



Universidad Internacional de La Rioja

Facultad de Empresa y Comunicación

Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político

La Retórica como Instrumento para
Mejorar la Imagen de un Candidato.
Aciertos y Desaciertos en la Campaña
Fujimori 2021

Hugo Renato Vilca García
La Retórica como Instrumento para Mejorar la Imagen de un Candidato
Aciertos y Desaciertos en la Campaña Fujimori 2021

Trabajo fin de estudio presentado por:	Hugo Renato Vilca García
Tipo de trabajo (Académico o Profesional)	Académico
Línea (si se necesita alguna tipología más):	Técnicas de comunicación, retórica y liderazgo aplicadas a política
Director/a:	José Luis López García
Fecha de depósito:	16.03.22

Resumen

El presente Trabajo de Fin de Master - TFM - tiene como objetivo principal demostrar la importancia de la retórica en la percepción de la imagen de un político. Para ello se analizará un caso práctico puntual. La comunicación de la candidata presidencial Keiko Fujimori en su campaña electoral a la presidencia del Perú del año 2021.

Con esta finalidad, se analizará dos sucesos específicos importantes. El debate presidencial entre los candidatos Keiko Fujimori y Pedro Castillo, de fecha 01 de mayo del 2021, llevado a cabo en la ciudad de Chota, Cajamarca y el discurso de la candidata presidencial de fecha 23 de mayo del 2021.

Los fenómenos antes descritos serán enmarcados teóricamente desde dos aspectos. Un aspecto comunicativo, que pretende hacer constar qué conceptos se toma en cuenta en la parte analítica experimental del presente trabajo, y un aspecto histórico, social y político, a través del cual se contextualizará la elección desde el punto de vista del elector promedio.

Con la finalidad de obtener datos científicos para la investigación del trabajo, se trazará un plan estratégico, aplicando dos métodos cualitativos de investigación científica, el grupo focal y el análisis de contenido.

Finalmente, se comprobarán o desvirtuarán las hipótesis planteadas y se establecerán las conclusiones pertinentes.

Palabras clave

Retórica política

La campaña de Keiko Fujimori

Comunicación política

Elecciones presidenciales 2021

Abstract

The main objective of this Master's Final Project - TFM - is to demonstrate the importance of rhetoric in the perception of the image of a politician. For this, a specific practical case will be analyzed. The communication of the presidential candidate Keiko Fujimori in her electoral campaign for the presidency of Peru in 2021.

To this end, two important specific events will be analyzed. The presidential debate between the candidates Keiko Fujimori and Pedro Castillo, dated May 1, 2021, held in the city of Chota, Cajamarca and the presidential candidate's speech dated May 23, 2021.

The phenomena described above will be framed theoretically from two aspects, a communicative aspect, which aims to record what concepts are taken into account in the experimental analytical part of this work, and a historical, social and political aspect, through which the communication will be contextualized. election from the point of view of the average voter.

In order to obtain scientific data for the research of the work, a strategic plan will be drawn up, applying two qualitative methods of scientific research, the focus group and content analysis.

Finally, the hypotheses raised will be verified or disproved and the pertinent conclusions will be established.

Keywords:

Political rhetoric

Keiko Fujimori's speech

Political communication

Presidential elections 2021

Índice de contenidos

1. Introducción.....	1
1.1. Justificación del tema elegido.....	2
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Objetivos	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4. Hipótesis	5
2. Marco teórico.....	6
2.1. La Comunicación	6
2.1.1. Componentes de la comunicación	7
2.1.2. Tipos de comunicación	9
2.2. La comunicación política.....	12
2.3. La retórica política	12
2.3.1. Bases y componentes de la retórica política.....	13
2.3.2. Partes del discurso retórico.....	14
2.3.3. Los tipos de discurso.....	16
2.3.4. Los principios de la retórica.....	17
2.3.5. La retórica como estrategia persuasiva.....	17
2.3.6. Recursos de la retórica política	20
2.4. El debate	23
3. Contextualización	23
3.1. El Fujimorismo en el Perú	25
3.2. Fenómenos que han marcado a la sociedad y la política peruana.....	28

3.2.1.	Terrorismo en el Perú – Vinculaciones con Pedro Castillo.....	29
3.2.2.	Corrupción en el Perú.....	30
3.3.	Contexto político del Perú en el año 2021	32
3.4.	Elecciones generales en el Perú 2021.....	33
3.5.	Características generales de los candidatos.....	35
3.5.1.	Keiko Fujimori.....	36
3.5.2.	Pedro Castillo.....	36
4.	Metodología de la Investigación	37
4.1.	Experimento 1 - Grupo focal.....	38
4.1.1.	Grupo de reclutados y moderador	39
4.1.2.	Sesión.....	39
4.1.3.	Análisis e interpretación de los datos	41
4.2.	Experimento 2 - Análisis de contenido	41
4.2.1.	Análisis e interpretación de los datos	42
5.	Desarrollo y resultados de los métodos aplicados	42
5.1.	Experimento 1 - Grupos Focales	42
5.1.1.	Análisis de los resultados.....	42
5.1.2.	Interpretación de los resultados	49
5.2.	Experimento 2 - Análisis de contenido	50
5.2.1.	Análisis del contenido verbal.....	50
5.2.2.	Interpretación de los resultados	54
6.	Conclusiones.....	55
7.	Prospectiva de futuro y limitaciones.....	59
	Referencias bibliográficas.....	62

Anexo 1 – CUESTIONARIO DE PREGUNTAS FOCUS GROUP65

Índice de figuras

Figura 1. Los componentes de la comunicación.....	8
Figura 2. Resultados oficiales JNE – Elecciones congresales 2016.....	26
Figura 3. Resultados oficiales JNE – Elecciones congresales extraordinarias 2020.....	27
Figura 4. Encuesta Datum – Políticos considerados más corruptos.....	31

Índice de tablas

Tabla 1. Diferencias entre la comunicación verbal y no verbal.....	11
Tabla 2. Los tipos de discurso.....	16
Tabla 3. Persuasión emocional y emotiva.....	19
Tabla 4. Resultados presidenciales JNE de la primera vuelta electoral.....	34
Tabla 5. Resultados presidenciales JNE de la segunda vuelta electoral.....	35
Tabla 6. Hallazgos en lenguaje verbal y no verbal.....	49

1. Introducción

El presente trabajo tiene como finalidad demostrar la importancia de la retórica y la comunicación política en general; y evidenciar las consecuencias de su manejo en la imagen de un candidato.

Con el objetivo de lograr este propósito se analizará un caso concreto. La comunicación de la candidata presidencial peruana Keiko Fujimori, en su campaña del 2021 donde se enfrentó al profesor Pedro Castillo. Para ello se examinarán dos eventos específicos; el debate presidencial realizado en la ciudad de Chota, Cajamarca el 01 de mayo del 2021 y el discurso que diera la Sra. Keiko Fujimori, para la Fundación Internacional Libertad con fecha 23 de mayo del 2021. Estos eventos fueron elegidos debido a la expectativa que generaron, puesto que, en días anteriores al debate, se habían cancelado dos encuentros y los candidatos se hacían acusaciones directas a través de declaraciones individuales, en el caso del discurso, el enfrentamiento directo ya había comenzado y la división electoral se hacía más notoria. Finalmente, a partir de los eventos en mención y a raíz de los mismos, la división de la ciudadanía y el apoyo a cada uno de ellos fue más excluyente y radical.

