que se permite presentar una narrativa de “restauración del orden” frente a lo que describe como caos, exceso de demandas y reformas inconclusas.

En Honduras, la película es distinta pero el clima es parecido. El escrutinio presidencial mantiene un empate técnico entre Salvador Nasralla, candidato centrista, y Nasry Asfura, abanderado conservador del Partido Nacional y favorito del expresidente estadounidense Donald Trump. La izquierda gobernante de LIBRE quedó relegada a un tercer lugar, diluyendo el impulso progresista que llevó a Xiomara Castro al poder en 2021. Más allá de quién termine imponiéndose en el conteo final, el dato político es que el ciclo de entusiasmo con la izquierda hondureña parece haberse agotado muy rápido. Honduras combina todos los ingredientes del voto de giro: hartazgo con la corrupción y la inseguridad, desconfianza frente a las promesas de cambio estructural y un fuerte peso de los discursos conservadores sobre familia, valores tradicionales y castigo al delito. La disputa Asfura–Nasralla se libra en un terreno donde la derecha tiene ventaja simbólica: se presenta como garante de estabilidad en un país atravesado por violencia, migración y pobreza.

¿Qué tiene que ver todo esto con el Perú que irá a las urnas el 12 de abril de 2026? Mucho más de lo que parece. El calendario electoral ya está en marcha: se elegirá presidente, vicepresidentes, Congreso bicameral y representantes al Parlamento Andino, en la que se anuncia como la elección más compleja de la historia, con 37 partidos en carrera. Tras años de crisis política, protestas, destituciones y presidentes fugaces, la ciudadanía peruana llega a 2026 exhausta, desconfiada y profundamente fragmentada.

La experiencia regional pesa. El fracaso o el desgaste rápido de gobiernos progresistas en Chile y Honduras envía una señal a las élites y a los estrategas peruanos: el voto ya no se define en el eje clásico “izquierda–derecha”, sino en el eje “orden–incertidumbre”. Y en ese eje, las derechas que hablan de mano dura, control migratorio, defensa de la propiedad y “fin del desgobierno” parten con ventaja narrativa. Kast en Chile ha construido su oferta sobre seguridad, migración y castigo a la delincuencia; Asfura, en Honduras, se apoya en la promesa de estabilidad y cercanía con Washington.

Perú comparte problemas estructurales con ambos países: sensación de inseguridad creciente, señales de fatiga económica, desafección con los partidos y colapso de la confianza institucional. A ello se suma un sistema hiperfragmentado que facilita la irrupción de outsiders y discursos extremos. En un escenario donde ningún candidato supera el 10% en las encuestas iniciales, la tentación de apostar por figuras que prometan orden sin matices será enorme. Pero el giro a la derecha no es un destino inevitable. También puede abrirse espacio para derechas democráticas que aprendan de los errores del fujimorismo, o para centros reformistas capaces de hablar de seguridad sin renunciar a derechos y políticas sociales. Todo dependerá de quién logre interpretar mejor el mensaje de la región: la ciudadanía quiere menos épica y más eficacia; menos consignas ideológicas y más resultados tangibles.

Para el Perú, el verdadero espejo no es sólo si ganan Kast o Asfura, sino qué tipo de derecha —o de coalición— se consolida: una que aproveche el cansancio para concentrar poder y erosionar controles, o una que combine orden con instituciones fuertes. La región está avisando. Ignorar lo que hoy ocurre en Santiago y Tegucigalpa sería, para las fuerzas políticas peruanas, un lujo que no pueden permitirse de cara a 2026.



# JARA VS. KAST: EL CHOQUE ELECTORAL QUE PODRÍA ANTICIPAR EL PANORAMA PERUANO 2026

**L**a primera vuelta de las elecciones presidenciales en Chile ha dejado al país ante un nuevo capítulo de polarización política, redefinición de liderazgos y un escenario de incertidumbre.

Chile vive nuevamente un momento definitorio, el país se prepara para una segunda vuelta entre Jeannette Jara, representante de la izquierda socialdemócrata, y José Antonio Kast, líder emblemático de la derecha conservadora. Ambos candidatos encarnan proyectos de nación profundamente divergentes, que no solo reflejan la fractura ideológica chilena sino que también proyectan su influencia hacia la región andina, especialmente hacia el Perú, que se prepara para sus propias elecciones presidenciales en 2026.

El balotaje chileno se ha convertido en un laboratorio político para observar tendencias electorales contemporáneas: la pugna entre orden y cambio, la redefinición del rol del Estado, el peso de la seguridad ciudadana, el impacto del malestar económico y el auge del

voto emocional por encima de la vieja adhesión partidaria. En este contexto, lo que ocurra entre Jara y Kast resonará inevitablemente en el Perú, pues ambos países comparten un clima de crisis política persistente, desconfianza ciudadana y fragmentación del sistema de partidos.

## **Primera vuelta: un país dividido en dos caminos**

La primera vuelta presidencial en Chile evidenció un país fragmentado, sin hegemonías claras y con una ciudadanía que vota más desde la desconfianza que desde la identificación partidaria. El mapa electoral quedó dividido casi en partes iguales entre dos visiones contrapuestas: un modelo progresista que busca profundizar reformas sociales y un proyecto conservador centrado en el orden, la seguridad y la reducción del Estado.

## **Jeannette Jara: de dirigente sindical a figura nacional**

Jeannette Jara, con una campaña enfocada en derechos sociales, fortalecimiento del Estado y

políticas redistributivas, logró captar el voto de sectores urbanos, jóvenes y trabajadores organizados. Su narrativa se construyó alrededor de un mensaje claro: recuperar la cohesión social y mejorar la calidad de vida de quienes sienten que el modelo económico les ha fallado.

El crecimiento de Jara sorprendió a algunos analistas que subestimaron su capacidad para conectar con amplios sectores desencantados del proceso político posterior al estallido social. Su moderación discursiva, combinada con una imagen de firmeza, la llevó a consolidarse como la opción de continuidad del progresismo, pero con un tono más pragmático que el del gobierno actual.

## **José Antonio Kast: el voto del orden y la reacción conservadora**

José Antonio Kast, por su parte, reafirmó su liderazgo como figura emblemática del sector conservador chileno. Su discurso centrado en seguridad, control migratorio, libre mercado y rescate de los valores tradicionales resonó con

un electorado cansado de la incertidumbre económica y la percepción de desorden social.

Kast representa un fenómeno que se repite en otras partes del mundo: la emergencia de liderazgos de derecha dura en contextos de miedo, frustración y crisis de representación. Su votación fue especialmente fuerte en regiones afectadas por el crimen organizado, zonas agrícolas y segmentos empresariales y evangélicos.

#### El centro político: la gran víctima

El dato más revelador de la primera vuelta fue el colapso del centro político. Partidos que históricamente habían articulado consensos quedaron relegados a porcentajes marginales. La ciudadanía chilena ya no busca matices: se ha volcado a opciones de contraste, reflejando una democracia fatigada y una sociedad polarizada.

#### Los electores huérfanos y el voto flotante

La gran masa de votantes que no se identifica con ningún partido —los llamados “huérfanos políticos”— serán el botín principal en la segunda vuelta. Son ciudadanos pragmáticos, sobreinformados, desconfiados y muy sensibles al contexto económico. En este grupo se definirá la elección.