Para contextualizar el estudio anterior, se dará un vistazo teórico a los aspectos más importantes de la comunicación como lo son sus métodos y técnicas. Esto permitirá examinar de manera adecuada el fenómeno comunicativo planteado.

Adicionalmente, se debe ubicar ambos sucesos de manera histórica, para ello, se revisarán los aspectos más preponderantes de la historia republicana peruana y los hechos que la han marcado en los últimos tiempos. Así también, se debe contextualizar el fenómeno desde el punto de vista social y político, para ello, se analizará dos realidades transversales a la sociedad peruana; el terrorismo y la corrupción, temas que tendrán un apartado especial.

Luego de sintetizar esa base social, histórica y política y verificar las particularidades de la elección, se procederá a aplicar las metodologías más adecuadas para extraer la información pertinente y analizarla con la finalidad de conseguir unas conclusiones debidamente justificadas que se condigan con la realidad. En el presente caso se aplicarán dos métodos cualitativos de investigación científica, el grupo focal y el análisis de contenido.

En las conclusiones se verificará la importancia de la comunicación en el caso concreto. Se determinará si la comunicación política de la Sra. Keiko Fujimori fue la adecuada y se verá si es que una mejor retórica comunicativa le hubiera permitido hacerse con el triunfo de las elecciones presidenciales peruanas del 2021.

1.1. Justificación del tema elegido

La comunicación política como instrumento para mejorar la imagen de un candidato, es un tema con transcendencia actual debido a su aplicación en el día a día político.

El presente trabajo analiza un fenómeno vigente y constante en el quehacer político internacional. La buena o mala calidad comunicativa y sus repercusiones en los resultados finales es evidente. Si bien, la elección presidencial en el Perú es un acontecimiento de carácter nacional centrado en un ámbito geográfico limitado (Perú), fue conocido y analizado a nivel mundial debido a los cambios ideológicos y geopolíticos regionales que acarrea.

El contexto político nacional y regional, en el cual se ve un creciente protagonismo del pensamiento de izquierda, viene definiendo el futuro de los países de la región y específicamente la situación del Perú, lo cual hace de esta elección presidencial, un hito histórico muy particular para la nación. En los comicios bajo análisis existe una gran indecisión en el electorado y por ello, cada expresión comunicativa es fundamental para definir el resultado de la contienda.

Se cree importante determinar, desde el punto de vista de la comunicación, por qué la candidata Fujimori, teniendo un contexto relativamente favorable, no pudo ganar la disputa presidencial peruana. Dilucidar si la falta de pericia en la comunicación fue determinante o no en su derrota.

Una particularidad adicional de la elección bajo análisis, radica en que la Sra. Keiko Fujimori, se enfrentaba a un candidato supuestamente vinculado al terrorismo, tal como lo señalan sendos reportes periodísticos, entre ellos, por ejemplo, el del diario Perú21 (2021) "Policía identifica a presunto miembro de Movadef en actividad de Perú Libre". La subversión fue un

mal que aquejó a la sociedad peruana en los años 80 y que mantenía una herida abierta en la ciudadanía. Las vinculaciones del candidato Castillo con el terrorismo, eran muy favorables a las pretensiones de la candidata Fujimori, debido a que la ayudaban a contrarrestaban la animadversión que el pueblo tenía hacia ella, debido a sus vínculos con diferentes actos de corrupción y los crímenes de su padre, el ex presidente, Alberto Fujimori Fujimori. Es interesante saber si una mejor estrategia de comunicación por parte de la Sra. Keiko Fujimori hubiera neutralizado o quizás amenguado el odio propulsado por un grupo de ciudadanos contra ella, los llamados Anti fujimoristas.

La tres veces candidata a la presidencia del Perú, quien ya había perdido en dos oportunidades; tenía en el rechazo al comunismo a su mejor aliado, y es menester de este trabajo establecer si su discurso político fue positivo o negativo para su campaña y determinar si alentó o desalentó su derrota.

A todo lo anterior se suma una inclinación personal por los fenómenos comunicativos; el poder del convencimiento y la retórica en la persuasión de las personas. El tema materia de análisis otorga la oportunidad de explicar desde un punto de vista diferente la derrota de la candidata Fujimori en las elecciones peruanas del 2021.

Todo lo descrito anteriormente es un aliciente para abordar la presente investigación con grandes expectativas y comprobar el gran poder que tiene la retórica y la comunicación personal en general, dentro del ámbito político.

1.2. Planteamiento del problema

En el ámbito nacional e internacional se puede evidenciar una falta de profesionalización en la comunicación. Existen candidatos o campañas políticas sin una estrategia comunicativa concreta, sin un norte definido. Durante las épocas electorales y a cada paso que se da, se pueden ver desde carteles desordenados y sin coherencia de colores, hasta discursos que no comunican y mucho menos emocionan.

La explosión difusiva de las redes sociales ha traído consigo una desmejora en la calidad de la comunicación. Esta profusa propagación ha permitido demostrar la falta de preparación retórica por parte de los actores políticos.

Se plantea como problema, las deficiencias comunicativas de la candidata de cara a mejorar su imagen y ganar una elección. Se concretiza dicho problema en el análisis de dos eventos políticos en el contexto de las elecciones presidenciales peruanas del 2021. El primer debate presidencial llevado a cabo en la ciudad de Chota, Cajamarca, realizado en una plaza abierta y el discurso de la Sra. Keiko Fujimori para la Fundación Internacional Libertad, emitido a través de las redes sociales.

Los eventos bajo análisis cuentan con los ingredientes necesarios para determinar si una comunicación eficiente podría haber cambiado el rumbo de las elecciones y es que luego de que el candidato Pedro Castillo cancelara un primer encuentro convocado por el mismo; éste aceptó debatir, sin embargo, puso una condición: El debate se llevaría a cabo en su tierra natal, un pueblo alejado y pobre del Perú. La cancelación del primer debate por parte del candidato Castillo y la condición inequitativa que planteó para un siguiente encuentro, tal como lo señala el diario Perú 21 (2021) "Pedro Castillo pone condiciones para el debate y pide que el primero se realice en Chota", predispusieron y crearon expectativa en el electorado. La población indecisa, estaba indignada por el comportamiento del Sr. Castillo y a su vez estaba ávida de información, puesto que hasta el momento no se habían escuchado las propuestas de ninguno de los dos candidatos. Los indecisos estaban listos para escuchar a la candidata Fujimori sin un prejuicio tan negativo (actos de corrupción propios y de su padre). Por todo ello, convencerlos dependía casi exclusivamente de lo que transmitiera. El momento era inmejorable para ella. Por su parte, el discurso para la Fundación Internacional Libertad de fecha 23 de mayo del 2021 tuvo lugar 23 días después del primer debate, contaba con características contextuales similares que las del debate del 01 de mayo, sin embargo, ya se empezaba a hacer notoria la división en el electorado y al no ser un debate, en esta oportunidad, la candidata podía manejar los temas a tratar y mostrar la faceta que le fuese más conveniente.

1.3. Objetivos

El presente TFM pretende contribuir al análisis de la comunicación política y demostrar su importancia a través del examen de eventos políticos discursivos.

1.3.1. Objetivo general

El objetivo general del presente TFM, es demostrar la trascendencia de la comunicación política en la percepción de la imagen de un político.

1.3.2. Objetivos específicos

Como objetivos específicos tenemos:

Objetivo 1: Determinar si una adecuada comunicación puede mejorar la percepción del votante hacia un político.

Objetivo 2: Determinar si los ataques al contendiente político son positivos para mejorar la imagen propia de un candidato.

Objetivo 3: Determinar si los ofrecimientos populistas pueden mejorar la aceptación de un político por parte de los votantes.

Objetivo 4: Determinar qué estrategias discursivas verbales y no verbales ayudarán a captar la simpatía de los indecisos y/o contrarios.

Objetivo 5: Determinar qué parte de la comunicación es más importante: la manera de comunicar (comunicación verbal – no verbal) o el comunicado (propuestas).

1.4. Hipótesis

Antes de profundizar en el presente TFM, es pertinente que se establezcan algunas hipótesis que más adelante serán corroboradas o desvirtuadas con la información que logremos obtener a partir de la parte investigativa del trabajo.

Se plantean tres hipótesis:

Hipótesis 1: Keiko Fujimori perdió la elección presidencial del 2021 por una deficiente estrategia de comunicación personal.

Hipótesis 2: Keiko Fujimori perdió la elección presidencial del 2021 por su pasado político y el de su padre.

Hipótesis 3: Keiko Fujimori perdió la elección presidencial del 2021 por su postura derechista y conservadora.

2. Marco teórico

En el presente acápite, se expondrán las cuestiones teóricas que darán soporte a la investigación, se conocerá qué han escrito algunos de los principales teóricos sobre la comunicación y sus componentes. Se profundizará en la comunicación verbal y no verbal, así como en los diferentes recursos lingüísticos y no lingüísticos que coadyuvan a la comunicación y la retórica. Se analizará el panorama general y específico de la comunicación política. Tras una selección escrupulosa de bibliografía y autores, pondremos en perspectiva las diferentes definiciones de comunicación y los elementos que la componen. Mediante un análisis crítico, se aportará un nuevo punto de vista que pueda ser aplicado en la parte experimental del presente TFM.

2.1. La Comunicación

La comunicación es el acto de transmisión de información entre seres vivos. Según Idalberto Chiavenato (2006), la comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social". (Pág. 110).

Por su parte, María del Socorro Fonseca (2000), indica que comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes". (Pág. 4).

Sin embargo, podemos encontrar definiciones clásicas, más cercanas a los propósitos del presente trabajo.

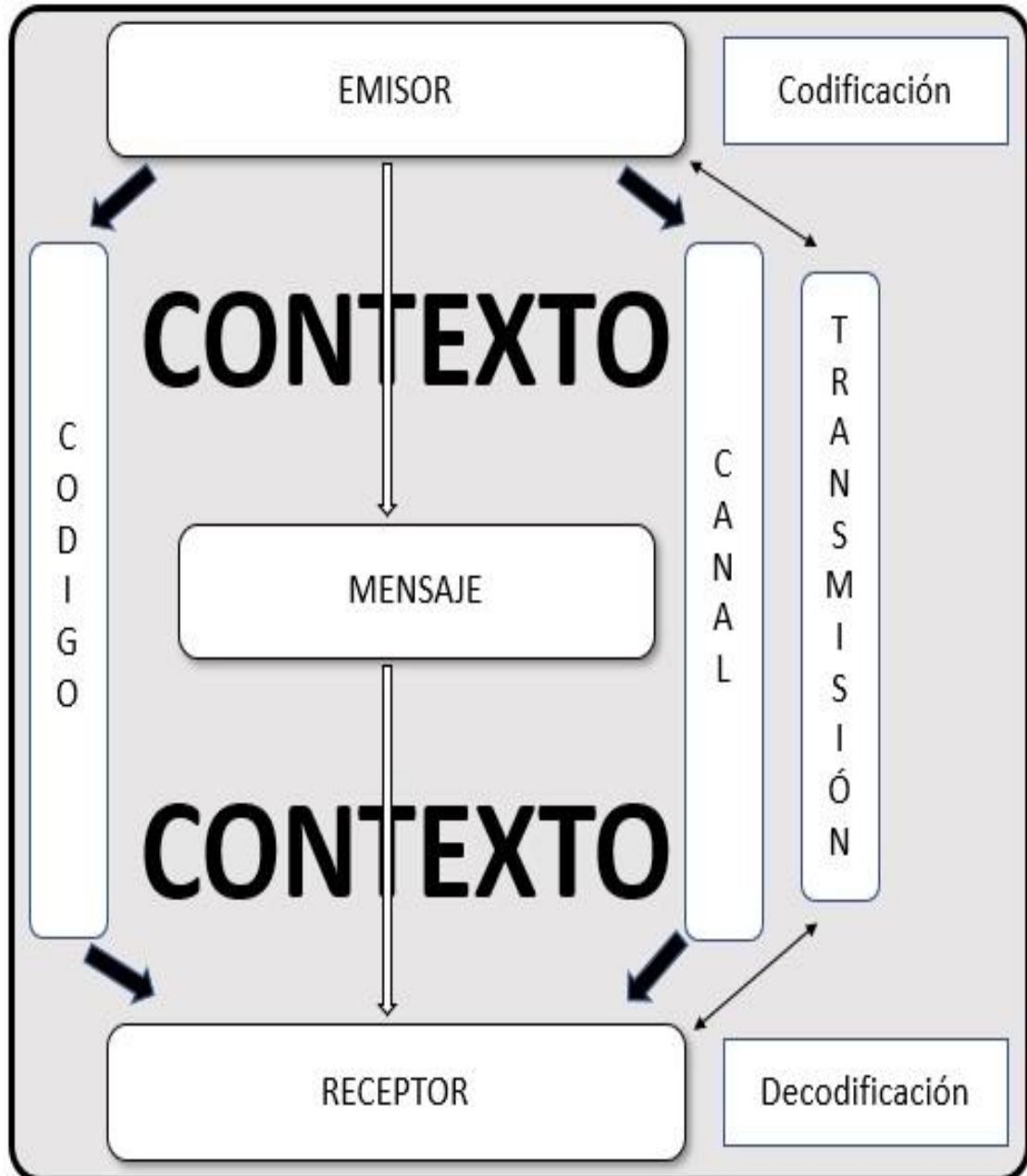
Así encontramos una primera definición de comunicación en la Retórica de Aristóteles, quien indica que la comunicación se trata de la búsqueda de todos los medios de persuasión y convencimiento que tenemos a nuestro alcance, dejando claramente establecido que el fin principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el esfuerzo que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo enfoque. (Beltrán, 1981).