#### Segunda vuelta Jara-Kast: ¿qué está en juego?

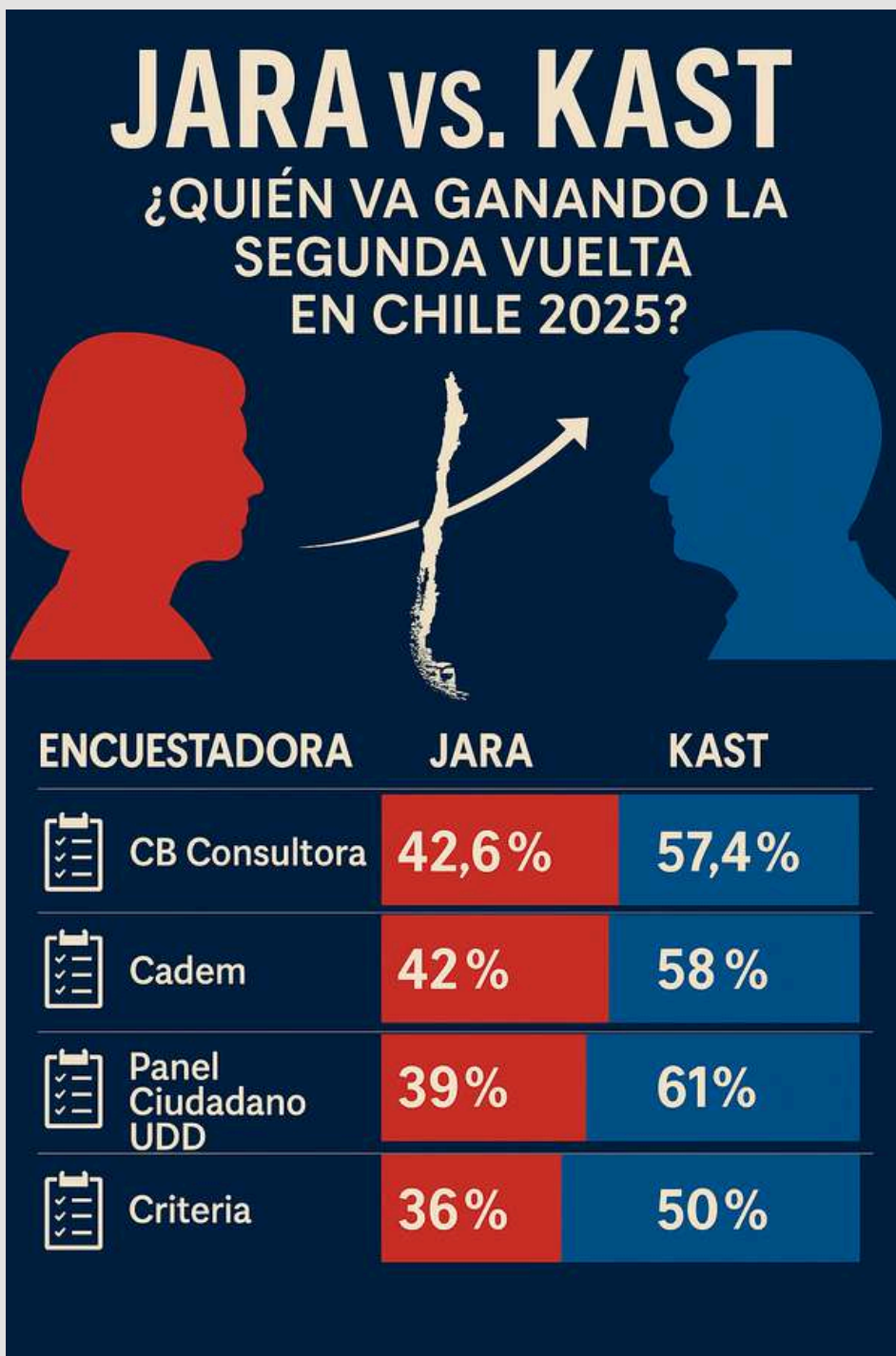
El balotaje chileno no es una elección más. Representa la confrontación entre dos modelos de país y dos lecturas opuestas de la crisis. La primera vuelta fue un diagnóstico; la segunda será la intervención quirúrgica cuya eficacia determinará la gobernabilidad de los próximos cuatro años.

#### Las estrategias de Jeannette Jara

La candidata de izquierda enfrenta un dilema estratégico: ampliar hacia el centro sin alienar a su base.

Esto implica: moderación económica para tranquilizar a la clase media, énfasis en seguridad con un enfoque progresista, distanciamiento inteligente de los errores del actual gobierno, acercamiento a figuras históricas de la centroizquierda y la reactivación del voto joven mediante redes y propuestas atractivas.

Jara necesita transmitir gobernabilidad, competencia técnica y estabilidad. Su principal reto es convencer a los indecisos de que su proyecto no implica incertidumbre económica.



#### Las estrategias de José Antonio Kast

Kast, por su lado, debe evitar repetir errores de campañas anteriores donde su discurso fue percibido como demasiado radical.

Sus ejes serían: endurecimiento en seguridad y control migratorio, promesa de reactivación económica inmediata, acercarse a sectores liberales y de centro-derecha y suavizar posturas en temas sociales para no perder votantes moderados.

Su talón de Aquiles: su figura genera tanto adhesión como rechazo. Kast polariza, y eso puede ser un freno en un balotaje tan reñido.

#### .Un país en tensión contenida

Todas las encuestas coinciden en que la elección la lidera Kast, no obstante, en ese escenario, cada error comunicacional, cada debate y cada señal económica puede inclinar la balanza.

Los riesgos del proceso no son menores: deslegitimación del resultado, protestas post-electorales, ingobernabilidad desde el primer día y radicalización de discursos.

Chile se encuentra ante una de las segundas vueltas más tensas desde el retorno a la democracia.

## Factores decisivos del balotaje

**a) La economía: el voto del bolsillo.** El malestar económico será el gran decodificador del voto. El aumento del costo de vida, la informalidad creciente y la percepción de estancamiento condicionan la decisión de millones.

Si el electorado prioriza estabilidad y crecimiento rápido, Kast tiene ventaja.

Si prioriza protección social y redistribución.

**b) Inseguridad y crimen organizado.** La delincuencia se ha disparado en Chile. Los votantes buscan soluciones inmediatas. Cansado para candidatos ambiguos. En este tema, Kast parte con ventaja, pero Jara intenta equilibrar con una propuesta integral.

**c) Voto femenino y clase media.** El voto de las mujeres urbanas podría definir la elección. Mientras Jara conecta con agendas de género y bienestar social, Kast atrae a mujeres preocupadas por seguridad y economía familiar.

**d) Regiones versus Santiago.** Chile es un país de contrastes territoriales profundos. Lo urbano no se comporta igual que lo rural. La capacidad de territorializar mensajes será determinante.

## ¿Cómo impactará esta elección en el Perú 2026?

Lo que pase en Chile no queda en Chile. La política latinoamericana funciona como un sistema de vasos comunicantes donde los resultados electorales generan corrientes simbólicas y estratégicas que influyen en países vecinos.

**a) La narrativa del orden vs. la narrativa del cambio.** Si José Antonio Kast gana, se consolidará en la región la tendencia hacia liderazgos de derecha dura respaldados por el discurso del orden, la seguridad y el antiestatismo. Eso podría fortalecer en el Perú candidaturas con enfoques similares, especialmente en un contexto de inseguridad crítica.

Si Jeannette Jara triunfa, se revitalizarán las propuestas progresistas en la región, lo que podría reordenar la centroizquierda peruana, fragmentada desde 2021.

**b) El efecto espejo para el electorado peruano**  
**Los peruanos observarán:** cómo se comporta el voto joven, cómo se reconfigura el centro político, si la moderación es viable o si la polarización sigue dominando, qué temas

movilizan realmente al votante. Chile anticipará el clima emocional del votante peruano en 2026.

**c) Lecciones comunicacionales para las campañas peruanas.** El balotaje Jara-Kast dejará lecciones estratégicas: El candidato que comete menos errores gana. La seguridad ciudadana será determinante. Las emociones pesan más que los programas. El centro político no se inventa: se construye con credibilidad.

**d) Reordenamiento regional del mapa ideológico.** Latinoamérica vive un ciclo electoral decisivo. Bolivia, Chile, Perú y Colombia marcarán tendencias continentales. Bolivia ya giró a la centro derecha, si Chile gira a la derecha, Perú podría replicar ese patrón. Si Chile reafirma un proyecto progresista, la narrativa de cambio podría renacer en el Perú.

**e) La crisis de representatividad como eje común.** Chile y Perú comparten síntomas: desconfianza en partidos, volatilidad electoral, rechazo a las élites políticas, auge de candidatos outsiders y demanda de soluciones rápidas.

Por eso, la elección chilena es una antesala psicológica de lo que ocurrirá en el Perú.

## Perú 2026: camino abierto, pero incierto

El proceso electoral peruano se encuentra en una fase temprana, pero ya muestra similitudes con Chile: fragmentación del electorado, ausencia de liderazgos sólidos, serias tensiones institucionales e inseguridad como problema número uno.

El país no quiere más crisis, pero tampoco confía en sus dirigentes. Eso abre espacio tanto para propuestas radicales como para discursos de renovación moderada.

## Tres posibles efectos directos del caso chileno en el Perú:

**Reforzamiento del discurso de seguridad.** Todos los candidatos peruanos deberán posicionarse con claridad en este tema.

**Giro hacia propuestas económicas más pragmáticas.** Ni radicalismos estatistas ni liberalismos puros: el votante exigirá planes concretos.

**Mayor escrutinio mediático hacia figuras extremas.** El comportamiento electoral chileno puede hacer que el votante peruano piense dos veces antes de optar por extremos.

La segunda vuelta entre Jara y Kast no es solo un evento electoral chileno. Es un momento continental que redefina tensiones ideológicas, narrativas políticas y estrategias comunicacionales en la región.

Chile está ante una encrucijada: elegir entre dos modelos de país que ofrecen certezas y riesgos distintos. Los peruanos, aunque desde la distancia, observan con atención porque este balotaje anticipa no solo las batallas retóricas sino también las emociones, temores y expectativas que se jugarán en el Perú el 2026.

Quien gane en Chile enviará un mensaje, directo o indirecto, al electorado peruano: qué modelo inspira confianza y qué proyecto parece viable en tiempos de incertidumbre.





POR DAVID ABELLO

# ELECCIONES CHILE 2025: LA VUELTA A LA DERECHA

**E**l domingo 16 de noviembre se celebraron las elecciones presidenciales y parlamentarias en Chile, las cuales marcaron un giro histórico para los chilenos, no solo por quién llegará a la

casa de La Mone-da, sino porque el próximo Congreso será el más derechista desde el retorno a la democracia, según el panorama que muestran las últimas encuestadoras como Imaginación.

A diferencia de Perú, donde el candidato presidencial arrastra fuertemente al Congreso, en Chile el arrastre suele ser muy bajo: históricamente ha oscilado entre el 10 % y el 15 %. Por eso se entiende que, pese a que Jeannette Jara (izquierda) lidere la primera vuelta presidencial con entre un 28 % y un 30 %, la mayoría de los parlamentarios podrían ser de derecha, como la del Partido Republicano o la Unión Democrática Independiente, liderados por Antonio Kast y Evelyn Matthei, ambos con ideología de derecha pinochetista.

La fragmentación de la derecha, debido a las diversas candidaturas presidenciales que compiten en estas elecciones, no le permitirá ganar en primera vuelta, pero la suma de esa votación la hace muy favorita para imponerse en la segunda vuelta. Entre los responsables de ese bloque se encuentran el abogado José Antonio Kast, con un 20-22 %; el libertario Johannes Kaiser, con un 15-17 %; y la exalcaldesa de providencia Evelyn Matthei, con un 13-15 %. Todos juntos suman hoy cerca del 50 % de la intención de voto y obtendrían entre 85 y 88 escaños, es decir, la mayoría absoluta en ambas cámaras.

En cambio, la unidad de la izquierda chilena, que hoy permite que Jara lidere la primera vuelta con cerca del 30 %, no le alcanzará para

llegar a la presidencia en segunda vuelta, pese al cambio de discurso más moderado que está teniendo, la posible separación del oficialismo —que muestra bastante descontento social— y su eventual salida del Partido Comunista.

Otro aspecto a resaltar en las elecciones de Chile es el voto cruzado: los primeros pantallazos de la elección muestran que miles de chilenos votarán por Jara para la presidencia, pero en las parlamentarias marcarán partidos ideológicamente opuestos.

Asimismo, el voto para congresistas en Chile es más personalista (dirigido a la persona del candidato), por lo que no genera un efecto arrastre como ocurre en Perú. Si a esto le sumamos el rechazo al actual gobierno y el miedo a la inseguridad que vive la población, potencia el fenómeno del voto cruzado se potencia aún más.

Además, esta elección trae consigo en Chile el surgimiento de un bloque político nuevo que podemos denominar como una “tercera vía emergente”, conformado por partidos nuevos (Amarillos por Chile, Federación Regionalista Verde Social, Partido de la Gente y algunos independientes), que juntos alcanzarían entre 19 y 23 escaños y tendrán la llave de oro para cualquier reforma constitucional.

En Perú, en cambio, los partidos pequeños o desconocidos enfrentan una dura competencia para lograr visibilidad y tendrán menos posibilidades de obtener escaños; muchos de ellos, además, perderán la inscripción debido a la exigencia de la valla electoral del 5 %.

**Los Kaiser y los Milei aún no tiene espacio en el Perú.**

Respecto a las campañas, también hemos visto similitudes que probablemente se replicarán en nuestro país debido al contexto político global.

Al igual que en Chile, la campaña en Perú se encaminará hacia tres grandes categorías: una representación clara de la izquierda, una representación clara de la derecha y un tercer espacio que se disputará entre quienes representen a la derecha radical extrema y quienes representen la inclusión y el diálogo.

La derecha más cercana a liderazgos como Kaiser y Milei sigue huérfana, la derecha libertaria peruana no es representada por Rafael López Aliaga, quien tiene más parecido a José Antonio Kast, ni mucho menos por Keiko Fujimori. Ese espacio de frontalidad ligada a las libertades económicas no ha sido tomado por ningún candidato de nuestro país.

Otro de los análisis que ofrece con claridad la campaña chilena —y que puede replicarse en Perú— son las métricas que arroja la plataforma Meta (Facebook e Instagram) a través de la publicidad digital, que ha tenido un espacio muy destacado en las campañas parlamentarias.

Estas métricas señalan con mayor éxito a los candidatos que conectaron emocionalmente con el electorado y defendieron sus posturas con seguridad y argumentos.

También destacan los candidatos que se expresaron pensando en el reel que se publicará en redes sociales, siempre que cumplan los parámetros que exige la comunicación digital, y aquellos mensajes que logren retener más cantidad de público en menos de un minuto, fidelizando así a sus votantes.

En pocas palabras, quienes manejen mejor el algoritmo hoy en día tendrán más probabilidades de ganar.

Por lo pronto, queda esperar el desenlace de esta historia fechada para el 14 de diciembre.



# 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 HECTOR CHARRY

# LA ESTRATEGIA Y PERCEPCIÓN DE LA IN-SEGURIDAD

**D**esde la existencia de la civilización, se diseñaron estrategias comunicativas para influir en las percepciones de los individuos con el único fin de impactarlos en lo bueno y en lo malo. No es para menos, traer a colación para este artículo conceptos vinculantes que expliquen el desarrollo de la estrategia gubernamental del presidente José Jerí con lo que respecta a la priorización y creciente necesidad de atender: el fortalecimiento de la seguridad ciudadana en Lima, el Callao y el Perú.

Sumado a la estrategia planteada y que se viene ejecutando se tiene al constructo de la percepción, siempre presente en el consciente de los individuos a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales. El análisis, en esta oportunidad, no va enfocado a las estadísticas de victimización o números porcentuales de gran demanda por los periodistas y medios de comunicación, sino más bien a la construcción social de la percepción a través de discursos, interacciones y procesos comunicativos que moldean a cómo individuos y todos los colectivos interpretan su entorno inmediato.

Desde esta perspectiva, se apela al análisis discursivo de la Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas, quien nos da luces para analizar el fenómeno social que se vive hoy en el Perú donde el consenso, la racionalidad comunicativa y la colonización del mundo de la vida desempeñan un papel central. Cómo los déficits de comunicación pública, la distorsión mediática y la fragilidad institucional afectan la construcción social del miedo y dificultan la formación de acuerdos legítimos en torno a políticas de seguridad.

La in-seguridad ciudadana no solo remite al riesgo objetivo de sufrir un delito, sino a la percepción subjetiva del peligro. Esta



percepción está fuertemente influenciada por narrativas sociales, medios de comunicación, experiencias comunitarias y la confianza en las instituciones encargadas de garantizar el orden público. Por ello, resulta clave aproximarse al fenómeno desde marcos teóricos capaces de explicar cómo se construyen los significados compartidos y cómo se deterioran.

Habermas sostiene que la sociedad se estructura en dos niveles: El mundo de la vida que viene a ser el espacio de significados compartidos, tradiciones, valores y consensos. El sistema, que viene a ser el conjunto de estructuras funcionales (economía, Estado, burocracia) que actúan mediante medios no lingüísticos como dinero y poder.