A su vez podemos comprobar que la noción de influencia siguió vigente todavía en las definiciones más actuales como la de Osgood (1961): "En el sentido más general, tenemos comunicación cuando quiera que un sistema, una fuente, inflencie a otra, al destinatario, por manipulación de señales alternativas que pueden ser transferidas por el canal que los conecta." (Pág. 48)

2.1.1. Componentes de la comunicación

Aristóteles en su Retórica establece que se deben considerar tres elementos que forman parte de la acción comunicadora: el orador, el discurso y el auditorio. Sin embargo, en la actualidad se han ido añadiendo distintos elementos constitutivos de la comunicación, que especifican de una manera más clara y exacta los verdaderos componentes de la comunicación. Para un mejor estudio, se representan en el siguiente flujograma:

Figura 1: *Los componentes de la comunicación*



Fuente: Elaboración propia.

En el flujograma anterior se puede visualizar la posición de cada uno de los componentes de la comunicación y referenciar su ubicación dentro de la misma.

La comunicación es posible siempre que haya como mínimo dos partes, que son el **emisor y el receptor**, estas partes, emiten y reciben el **mensaje**. El mensaje, es la información o significados perceptibles que se comparten. Se puede considerar al mensaje como la expresión de una idea, un sentimiento o una emoción relativa a un referente utilizando, para ello, un código o lenguaje común para las personas que participan en el acto comunicativo.

El mensaje es elaborado por el emisor mediante la **codificación** y posteriormente dicho mensaje será **decodificado** por el receptor, la codificación consiste en la elaboración del mensaje por el emisor; por su parte, la decodificación consiste en descifrar del mensaje con el fin de obtener su significado. El grupo de símbolos o signos usados (señas, palabras...) para manifestar el mensaje que queremos transmitir es el **código**. El código más utilizado entre los seres humanos es el lenguaje verbal, tanto de manera oral como escrita. Todo este fenómeno se da dentro de una realidad compuesta por componentes de carácter psicológico, sociológico y físico, que forman parte del entorno en el que se lleva a cabo el acto comunicativo. Este grupo de factores son llamados **contexto**. Mientras que el medio a través del cual se transfiere el mensaje es el **canal**.

2.1.2. Tipos de comunicación

La comunicación tiene diferentes tipos. Sin embargo, para el presente TFM las más importantes son la comunicación verbal y la no verbal; es por ello que solo se definen estas a continuación.

2.1.2.1. La comunicación verbal

La comunicación verbal (CV) es aquella que depende de signos lingüísticos pre - establecidos.

El lenguaje verbal se da a través de dos formas. A través del formato oral y el formato escrito. El formato oral se concreta a través del habla; por ejemplo, dando una conferencia, conversando por teléfono. Mientras que el escrito se concreta representando gráficamente los signos de un idioma, para que el receptor comprenda el mensaje; por ejemplo,

comunicándose a través de redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea o a través de la lectura de un libro.

Aunque comúnmente se identifica lo verbal con la comunicación oral, esto no es necesariamente así, tal como hemos visto, la comunicación verbal también se lleva a cabo por escrito.

2.1.2.2. La comunicación no verbal

La comunicación no verbal (CNV) es la que no hace uso de los signos lingüísticos en ella. Es decir que no forma parte la palabra, se origina mediante gestos, movimientos u otro tipo de señas. Se da a través de signos distintos a los del idioma y pueden ser recogidos por medio de diferentes sentidos y a su vez pueden ser comprendidos o no. En el lenguaje no verbal, encontramos diversas formas, por ejemplo, auditivas, lumínicas, gestuales, entre otras.

En muchas ocasiones la comunicación no verbal puede ser involuntaria puesto que el emisor transmite información desde diferentes puntos de expresión que no controla. A su vez, la comunicación no verbal puede ser interpretada de diversas maneras y no siempre coincidir con la intención del emisor o con la realidad misma, motivo por el cual debe ser tomada con mucho cuidado y analizada al detalle. El significado dado a la información recibida no verbalmente, por parte del receptor, dependerá en gran medida de la percepción del mismo y sus experiencias previas.

2.1.2.3. Diferencias entre la comunicación verbal y la no verbal

En el siguiente cuadro encontramos las principales diferencias entre estos dos tipos de comunicación:

Tabla 1: Diferencias entre la comunicación verbal y no verbal

Comunicación verbal (CV)	Comunicación no verbal (CNV)
Utiliza los signos lingüísticos, ya sean estos orales o escritos.	No emplea los signos lingüísticos. Emplea signos de otro tipo, entre ellos señas, gestos, actitudes, etc.
Responde a un acuerdo social. Depende del código empleado (idioma) para que emisor y receptor puedan entenderse.	Por lo general es natural y universal. Es decir, tiende a servir independientemente de la tradición cultural (con excepciones) o el idioma que manejen emisor y receptor.
Es exacta y concreta: se transmite lo que se quiere decir. Se puede aclarar con el uso de más palabras o signos lingüísticos.	Es menos precisa, tiende a ser ambigua y permite interpretaciones diferentes y un menor nivel de detalle.
Puede darse a través de largas distancias y atemporalmente, con la ayuda de la tecnología o de la escritura.	Es totalmente directa y contextual, si la sacamos de su instante mismo de producción puede perder sentido y puede ser interpretada de manera errada.
Depende de la emisión consciente y voluntaria de la palabra, de modo que si hay silencio no se comunica.	Se da de manera constante, ya sea consciente o inconsciente, voluntaria o involuntaria. Se lleva a cabo también mientras se habla.
Es única y exclusiva del ser humano.	Es compartida con los animales.

Fuente: Elaboración propia

Es importante señalar que estos dos tipos de comunicación muchas veces se complementan, y son utilizadas al mismo tiempo. Por ejemplo, al hablar se suele recurrir a la comunicación no verbal para matizar, enfatizar o contradecir lo que se está diciendo con el lenguaje verbal. Se incluyen gestos para considerar información que no está explícita en las palabras.

2.2. La comunicación política

La comunicación política según Dominique Wolton (1994) es el "espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos". (Pág. 42). Entonces hablamos de comunicación política esencialmente refiriéndonos a la correlación que tienen los gobernantes y los gobernados, quienes mantienen mensajes recíprocos a través de los medios de comunicación. En esta relación, participan los periodistas dedicados a recoger y difundir la información creada por los actores políticos.

La comunicación política es un proceso indefectible para el espacio político contemporáneo. Permite la confrontación de ideas y discursos políticos, para los políticos, la información para los periodistas y la comunicación para la opinión pública y los sondeos.

Es indudable que no hay posibilidad de hacer política sin comunicación, es por ello que es importante manejar adecuadamente el concepto de comunicación política y las diferentes herramientas de la comunicación, las mismas que se verán más adelante.