La racionalidad comunicativa, descansa en la capacidad de los sujetos para coordinar acciones mediante argumentos, pretensiones de validez y entendimiento mutuo. Cuando el diálogo público se deteriora, emerge una acción estratégica donde los actores buscan influir, manipular o dominar, produciendo deslegitimación y pérdida de confianza.

En contextos de inseguridad ciudadana como el que vive de manera principal Lima y el

Callao, este desbalance se manifiesta a través de: discursos mediáticos a veces sensacionalistas, mensajes institucionales contradictorios, ausencia de participación ciudadana, decisiones estatales basadas en cálculos estratégicos y no en deliberación pública. Todo ello configura un clima social donde predomina el temor más que el consenso racional.

Y además, si se apela a la distorsión comunicativa cuando los actores no buscan un entendimiento sino imponer interpretaciones, surgen distorsiones como: exageración mediática de hechos violentos, selección estratégica de información por parte de autoridades, rumores y narrativas locales no verificadas, uso político del miedo. Estas distorsiones erosionan el mundo de la vida, generando representaciones colectivas desproporcionadas respecto al riesgo real.

La in-seguridad también se ve reflejada en la crisis de legitimidad institucional, esta se incrementa cuando los ciudadanos perciben ineficacia, falta de transparencia, corrupción, impunidad y ausencia de espacios deliberativos. Parafraseando en términos habermasianos, el sistema invade el mundo de la vida, puesto que las decisiones tecnocráticas sustituyen la participación comunicativa, que



delibera la confianza y alimenta el miedo.

Pero también hay un déficit de racionalidad comunicativa porque la falta de diálogo auténtico impide construir políticas de seguridad consensuadas, estrategias preventivas con participación ciudadana, mecanismos de control legítimos y redes de apoyo comunitario. A cambio de todo ello, predomina un clima de fragmentación social, mercados discursos y desconfianza interpersonal.

La acción comunicativa sugiere enfrentar la percepción de inseguridad fortalecer la comunicación pública desde los frentes de las instituciones que generen confianza porque una Policía o un gobierno que comunica con claridad, rinde cuentas con responsabilidad y dialoga con la ciudadanía reducen los temores sociales.

El periodismo orientado al entendimiento y no al sensacionalismo aporta a la construcción de diagnósticos compartidos y análisis basado en evidencia. El espacio público y digital debe posibilitar el debate racional, no exacerbar emociones. La deliberación genera cohesión social, refuerza la sociedad de la vida y disminuye la percepción de amenaza.

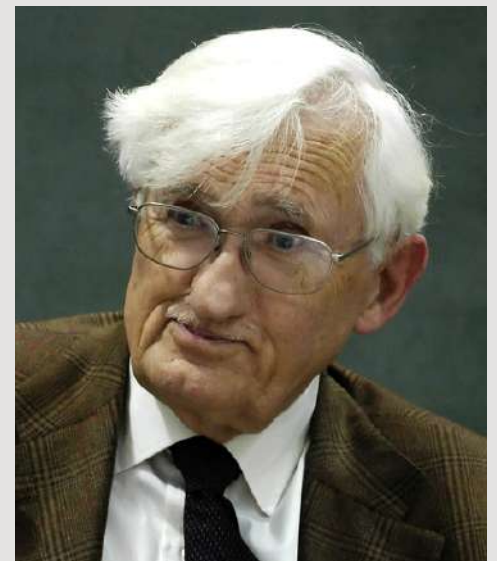
Frente a lo reflexionado, es pertinente entonces

relacionar que la estrategia que aplica el gobierno de turno contempla la dación del primer y segundo estado de emergencia como una herramienta legal para que las fuerzas policiales capturen a más bandas de extorsionadores y sicarios; la inclusión del 50% de agentes que deben cumplir labores de inteligencia mimetizada en lo que respecta al transporte público y toda la batería de medidas que también pasan por la creación de la División de Investigación de Antiextorsiones, que viene cumpliendo a creces su verdadero rol, golpes casi a diario en los penales, el polígrafo para los agentes del INPE, controlando el territorio, los puestos de comando temporales, frenar la venta ilegal de chips para celulares, solicitud de facultades legislativas, y la mejora de las billeteras digitales, son a nuestro entender, las decisiones adoptadas que forman parte de una estrategia diferenciada que busca revertir la percepción negativa de la ciudadanía frente a la in-seguridad.

La in-seguridad ciudadana no es solo un fenómeno delictivo, sino comunicativo. Lo propuesto por Jurgen Hábermas permite comprender que el miedo se produce socialmente cuando fallan los mecanismos de entendimiento mutuo. La falta de comunicación racional, la debilidad institucional y la distorsión mediática erosionan la confianza colectiva y a

mplifican la percepción de riesgo.

Los renovados tamices de la estrategia pro seguridad, dados desde la última actualización del estado de emergencia por 60 días más, viene evidenciando que la percepción de las personas es parte fundamental en la lucha contra este fenómeno criminal. Mientras más percepción negativa haya sobre la estrategia implementada, menos reconocimiento se tendrá a la estrategia y acciones que se vienen impulsando desde el gobierno y el sector interior.



Habermas, autor de la "Teoría de la Acción Comunicativa"



POR GUILLERMO VÁSQUEZ

# ESTRATEGIA ELECTORAL: LA CONQUISTA DEL ALMA

*¿Saben los candidatos que la campaña electoral es psicológica?*

**T**odos los actores alrededor de una campaña electoral repiten incansablemente que “el voto es emocional”, pero, ¿cuánto se considera esta afirmación en el trazado de las estrategias?

Cuando se afirma que el voto es emocional se acepta que el voto no es racional, es decir, que se vota sin pensar, no obstante, el individuo justifica sus decisiones emocionales con explicaciones racionales para validar su decisión y no exponerse como un ser no pensante, tal vez irresponsable.

Sabemos que –según las encuestas– hay un alto porcentaje que no sabe por quién va a votar en las próximas elecciones presidenciales y mucho menos en las elecciones municipales y regionales programadas para el próximo octubre de 2026; es más, hay un muy alto

porcentaje que ni siquiera sabe que habrá elecciones en abril del próximo año.

Uno de los factores de desconocimiento es, evidentemente, la falta de interés por la política del país y, peor aún, de la región (Latinoamérica).

Es más sencillo cuando se habla acerca de alcaldes, aún por encima de los gobernadores regionales y esto se debe, básicamente, al interés personal y la solución de sus propios problemas, más no así los de la colectividad.

Para ser más específico; el ciudadano no está preocupado por sus gobernantes y sus gestiones, sino hasta que le afecta directamente. Por ejemplo, cuando le ocurre un episodio de inseguridad ciudadana o se entera de este hecho en una persona cercana a él, ya sea un familiar o un vecino, es en ese momento

cuando piensa en sus gobernantes y qué están haciendo al respecto. El ciudadano entiende que es su derecho exigir seguridad ciudadana, de parte de sus gobernantes, buscando responsables en sus policías, alcaldes, ministros y, finalmente, el presidente de la República, sin dejar de lado a sus parlamentarios.

Es, en este escenario, que las encuestas de aprobación de gobernantes se convierten en métricas de satisfacción o insatisfacción, al menos, en lo que se percibe.

El rol de los medios de comunicación ha dejado de ser percibido como fuentes de información para pasar a ser percibidos como operadores políticos para aquellos a quienes analizamos la política y a sus actores. Para la gente común, los medios de comunicación son fuentes de validación para sus sesgos de confirmación.

Más adelante, ahondaremos en este problema psicológico.

Los medios de comunicación centran su labor en informar lo que convenientemente obedece a aquello que genera audiencia y esto, en muchos de los casos, se centra en el "amarillismo".

Desde que se ha creado la comunicación audiovisual, ésta se ha puesto a disposición de quienes la patrocinan: el consumismo, la política, la empresa privada, etc.

Las comunicaciones generan en su audiencia, necesidad, deseos, obsesión, miedos, odios o cualquier otra emoción que permita alcanzar objetivos prácticos medibles y cuantificables, cuantitativamente y cualitativamente. A esto se le conoce como manipulación de las masas.

Antiguamente se conocía a Sigmund Freud como el padre del psicoanálisis. Freud explicaba que el individuo poseía una memoria consciente y otra inconsciente, separados por algo que él llamaba censura. Ésta censura no dejaba pasar recuerdos muy antiguos o poco importantes, dejando espacio para nuevos recuerdos y pensamientos, de lo contrario, afirmaba, el individuo podría enloquecer por saturación. No se ha demostrado que la memoria humana tenga un límite de pensamientos, pero hay algunos recuerdos que, verdaderamente, no vale la pena recordar, sin embargo, ahí permanecen (los recuerdos) en un espacio oculto en el cerebro.

A todo este complejo mapa mental de los pensamientos, Freud le llamó "el alma" y no es otra cosa que la psique del individuo.

Pero volvamos a los recuerdos reprimidos; estos recuerdos y pensamientos podrían ser emocionales de tal forma que podrían influenciar en su personalidad y comportamiento. Por ejemplo, un mal trato de parte de sus progenitores, un accidente de niño, algún episodio traumático, como la pérdida de un ser querido u otro. Estos recuerdos se reprimen en el individuo, permitiéndole olvidarlos para no entristecerlo, no obstante, como ya lo dije, están ahí, generando algún miedo inexplicable que, definitivamente, impactan en su comportamiento y en sus decisiones.

No siempre los recuerdos reprimidos son de carácter negativo para la personalidad, también ocurre lo contrario cuando el individuo es

sometido al exceso de halagos y reconocimientos exagerados (que son sobre valorados), haciendo que este desarrolle una personalidad basada en la autoestima alta que le permite ser muy extrovertido y, en muchas ocasiones, su audacia le propicia algo que todos conocemos como "buena suerte", pero no es otra cosa que la predisposición al éxito. Véase como "inteligencia emocional".

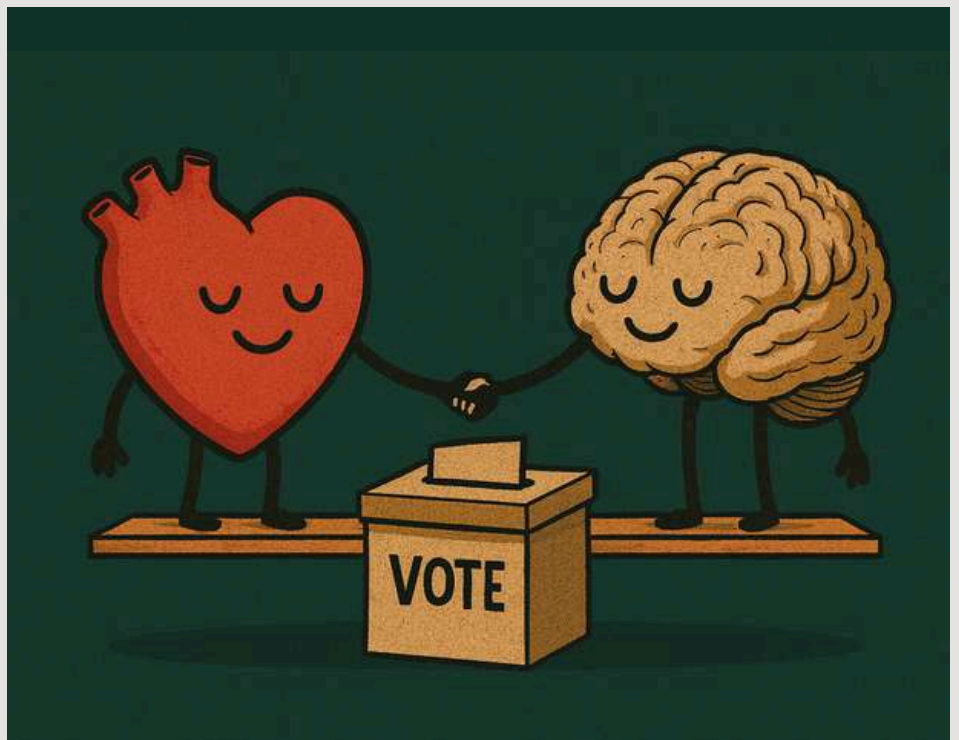
En tiempos modernos, surge un científico de la psicología y psiquiatría; Carl Gustav Jung, denominado el nuevo padre del psicoanálisis.

Jung propone que el individuo es un ser que posee una careta a la que denomina "ego", acompañada de memorias no tan reprimidas, pero que el individuo oculta intencionalmente

emociones reprimidos solamente, sino, también, por memorias de vidas pasadas a la que llamada "inconsciente ancestral" y otros de carácter social colectivo, al que llamó "el inconsciente colectivo".

Sólo para aclarar sus dudas, voy a comentar acerca del inconsciente ancestral; estas memorias pertenecen a nuestros ancestros y esta llega como información genética.

Por ejemplo, ¿cómo es posible que nos parezcamos a nuestros padres, abuelos, tíos, etc.? Muchas veces "heredamos" hasta la voz, la forma de hablar, la forma de caminar, etc. Todos sabemos que esta información es genética, sin embargo, no somos conscientes que también hemos heredado miedos, rencores



por agredir la ética y la moral –la lujuria, por citar un ejemplo-, también postula que, en efecto, hay una memoria inconsciente, pero que ésta no está conformada por recuerdos y emociones reprimidos solamente, sino, también, por memorias de vidas pasadas a la que llamada "inconsciente ancestral" y otros de carácter social colectivo, al que llamó "el inconsciente colectivo".

Jung propone que el individuo es un ser que posee una careta a la que denomina "ego", acompañada de memorias no tan reprimidas, pero que el individuo oculta intencionalmente por agredir la ética y la moral –la lujuria, por citar un ejemplo-, también postula que, en efecto, hay una memoria inconsciente, pero que ésta no está conformada por recuerdos y

y traumas; ese inexplicable miedo a las alturas, sin haber tenido algún episodio de caída u otro, o ese inexplicable miedo a la velocidad u otro miedo y hasta fobia.

La explicación a esos miedos y traumas ocultos, es la información genética.

Luego, nos afirma que existe un inconsciente colectivo, edificado en nuestra mente inconsciente mediante la información que escucha en la familia, en los vecinos, en el centro de labores o de estudios y, por supuesto, lo que nos difunden los medios de comunicación, al cual se le han sumado las redes sociales que, muchas veces, vienen cargadas de información distorsionada, difusa, manipulada y, en algunas –tal vez muchas- ocasiones, falsificadas.

Toda esta vorágine de información se almacena en el subconsciente de los individuos de una determinada región o localidad, fabricando, en la mayoría de ellos, un común del pensamiento denominado el inconsciente colectivo, en donde se comparten las mismas preocupaciones, los mismos miedos, los mismos odios y los mismos deseos disfrazados de necesidades muy bien descritos por Abraham Maslow en su pirámide de necesidades.

Dentro de este inconsciente colectivo se sitúa la polarización ya que, en efecto, existen diferentes medios de comunicación y redes sociales de diferentes tendencias y pensamientos que guían al individuo hacia alguna filosofía política desarrollando en ellos ideas obsesivas recalcitrantes que lleva, inclusive, hasta la ruptura de las buenas relaciones sociales.

Es así como surge este fenómeno psicológico - del que ya habíamos hablado líneas atrás - llamado sesgo de confirmación. El sesgo de confirmación es un sesgo cognitivo que se manifiesta por la búsqueda selectiva de información que valide su pensamiento preexistente, haciendo que el individuo otorgue la clasificación de verdad a aquella información que sintoniza con su pensamiento y clasifique como falso a todo aquello que no es acorde a sus pensamientos.

Es así que los que simpatizan con la izquierda buscan programas en medios de izquierda y viceversa.

La polarización es la cosecha de estímulos a los que ha sido sometido el colectivo social y que se auto clasifican en grupos homogéneos

de acuerdo a su similitud psicológica, ya sea por edad, nivel socio económico NSE, nivel cultural, etc. Pero, además, homogéneos en personalidad y del inconsciente que, finalmente permite aquella permeabilidad, lo que conlleva a que estos grupos homogéneos se separen en sub grupos por la filosofía del pensamiento político.

Este fenómeno permite que personas de diferentes NSE y cultural converjan en el pensamiento filosófico político cuya única coincidencia radica en ello, la política.