2.3. La retórica política

Con la finalidad de definir la retórica política de una manera precisa es pertinente leer a López y De Santiago (2000), quienes señalan que la retórica política es el arte y la técnica de hablar y escribir con el objetivo de deleitar, persuadir y conmover a las audiencias. Fundamentalmente, porque toda acción de habla involucra una alocución a un receptor, de manera que la retórica radica en la destreza de seducir mediante la acción del habla, dirigida a un receptor del mensaje, capaz él mismo de ser receptor y emisor a la vez, lo que significa

que uno y otro, hablante y oyente, comparten la misma capacidad de comunicación, que no se trata solamente de la posibilidad de emitir una infinidad de frases gramaticales, sino de calar en el oyente. Por otro lado, señalan que, cuando nos referimos a la competencia comunicativa se hace mención a todo el bagaje de conocimientos lingüísticos y socioculturales que se obtienen a lo largo de la vida. Por tanto, la retórica no tiene otra finalidad que la de hacer entendible y eficaz un mensaje, es decir, emitirlo como corresponde, para hacerlo llegar en condiciones óptimas, con la finalidad de que cause los efectos deseados en su receptor.

2.3.1. Bases y componentes de la retórica política

La retórica política tiene bases que la cimentan, entre ellas encontramos, la argumentación, el carácter fiable del orador y la búsqueda del interés de los receptores.

Por su parte, existen componentes del discurso retórico que proporcionan una idea del sentido del discurso. La **invención**, relacionada a la creación del discurso, al descubrimiento y concepción de las ideas generales, argumentos y recursos persuasivos; la **disposición**, concerniente al orden que se le da a las ideas y las partes del discurso. Situando cada argumento en su lugar. La **elocución**, es la exposición apropiada de las palabras para transmitir las ideas y contenidos encontrados y ordenados. La argumentación debe tener una forma correcta y clara para persuadir a la audiencia. La elocución se adorna con un lenguaje presto a seducir al auditorio y atraer a los receptores. Para su expresión, el orador debe hacer uso de diferentes recursos, entre ellos las figuras retóricas y los tropos, así como de determinadas posturas y del lenguaje no verbal en general. Para lograr una buena alocución el hablante debe utilizar la **memoria** para conocer el mensaje, es recomendable que el orador aprenda y memorice la alocución para evitar leer y poder fijar su mirada en el público. Esta característica transmite seguridad y confianza a la audiencia. Finalmente, la **pronunciación**, radica en la modulación de la voz para emitir un mensaje de forma conveniente, implica también armonizar los gestos, la mirada, los movimientos, la variación de la voz; para conseguir los resultados que se deseen obtener.

Teniendo claro lo anterior, es importante señalar que la retórica, la oratoria y la dialéctica no son lo mismo. La oratoria es la materialización de la capacidad persuasiva concebida por la retórica, manifestada en conferencias, mítines, discursos. Mientras que la dialéctica es el arte de conversar y argumentar.

2.3.2. Partes del discurso retórico

Para lograr su cometido, el discurso retórico debe ser ordenado y coherente, por ello está dividido generalmente en cuatro partes. Las mismas que son; **el exordio, la narración, la argumentación y la peroración**. Estas secciones se relacionan tanto con la creación como con la disposición del discurso. Por una parte, la invención se encarga de hallar las ideas que se presentarán en cada una de las zonas, y por otra parte, la disposición se preocupa por darle el orden más conveniente al discurso, con miras a persuadir de una mejor manera; para ello puede mantener una disposición natural (es decir, una distribución que se considera más original con respecto a las partes del discurso: comenzar con el exordio, continuar con la narración y la argumentación y concluir con la peroración) o establecer una disposición artificial o poética que altere la repartición convencional de las partes del discurso, para lo cual puede suprimir alguno de los fragmentos o incluso puede producir alteraciones temporales en la narración. Entonces definamos de manera pragmática las partes del discurso con la finalidad de comprobar si la candidata Fujimori, les dio un orden adecuado a sus alocuciones:

Primera parte – El Exordio. - Es la parte de entrada del discurso y busca atraer atención, crear empatía entre el orador y los receptores. **Su finalidad es conseguir la atención, la docilidad y la benevolencia del oyente.**

Como certeramente expone Quintiliano (Institutio oratoria VI, 1), "el acusador y el defensor deben procurar, desde el inicio de sus discursos, suscitar pasiones contrarias en el juez, relacionadas con el miedo o la compasión: el fiscal ha de tratar de indisponerlo contra el acusado, poniendo en entredicho su honradez, exagerando dentro de lo posible la horribilidad de su delito y suscitando su temor ante sus eventuales acciones futuras, y el defensor ha de intentar sosegar al juez y lograr su

misericordia, presentando a su cliente como un hombre honrado injustamente atacado por la parte contraria y mostrando su sufrimiento por la indebida acusación o el horror que le espera por una injusta condena”

Segunda parte - Narración. – Es la parte donde el discurso se desarrolla, se cuentan los hechos al oyente, mostrándolos de la manera más propicia posible para el orador. Es donde se manifiesta el objetivo buscado. En conclusión, es la exposición de los hechos con todas sus circunstancias y características. Aunque el deleitar, e inducir emocionalmente al público tienen también importancia en esta fase, el objetivo principal es enseñar. Para ello **la narración debe contar con 4 virtudes muy importantes**, ser breve, clara, verosímil y agradable.

- Es breve si aclara directamente el tema a tratar y no se va por las ramas.
- Es clara si se expone con palabras sencillas y de uso común.
- Es verosímil si existe coherencia y sentido común.
- Es agradable si se lleva a cabo con arte, con educación y corrección.

Tercera parte - Argumentación. - Es la parte racional y central del discurso donde se exponen las pruebas de las tesis que defiende el emisor, es por ello importante usar argumentos lógicos. Es la parte probatoria, donde se debe garantizar la posición del emisor y contradecir la posición de la parte adversa. Por ello es importante iniciar con una o varias tesis que sean aceptadas por los oyentes, y reforzar esta aceptación con técnicas que aporten hechos y pruebas que sustenten el argumento.

Cuarta parte - Peroración. - Es la parte cierre del discurso. Lo más importante **es atraer la voluntad del oyente haciendo emerger sus sentimientos y afectos**. La peroración tiene dos propósitos; el recordar resumidamente lo anteriormente mencionado (recapitular) y condicionar emotivamente al auditorio. Por ello está vinculado con el exordio, en el que se planteaba un resumen previo del tema y se procuraba también, la moción de sentimientos.

Debido a que los receptores solo pueden conmoverse si el orador luce efectivamente conmovido, es fundamental que, de cara a la expresión de hechos tanto realmente conmovedores como poco o nada conmovedores, el emisor domine, perfectamente, cual

actor, el arte de despertar fuertes emociones en sí mismo, lo que depende en gran parte de su propio ingenio, pero también puede ser labrado mediante el ejercicio.

En el discurso retórico del género deliberativo, que es materia del presente trabajo, los principales efectos buscados deben ser la esperanza y/o el miedo.