Esta polarización es susceptible de ser aprovechada por aquellos asesores que conocen del comportamiento psicológico y saben interpretar las manifestaciones neurológicas durante sus estudios de investigación etnográfica e insights.

En conclusión, es muy relevante tomar en ponderación las características psicológicas sociales de los electores de una determinada comunidad durante los estudios de investigación que antecede al desarrollo de la estrategia electoral.

Sin un acertado diagnóstico cualquier estrategia electoral estará echada a la suerte y el azar, además, podemos afirmar que, no existe diagnóstico sin estudio de investigación.

La estrategia electoral será el factor diferencial

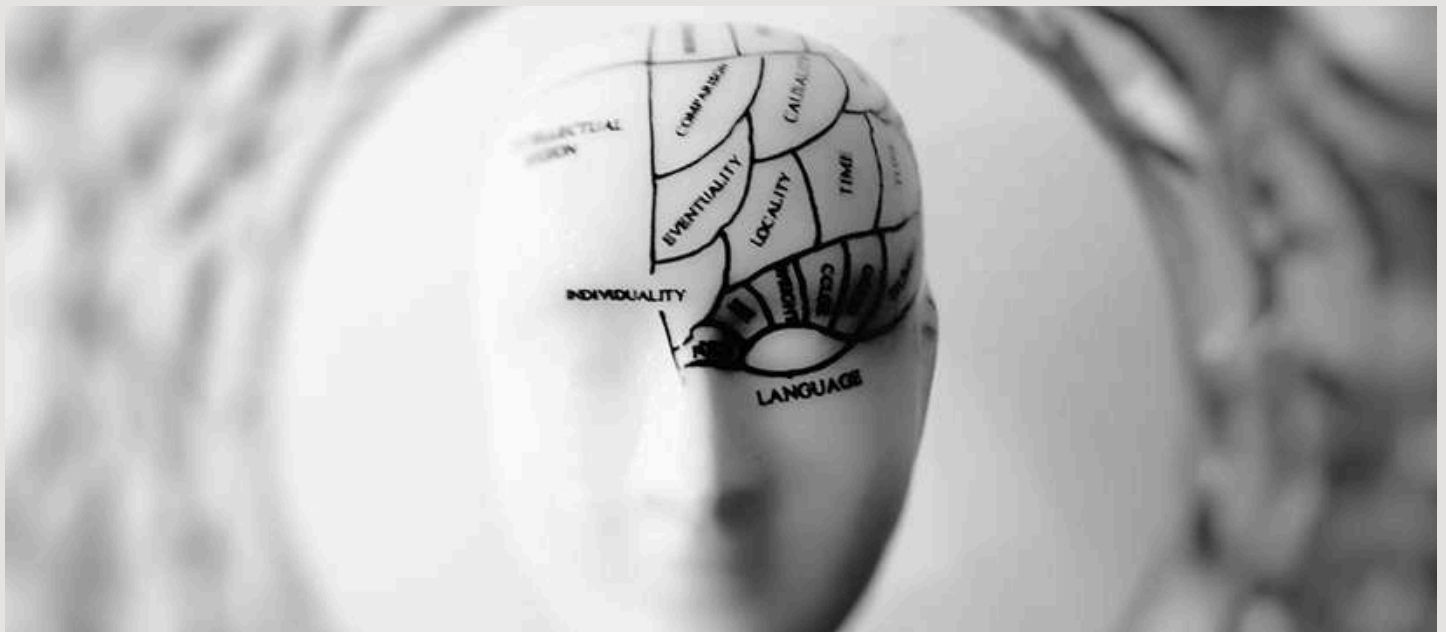


en esta campaña presidencial 2026, toda vez que competir contra más de cuarenta candidatos y miles de aspirantes al Parlamento hará que el mensaje sea difuso y, además, dirigido a individuos a quienes no les interesa el asunto político y mucho menos el electoral.

Construir una imagen política es difícil cuando el sujeto a abordar tiene un estigma acerca de cualquier político y peor aún, cuando el político tiene ya una trayectoria que lo convierte en aquel político "tradicional" que debe ser reemplazado por uno nuevo, sin antecedentes políticos que le han sumado maña a su personalidad profesional.

Es decir, existen dos clases de candidatos, los desconocidos a quienes nadie quiere conocer y los conocidos a quienes todos quieren olvidar.

La tarea será pues, dirigir dichas estrategias a la mente inconsciente del elector, esa que se ubica en el cerebelo ubicado en la parte posterior del encéfalo del cerebro, ahí donde se generan las emociones y las decisiones electorales.





POR SANDRA GUERRA S.

# EL PODER SILENCIOSO DE LA PRENSA REGIONAL Y EL DESAFÍO DE LA COMUNICACIÓN DE GOBIERNO

**L**o que confirmé una y otra vez trabajando crisis en territorios complejos del país no vino de una teoría, sino de auditorías reales. En una de ellas, en un gobierno regional, encontré cerca de cuarenta personas

dedicadas “a comunicación”, pero solo catorce realmente hacían comunicación de gobierno. El resto —disperso en provincias y distritos— se disparaba solo: producían mensajes propios, estilos propios, páginas propias, colores propios. No había estrategia ni narrativa institucional. Había islas informativas. Y en ese caos, la prensa —formal, informal, empírica o titulada— encontraba terreno fértil para condicionar, presionar o manipular.

Poco después, un funcionario me confesó que habían gastado dos o tres millones de soles en comunicación sin resultados. Era evidente por qué: abundaban contenidos, transmisiones, publicaciones, pero no existía prevención ni manejo de crisis. La institución, en el momento crítico, estaba desordenada. Allí se confirma lo que siempre ocurre: la comunicación sin estrategia se dispersa, no orienta, no protege.

Con los años también viví algo más delicado: algún mal periodista titulado u hombre de prensa se acercó a negociar su silencio. Lo he visto en el norte, en el sur y en el centro del país. Tarifas por no sacar notas, amenazas implícitas si no se cedía, “paquetes” de protección disfrazados de publicidad. A veces estos episodios aparecían justo cuando auditábamos contratos o tocábamos intereses instalados.

En provincias, ser asesor de crisis es caminar un territorio donde la prensa puede fiscalizar, informar, distorsionar o extorsionar... en la misma semana. Y he constatado una y otra vez que la peor estrategia es negociar con malos



periodistas, hombres de prensa o pseudo comunicadores: pagar silencio es una bomba de tiempo. Nunca se negocia con delinquentes; siempre te va a traicionar.

En el país conviven periodistas titulados, formados en universidades y colegiados, y también comunicadores empíricos con años de oficio. En Piura se les llama camuchos; en Apurímac, chauchillas; en Cusco, prensa de calle; en La Libertad, prensa lanza. Son etiquetas populares, no insultos. Son parte de un ecosistema donde el Estado no consolidó instituciones mediáticas. Pero aquí está el punto crítico: ni el título garantiza ética, ni la ausencia de título implica irresponsabilidad.

Yo estudié Ciencias de la Comunicación con especialidad en Periodismo y Publicidad y soy colegiada. He visto algunos malos periodistas titulados caer en prácticas profundamente dañinas. También he visto comunicadores empíricos con enorme intuición territorial. La única línea inflexible no es el cartón, sino el comportamiento:

nadie —tenga título o no— tiene licencia para convertir una sospecha en sentencia pública.

Entendí con mayor claridad un caso reciente: una periodista titulada anunció un supuesto “destape” contra un integrante del núcleo familiar de un funcionario. El dueño de la radio —que no es periodista— apareció en la cintilla como si lo fuera. Presentaron capturas sueltas, insinuaciones y lecturas forzadas. No había cadena lógica ni pruebas verificables. Era espectáculo disfrazado de investigación. Y lo más peligroso: miles de ciudadanos asumieron eso como verdad absoluta. Esa escena se repite en muchas regiones del país.

## Periodismo, Poder y Responsabilidad Ética

La prensa debe fiscalizar, sí. Debe incomodar al poder, sí. Debe revelar irregularidades, sí. Pero la crítica a la gestión no autoriza destruir la vida privada, exponer hijos, parejas o familiares, ni imputar delitos sin evidencia. La libertad de expresión no ampara la difamación. El derecho a informar no puede pasar por encima del derecho al honor y de la presunción de inocencia.



Después de episodios así, hay una premisa que debe quedar clara: cuando un periodista o un hombre de prensa difama, debe estar dispuesto a responder también fuera del estudio. Porque si conviertes su “destape” en denuncia, ya no se mide por rating; se mide por estándares fiscales. Un fiscal no evalúa pantallazos ni sospechas; evalúa cadenas lógicas, documentos y coherencia. Y allí muchas “investigaciones” mediáticas se desploman.

He conocido casos donde querellas contra malos periodistas y hombres de prensa terminan demoliendo sus narrativas porque la tesis fiscal revela lo que la transmisión ocultó: que no había pruebas reales. Una investigación periodística sería debería aspirar a resistir ese nivel de revisión, no evitarla.

Este tipo de episodios —y muchos otros que vengo documentando— forman parte del libro que estoy escribiendo sobre el poder, la prensa y la política en el Perú, donde dedico capítulos completos a la extorsión encubierta, la manipulación informativa y la gestión de crisis desde dentro del Estado.

#### Modelos Internacionales de Manejo de Crisis

Angela Merkel enfrentó la crisis migratoria de 2015 con conferencias diarias, información abierta y control narrativo: transparencia sin caos. Barack Obama manejó Ferguson

equilibrando vocerías técnicas, mensajes unificados y sentido de responsabilidad estatal. Jacinda Ardern enfrentó Christchurch combinando empatía pública con rigor informativo y un manejo comunicacional casi quirúrgico. Álvaro Uribe, durante su momento más crítico con el escándalo de las chuzadas, logró sostener la narrativa institucional diferenciando con claridad entre decisiones del gobierno y acciones de terceros.

Ninguno improvisó frente al escándalo. Todos entendieron que la prensa es un actor, no un enemigo, y que la narrativa debe construirse antes del ataque, no después.

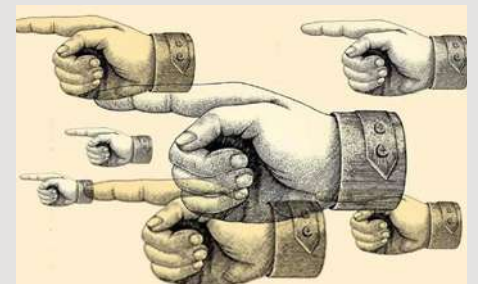
#### La Comunicación de Gobierno como Defensa Estratégica

He trabajado en empresas privadas, ministerios, órganos adscritos, gobiernos regionales, municipalidades y espacios con alta conflictividad social. En todos vi el mismo patrón: donde hay estrategia, el ruido baja; donde no la hay, la prensa llena el vacío. En gobiernos territoriales, la comunicación dejó de ser un área operativa: es una defensa institucional.

La comunicación moderna exige detectar crisis antes de que exploten, ordenar vocerías, anticipar ataques, blindar procesos y construir reputación. Hoy ningún gobierno puede

funcionar sin entrenamiento de crisis: escenarios simulados, matrices de riesgo, entrenamiento de voceros, control narrativo, lectura anticipada de amenazas. Cada acción institucional tiene impacto reputacional; cada error puede volverse arma política; cada silencio tiene un costo.

La comunicación de gobierno dejó de ser apoyo: es defensa, estrategia y supervivencia. Porque en tiempos donde cualquiera puede destruir una reputación en veinte minutos desde una cabina alquilada, la narrativa dejó de ser un adorno: es poder, es protección y es gobernabilidad.



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



**Luis Nunes**  
Director en LN&A





**SALVADOR NASR...**  
PARTIDO LIBERAL

**40,27%**  
1.022.995 votos



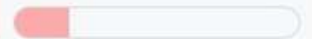
**NASRY ASFURA**  
PARTIDO NACIONAL

**39,64%**  
1.007.130 votos



**RIXI MONCADA**  
LIBRE

**19,01%**  
483.136 votos



# FINAL DE INFARTO

*Salvador Nasralla y Nasry Asfura se disputan voto a voto la presidencia de Honduras*  
*Salvador Nasralla y Nasry Asfura se disputan voto a voto la presidencia de Honduras*



## A

l cierre de la presente edición, continua el escrutinio electoral en Honduras, la misma que muestra un estrecho margen entre Salvador Nasralla y Nasry Asfura. según los datos

oficiales más recientes del Consejo Nacional Electoral (CNE). Con más del 79.58% de las actas procesadas, Nasralla mantiene una ligera ventaja al alcanzar el 40.27% frente al 39.64% de Asfura, éste último cuenta con el apoyo de Trump. La autoridad electoral ha enfatizado que el resultado sigue siendo preliminar y que el proceso continúa bajo verificación.

Una primera lectura de los resultados de las elecciones presidenciales de Honduras 2025 es que se observa al país frente a uno de los escenarios más reñidos y trascendentales de su historia reciente. Con un estrechísimo margen entre Salvador Nasralla, candidato del Partido Liberal, y Nasry Asfura, representante del Partido Nacional, el país terminó dividido en dos grandes bloques que evidencian el profundo reacomodo político de la última década. El tercer lugar, ocupado por Rixi Moncada de LIBRE, partido oficialista de izquierda, marca el cierre de la hegemonía del partido que llevó a Xiomara Castro al poder en el año 2021.

Nasralla participó en varias contiendas desde 2013, esta vez logró articular un discurso de renovación dentro del Partido Liberal, que históricamente fue uno de los pilares del sistema bipartidista hondureño. Su narrativa buscó combinar moderación, lucha anticorrupción y una estrategia de cercanía ciudadana que conectó fuertemente con el electorado urbano.

Por su parte, Asfura carga sobre sus hombros los múltiples cuestionamientos que arrastra el Partido Nacional por sus gestiones pasadas, especialmente los escándalos vinculados a corrupción y narcotráfico durante los gobiernos de Juan Orlando Hernández.

Su campaña se centró en su estilo de "gerente", enfatizando obras, gestión municipal y una imagen de hombre práctico. Ese discurso logró sostener al electorado tradicional nacionalista, un bloque sólido, disciplinado y particularmente fuerte en el interior del país.

La contienda entre Nasralla y Asfura revela la persistencia de un país dividido entre dos liderazgos personalistas pero profundamente distintos: el primero más comunicacional, urbano y reformista; el segundo más territorial, pragmático y conservador.

## La Caída de LIBRE y el Fin de un Ciclo

Rixi Moncada, candidata del partido LIBRE, obtuvo apenas el 19,01 % de los votos, un resultado que marca el declive más fuerte del partido desde su fundación. Si en 2021 Xiomara Castro había logrado un triunfo aplastante, en 2025 LIBRE enfrenta un desgaste derivado de la gestión gubernamental, los conflictos internos y la percepción de que el partido no cumplió las expectativas en materia de seguridad, empleo y lucha contra la corrupción.

## Un País Fragmentado y el Desafío de la Gobernabilidad

La elección deja a Honduras fragmentada política, territorial y emocionalmente. La gobernabilidad dependerá de acuerdos, alianzas y la capacidad del próximo gobierno para generar consensos.

Además, la diferencia mínima implica que cualquier disputa legal o reclamo procedimental podría generar tensiones. El país aún tiene memoria del conflicto poselectoral de 2017, cuando su propia candidatura denunció fraude, lo cual coloca a Honduras nuevamente en un terreno político delicado.

Honduras 2025 será recordada como la elección del empate histórico, del voto dividido y de la transición incierta.



**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)

# LIBROS SUGERIDOS



## Historia de la Estrategia

La serie de libros «Makers of Modern Strategy» ha sido una referencia esencial en el estudio de la estrategia militar y política desde su primera edición en 1943. Esta nueva edición en castellano ofrece a los lectores una oportunidad única para acceder a este clásico adaptado a los desafíos estratégicos contemporáneos, con lecciones vitales de los estrategas más influyentes de la historia, desde Tucídides y Sun Tzu hasta Clausewitz, Napoleón, Churchill, Mao, Ben-Gurion, Andrew Marshall, Xi Jinping y Qasem Soleimani.



## La Comunicación Política del SXXI

La presente obra de Ibiza Melián, recoge sus artículos publicados en distintos medios divididos en dos partes. La primera aborda algunas correcciones a emprender en la Administración Pública, en la cual debe imperar una nueva mentalidad: Open Government. Mentalidad que se rige por unas concretas premisas: el paso de la gobernabilidad a la gobernanza; la supremacía del ciudadano; eficacia y eficiencia; así como la cultura 2.0. En la segunda se profundiza la necesidad que tienen las organizaciones de saber comunicar adecuadamente su mensaje.