2.3.3. Los tipos de discurso

Aristóteles clasificó los discursos retóricos según su objeto; en género judicial, deliberativo y demostrativo. Se definen los tres tipos brevemente a continuación.:

Tabla 2: Los tipos de discurso

Genero judicial	Género deliberativo.	Genero demostrativo
Es el discurso que se da ante los miembros de una corte, estos son quienes deben fallar y tomar un veredicto. Decidir sobre el acontecimiento narrado en pro del acusador o de la defensa. El desarrollo total de los fundamentos de la imputación y de la defensa es llamado proceso.	Es el discurso político expuesto frente a una corte pública, o una muchedumbre que se ha juntado para meditar sobre un asunto y a la que se le propone adoptar un veredicto, una posición, sobre un acontecimiento futuro, sobre el cual el disertante pretende influir.	Es el discurso mencionado en un evento solemne en reconocimiento de una persona frente a un grupo social, o de una cosa que se quiere aplaudir. Sin embargo, también forman parte de este tipo de discurso los que se profieren con motivos opuestos, es decir, para dañar y deshonorar a alguien o algo.

Fuente: Elaboración propia

En el discurso y en el debate en análisis se utilizan los géneros deliberativo y demostrativo.

2.3.4. Los principios de la retórica

Los principios de la retórica son las bases que permiten que esta sea efectiva. La retórica debe de ser **verosímil**, creíble. Es tarea del expositor diferenciar qué es aceptable e inaceptable para el oidor y procurar siempre parecer verdadero al auditorio. Debe ser **adaptable** y moldearse de manera adecuada al público, al objeto, a las circunstancias y/o al orador para conseguir sus fines. Debe ser **variable** y modularse según los gustos, estilos y partes del discurso. Debe ser **prudente** y respetuosa para evitar expresar cuestiones que pueden ser perjudiciales para los fines propios. Debe ser **fuerte** con la finalidad de vencer las dificultades y contratiempos que puedan presentarse durante su desarrollo. Debe ser **expresiva y emotiva** para captar el ánimo del receptor y sumergirlo dentro del discurso y debe ser **templada**, tener sobriedad y moderación ante la exaltación de los sentidos, no se debe mostrar nerviosismo frente al auditorio.

2.3.5. La retórica como estrategia persuasiva

La persuasión reside en usar la comunicación de manera intencionada con el fin de convencer, cambiar o robustecer los pensamientos de los individuos. Consecuentemente, un mensaje es persuasivo cuando logra agitar las emociones y el sentir de los sujetos con la finalidad de alterar su actitud.

Para Mazzoleni (2014), la retórica como persuasión requiere que:

- El mensaje inspire interés en quien lo recibe.
- El destinatario capte y comprenda los razonamientos que contenga.
- El receptor asimile los argumentos contenidos y los acepte como verdaderos. (Pág. 139).

Para lograr la persuasión, la retórica construye pautas que aumentan su efectividad, por ello comunica basándose en: la **estimulación**, que pretende una comunicación sorpresiva y novedosa tanto en el estilo como en el contenido; en la **teleología**, forzando el deseo de las personas de ser de tal o cual manera; en la **repetición** como patrón de comportamiento de los sujetos frente a situaciones similares; en la **afirmación** de conceptos fuertes que sobresalgan y queden marcados en la memoria; en la **identificación** con la agrupación de la que se es miembro o se quiere llegar a pertenecer; en la **empatía** radicada en la necesidad de ser admitido y recibir simpatías de otros individuos; y el **contagio** que ocasiona la copia de unos a otros.

La estrategia persuasiva de hoy es heredera directa de la retórica clásica y es que contiene características psicológicas como la personalidad del emisor y los sentimientos de los receptores que le son inherentes e inamovibles. La estrategia persuasiva gira en torno a dos asuntos fundamentales: los **rasgos de carácter inseparables** al emisor y la **predisposición de la audiencia**. Por su parte, juegan un rol preponderante la evidencia relacionada a la razón, y la argumentación emparentada a la emoción.

De ahí, que la argumentación actual se base, pues, en una argumentación lógica, que apela a la razón y que se relaciona con la demostración científica, pero también en un tipo de sustentación razonada y persuasiva que trata de enamorar al receptor y que apela a la emoción.

Es la persuasión la que hace referencia al poder de seducción, que debe ser capaz de desencadenar todo tipo de sentimientos en el oyente. Por tanto, se puede establecer que la comunicación persuasiva se sirve de dos vías para ser efectiva, la emotiva o del pensamiento primario y la racional o del pensamiento secundario.

Debido a su importancia y complementariedad ambos tipos de persuasión se comparan en la siguiente tabla:

Tabla 3: Persuasión racional y emotiva

La racional – Pensamiento secundario	La emotiva – Pensamiento primario
- Se rige por el pensamiento lógico.	- Se rige por el pensamiento sentimental y asociativo.
- Actúa a través de la argumentación y la lógica.	- No actúa por argumentación, sino mediante transferencia arbitraria, para ello le basta la similitud.
- Pretende convencer.	- Se enfoca en seducir.
-Analiza las ventajas programáticas de un emisor.	-Conecta con el emisor con valores emocionales que no tienen nada que ver con él.
-Representa el mundo del convencimiento, o de la persuasión racional.	- Representa el mundo de la persuasión emotiva y de la fascinación.
- Es el mundo de los pensamientos, de la comprensión, de la razón, del análisis.	-Es el mundo de las sensaciones

Fuente: Elaboración propia

Ambas esferas se mueven en vías completamente diferentes, la primera de estas vías procura convencer y descansa en los argumentos para lograr su objetivo, mientras que la segunda vía procura cautivar, atrapar al sujeto a través de la fascinación de las imágenes llamativas, que funcionan como argumento, porque ellas mismas son el argumento.

El orador debe orientar sus energías en persuadir con la palabra y con ello seducir, deleitar, enseñar y conmover, a los oyentes. Con esa finalidad, el orador, utilizará diferentes

herramientas, recursos y elementos de la retórica, algunos de los cuales se describen en el siguiente acápite y pueden ser identificados en ambos eventos materia de análisis.

2.3.6. Recursos de la retórica política

Dentro de la retórica política encontramos un vasto número de figuras y elementos retóricos que ayudan a darle belleza a la comunicación, permiten acuñar una tonalidad suave al discurso y adornar los mensajes para que sean recibidos de una manera amable y gozosa por parte del receptor.

Debido a su importancia dentro del estudio y de la efectividad de su uso dentro de un debate y/o discurso político es necesario describir las más importantes, no sin antes agruparlas según sus características más peculiares. La siguiente descripción nos permitirá determinar que recursos fueron utilizados por la candidata Keiko Fujimori, durante sus dos exposiciones:

2.3.6.1. Figuras retóricas de repetición:

- **Conduplicaciones:** Comenzar una frase con la palabra o expresión final de la frase anterior.
- **Antanaclasis o dilogía:** Es el uso polisémico de las palabras, se utiliza una misma palabra que tiene significados diferentes.
- **Mesodiplosis:** Repetir la misma palabra o frase en la mitad de las frases.
- **Sinonimia:** Se utilizan palabras con significado similar, evitando usar el mismo término, esto permite hacer una explicación con mayor elegancia.
- **Apóstrofe:** Consiste en dirigirse específicamente, durante un discurso o narración, generalmente con emoción o excitación, a una persona que puede estar presente o no, fallecido o no. También puede ser para referirse a objetos inanimados personificados o incluso al propio autor u orador desde afuera.
- **Epístrofes:** Es la repetición de la misma palabra al final de cada oración.