## El Arte de Gobernar

es un ameno ensayo de ciencia política y filosofía, escrito con un lenguaje asequible, al tiempo que una evocación de los más importantes pensadores, con una mirada a sus aportaciones a este campo. En él se dan cita Solón y el Estado de Derecho; Confucio y el arte de gobernar; Cicerón y su valiente denuncia de la corrupción; Bacon y la tecnocracia; Thomas Hobbes y el ser social; Spinoza y el deber de todo régimen político... ¿De qué modo concibieron este oficio filósofos y eruditos a lo largo de la Historia y qué opinaron y razonaron sobre este arte? ¿Quiénes fueron esos grandes pensadores y cómo dieron forma a sus teorías?



## Marketing político y electoral

En esta obra, Francisco Barroso, se describe el conjunto de tácticas y técnicas que, en dicha especialidad del marketing, se utilizan para conocer las expectativas de los integrantes de sus correspondientes mercados y poder satisfacerlas a través de los programas electorales y de los candidatos propuestos. Se desarrolla desde una óptica de planificación estratégica a través de cuatro instrumentos básicos: el análisis del mercado electoral, la política del producto, las técnicas de venta y la comunicación política.

# EL FALSO TELEGRAMA QUE CAMBIÓ EL RUMBO DEL PAÍS

*Guerra psicológica antes de que existiera el término*

# L

a historia política del Perú está llena de episodios dramáticos, conspiraciones silenciosas y batallas libradas no solo en campos militares, sino también en los territorios de la percepción pública.

Uno de los casos más fascinantes —y menos contados en detalle— es el del telegrama falso que precipitó la caída de Andrés Avelino Cáceres en 1895, en plena guerra civil contra los partidarios de Nicolás de Piérola.

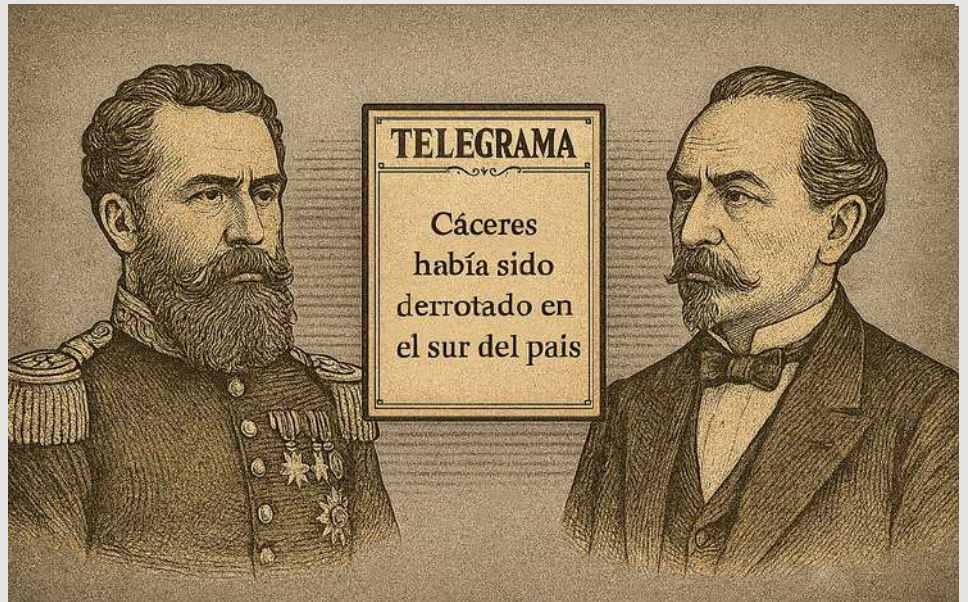
El país todavía sufría las consecuencias de la Guerra del Pacífico, la economía estaba profundamente debilitada, y las instituciones políticas eran más frágiles que nunca. Cáceres, héroe militar reverenciado por su resistencia en la campaña de La Breña, había asumido la presidencia en 1894 tras unas elecciones marcadas por denuncias de fraude, boicot opositor y manipulación del aparato estatal. La legitimidad de su gobierno, desde el inicio, era cuestionada. Frente a él se levantaba la figura de Nicolás de Piérola, líder del Partido Demócrata, que gozaba de enorme respaldo popular, especialmente entre los sectores urbanos y jóvenes. Piérola había sido protagonista de varias rebeliones anteriores y, para muchos, representaba la posibilidad de sacar al país del desgaste cacerista. La confrontación era inevitable.

## Un país fragmentado y un poder que se desmoronaba

Entre 1894 y 1895, el Perú vivió un proceso de escalada violenta que derivó en un conflicto civil de mediana intensidad. Cada región adoptó bandos: algunas se declararon pierolistas, otras caceristas, y muchas fluctuaban según avanzaban los ejércitos o según cambiaban los rumores de guerra.

## El telegrama que nadie firmó, pero todos creyeron

A inicios de marzo de 1895 comenzó a circular en Lima un telegrama cuya procedencia jamás pudo verificarse completamente. El mensaje afirmaba que: “Cáceres había sido derrotado en



el sur del país”, “Varios batallones constitucionalistas se habían rendido ante las fuerzas de Piérola” y “El presidente se encontraba en retirada, preparando su salida hacia el Callao”

El contenido del mensaje era explosivo. Aunque no existía confirmación oficial, el telegrama tenía la apariencia de un reporte militar. Circuló primero entre oficiales, luego entre comerciantes, después entre periodistas, y finalmente llegó al público general. En pocas horas, la ciudad estaba comentando la supuesta capitulación cacerista.

Lo más significativo es que nadie pudo identificar su firma o su origen. No venía de una oficina telegráfica conocida. Era, literalmente, un mensaje fantasma.

## Los pierolistas aprovechan el vacío

Mientras el desconcierto se apoderaba del oficialismo, las tropas de Piérola —más organizadas y mejor posicionadas en ese momento— avanzaron con decisión hacia Lima. Para el 16 de marzo ya controlaban zonas clave de la ciudad. Al día siguiente, el 17 de marzo de 1895, las fuerzas pierolistas ingresaron al centro de Lima tras intensos combates que dejaron cientos de muertos. Cáceres decidió retirarse hacia el Callao y luego embarcarse para salir del país. Su caída fue rápida.

## Un antecedente directo de la guerra mediática moderna

La anécdota del telegrama no solo es curiosa; es profundamente contemporánea. Muestra que: La lucha por el poder siempre se libra también en el control de la narrativa. Las falencias institucionales abren espacio a la desinformación. En tiempos de crisis, la gente cree lo que necesita creer. La velocidad informativa —sea telégrafo o redes sociales— amplifica los efectos políticos.

Podríamos decir que este telegrama fue una especie de “tuit” del siglo XIX: breve, viral, sin fuente confirmada, pero capaz de alterar el curso de la política nacional.

## El mensaje que cambió un gobierno

Este telegrama “fantasma” simboliza a la perfección el poder de la comunicación política en contextos de fragilidad estatal. No hubo campaña moderna, ni analistas, ni redes sociales. Solo un mensaje lacónico transmitido por un sistema tecnológico primitivo, pero lo suficientemente influyente como para minar la estructura emocional del poder. La caída de Cáceres mostró que la guerra no se gana únicamente con fusiles y tropas; también se gana —o se pierde— con información. Esta anécdota, sigue siendo un recordatorio de que en el Perú la política siempre ha sido, en gran parte, una batalla por controlar la verdad, la percepción y relato.

¿QUIERES UNA  
ASESORÍA GRATUITA?



# Politólogos digitales



SUSCRÍBETE A LA  
**MEMBRESÍA**



## TIPOS DE CAMPAÑA



OFICIAL



SOPORTE



CONTENCIÓN



CONTRACAMPAÑA

**SOLICÍTALA**  
ESCANEANDO 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



# Kattya Estefany Mundo Flores

ABOGADA CAL N.º 71864

Convertimos tu esfuerzo  
en triunfo y tu  
candidatura  
en victoria legal.



**Perú**



**+ 51 930 511 158**