- Repetición de estribillos y eslóganes: Se refiere a frases breves o lemas que ponen hacen notorias las ideas centrales o principales de un candidato. Por lo general son frases que el candidato desea que sus seguidores y simpatizantes recuerden.

Ejemplo: "Yes, we can". Barak Obama (2008).

2.3.6.2. Figuras retóricas de elocuencia poética:

- Aliteraciones: Se trata de repetir sonidos de ciertas consonantes iniciales a lo largo de toda una oración o composición.
- Epizeuxis: Se da al momento de repetir con ímpetu y/o excitación la misma palabra. Por ejemplo, Oh, Renato, Renato.

2.3.6.3. Figuras de polemología retórica:

- Antítesis y yuxtaposiciones: Es el antagonismo de dos frases o ideas antípodas entre sí, con la finalidad de crear un efecto de resonancia.
- Antonimias: Es el uso de pares de antónimos y opuestos para la construcción del contrario, adversario, opuesto.
- Procatalepsis: Se plantea una objeción y se responde la misma exponiendo contraargumentos que llevan al rechazo de la misma.

2.3.6.4. Figuras alusivas y uso de citas:

- Referencias religiosas: Se trata del uso de alusiones bíblicas para que tengan eco sobre los oyentes.
- Citas a líderes políticos: Se trae a colación citas de grandes líderes o iconos políticos con los que se suele identificar la audiencia del orador, de esta manera se consigue una conexión emocional con el oyente.

- Citas literarias: Es la utilización de citas literarias, por lo general conocidas por los oyentes.

2.3.6.5. Figuras de sustitución:

- Perífrasis: Es la expresión de una idea de manera más prolongada de lo necesario.
- Paráfrasis: Consiste en proponer la sustitución de un término presente en el enunciado.

2.3.6.6. Figuras de pensamiento

- Paradojas: Consiste en el uso de una idea de aparente contradicción lógica que, sin embargo, encarna un cierto sentido y una coherencia.
- Hypobole: Es aquella por la cual se proponen objeciones y estas mismas, son refutadas una a una.

2.3.6.7. Tropos

- Metáforas: Formula un concepto en palabras de otro, para de esta forma facilitar las ideas y para volverlas más accesibles al oyente.
- Ironías: Reside en decir lo contrario de lo que se quiere dar a entender, haciendo obvia la intención de que se entienda lo contrario. Para esto utiliza diferentes elementos comunicativos, tales como la gestualización, el tono de voz, entre otros.
- Énfasis: Consiste en otorgarle fuerza a una palabra o frase.

2.3.6.8. Otros elementos retóricos

- Preguntas retóricas: Consiste en mencionar preguntas a la audiencia para darse uno mismo las respuestas. Por lo general se usa para explicar aspectos confusos de una determinada cuestión.

- Empleo de localizaciones geográficas: Es la mención o nombramiento de lugares geográficos para invocar el imaginario de los oyentes.

2.4. El debate

El debate es catalogado como una conversación estructurada. Su objetivo es enfrentar dos o más opiniones acerca de un determinado tema polémico, o al menos, discutible desde diversos puntos de vista. Está caracterizado por ser una discusión con réplicas por parte de una unidad o grupo defensor y otra unidad o grupo en contra de la afirmación planteada. Cattani (2003), define el debate como “una competición (un reto, un desafío) en la que, a diferencia de lo que ocurre en una simple discusión, existe una tercera parte (un juez, un auditorio) cuya aprobación buscan los dos contendientes” (Pág. 67).

3. Contextualización

El fenómeno materia de análisis se desarrolla en el contexto de una campaña política presidencial en la república del Perú. Los eventos que serán estudiados en los experimentos tuvieron lugar los días 01 y 23 de mayo del 2021, dicho esto, se analizan las características principales del contexto que alojó al fenómeno materia de estudio.

El Perú es una república soberana y democrática. Es un estado unitario, presidencialista y constitucional, con aproximadamente 33 millones de personas. Está organizado según el principio de separación de poderes, ejercido por un Estado unitario. Los poderes del Estado son el poder ejecutivo, el poder legislativo y el poder judicial.

El presidente del gobierno peruano es directamente elegido por el pueblo electoral, conformado por las personas mayores de 18 años registradas en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil RENIEC. El voto es obligatorio para todos los ciudadanos entre los 18 y 70 años. (Congreso de la República del Perú, ed. (1993). «Artículo 31.º». Constitución Política del Perú).

El presidente de República es elegido por un periodo de cinco años, no está permitida la reelección inmediata. Por su parte, el congreso es unicameral y cuenta con 130 congresistas quienes también son elegidos por periodos de cinco años, sin derecho a reelección inmediata.

Las primeras elecciones democráticas presidenciales del Perú se celebraron en 1845 con la elección del presidente Ramón Castilla. Sin embargo, durante la historia peruana han existido numerosos golpes de estado y gobiernos dictatoriales. El último golpe de estado presidencial sufrido por el Perú fue encabezado por el Gral. Juan Velasco Alvarado y tuvo lugar en el año 1968, momento desde el cual todos los presidentes hasta la actualidad han sido elegidos democráticamente. Es de mencionarse que en el año 1992 el presidente de turno, el ingeniero, Alberto Fujimori Fujimori, quien había sido elegido democráticamente, se dio un auto golpe de estado, con la finalidad de cerrar el congreso de la república.

Como podemos ver en el listado siguiente, la historia presidencial peruana reciente ha estado plagada de características muy peculiares, las mismas que citamos brevemente por cuanto cobrarán importancia más adelante. Luego del mandato del ex presidente Alberto Fujimori, los presidentes peruanos fueron:

- El Sr. Valentín Paniagua (2000-2001). Asumió la presidencia transitoriamente tras la renuncia del ex presidente Alberto Fujimori.
- El Sr. Alejandro Toledo (2001-2006). Fue elegido democráticamente. Actualmente está en proceso de ser extraditado por la supuesta comisión de delitos de corrupción.
- El Sr. Alan García Pérez (2006-2011). Fue elegido democráticamente. Se quitó la vida de un disparo en la cabeza, momentos antes de ser detenido por la comisión de supuestos actos de corrupción
- El Sr. Ollanta Humala (2011-2016). Fue elegido democráticamente. Actualmente está siendo procesado penalmente junto a su esposa, Nadine Heredia, por la supuesta financiación ilegal de su campaña presidencial.
- El Sr. Pedro Pablo Kuczynski (2016-2018). Fue elegido democráticamente. Fue vacado por el congreso por incapacidad moral permanente. Actualmente tiene arresto domiciliario por la supuesta comisión de actos de corrupción relacionados a la empresa Odebrecht.

- El Sr. Martin Vizcarra (2018-2020). Asumió la presidencia por sucesión constitucional – 1er vicepresidente. Fue vacado por el congreso por incapacidad moral permanente. Actualmente investigado por la supuesta comisión de actos de corrupción.
- El Sr. Manuel Merino (2020). Asumió la presidencia por sucesión constitucional – presidente del congreso. Ocupó la presidencia por 5 días. Renunció debido a masivas protestas populares a lo largo de todo el territorio peruano.
- El Sr. Francisco Sagasti (2020-2021). Asumió la presidencia por sucesión constitucional – presidente del congreso. Ocupó la presidencia luego de la renuncia del Sr. Manuel Merino. Completo el mandato de PPK de 5 años. Fue presidente desde el 17 de noviembre del 2020 hasta el 28 de julio del 2021, día en el que asumió la presidencia el Sr. Pedro Castillo.

El listado anterior evidencia la grave crisis de corrupción que vivía y vive el Perú y justifica la animadversión de la población hacia la política y por sobre todo hacia los políticos. Estos detalles contextualizan rápidamente el sentir colectivo de cara a las elecciones del 2021. Con la finalidad de seguir enmarcando la situación política del país, es importante que se analice a una corriente política que ha sido protagonista del quehacer político peruano desde los años noventa hasta el día de hoy, el Fujimorismo.

3.1. El Fujimorismo en el Perú

El Fujimorismo es una corriente política personalista que gira alrededor de la imagen del ex presidente Alberto Fujimori, y de su heredera política, su hija, la Sra. Keiko Fujimori. Está orientado al caudillismo, el conservadurismo, el populismo de derecha, el neoliberalismo, la democracia liberal, el culto a la personalidad y el autoritarismo. Miro Quesada, Francisco (2014).

El Fujimorismo nace en el año 1990 con la postulación y triunfo del Sr. Alberto Fujimori a la presidencia de la república. Desde aquel triunfo, el ex presidente, se convierte en el caudillo de la lucha contra el terrorismo y la reactivación económica, motivo por el cual sus seguidores

pasan a ser llamados fujimoristas y el movimiento se convierte en una corriente política personalista.

La corriente Fujimorista ha estado conformada por diversos partidos políticos y alianzas, entre ellas tenemos; a Cambio 90 - Nueva mayoría, Sí Cumple (antes Vamos Vecino), Perú 2000, Siempre Unidos (antes Juntos Sí Podemos), Alianza por el Futuro, Perú Patria Segura (antes Cambio 90) y Fuerza Popular.

A lo largo de su historia y desde su creación, el fujimorismo ha tenido una alta representatividad política en el Perú, tanto en el congreso nacional como en los gobiernos distritales y regionales, llegando al punto de tener una bancada de 73 miembros para el periodo 2016-2021. Es decir, más de la mitad del número total de 130 congresistas pertenecían a la bancada Fujimorista.

Figura 2: Resultados Oficiales del JNE – Elecciones Congresales 2016



Fuente: Resultados oficiales del JNE, publicados por la escuela de gobierno y políticas públicas de la Pontificia Universidad católica del Perú. 04 de febrero del 2020.

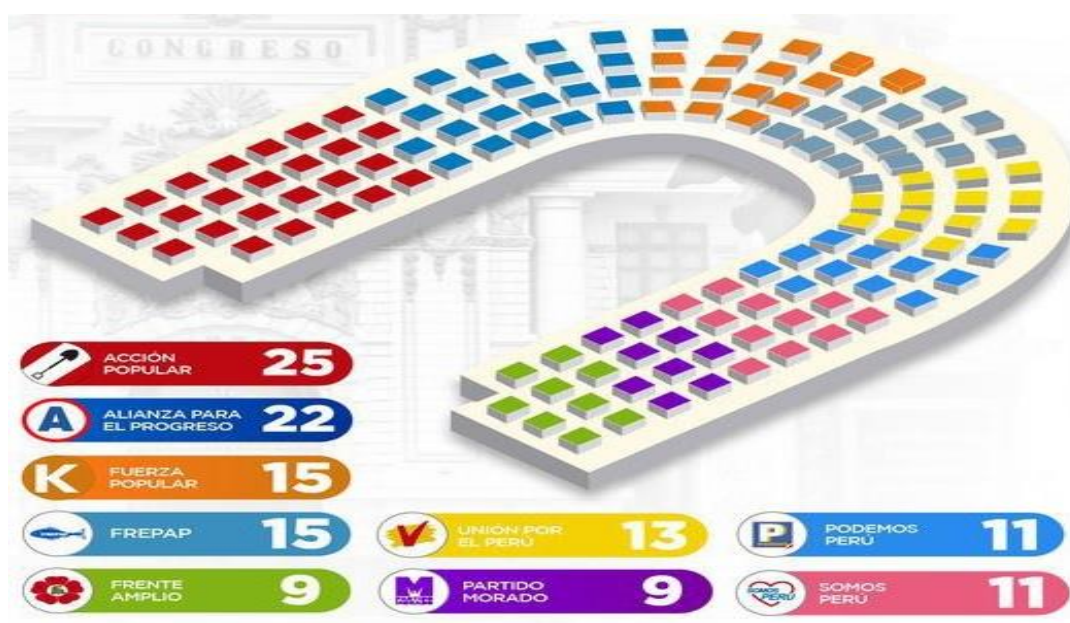
En las elecciones del 2016, la Sra. Keiko Fujimori fue la candidata a la presidencia del Fujimorismo y a pesar del gran apoyo que recibió su partido, ella no pudo ganar las elecciones presidenciales.

Las elecciones del 2016 fueron ganadas por el Sr. Pedro Pablo Kuczynski, también conocido como PPK, quien venció a Fujimori en la segunda vuelta electoral. Tras su derrota, la Sra. Keiko Fujimori, presidente del partido Fujimorista, inició, desde el congreso, una férrea oposición contra el gobierno de turno. Tal como se puede constatar en la nota periodística, Chat La Botica: difunden nuevas conversaciones entre congresistas de Fuerza Popular. Emitida por Tv Perú (2019).

Las acciones contenidas en la noticia anterior, que concluirían con la vacancia del presidente PPK, tuvieron una consecuencia política nefasta para el Fujimorismo, y es que su aceptación popular pasaría de ser mayoritaria a caer a sus niveles históricos más bajos.

En las elecciones extraordinarias del 2020, el fujimorismo tan solo obtendría 15 escaños, número largamente inferior a los 73 obtenidos en las elecciones anteriores.

Figura 3: Resultados Oficiales JNE – Elecciones Congresales Extraordinarias 2018



Fuente: Resultados oficiales del JNE, publicados por la versión digital del diario La República.17.02.20.

Por otro lado, el líder histórico y fundador del Fujimorismo, el Sr. Alberto Fujimori, se encontraba en prisión tras ser condenado por los delitos de violación de derechos humanos, corrupción, usurpación de funciones, entre otros. El día de hoy, el partido Fujimorista está representado por Fuerza popular, y es liderado por la Sra. Keiko Fujimori, quien ha sido encarcelada dos veces y actualmente es investigada junto al partido Fuerza Popular y algunos de sus miembros, por lavado de activos, relacionado al financiamiento de sus campañas electorales del 2011 y 2016, tráfico de influencias y obstaculización a la justicia. Tal como lo señala la BBC news mundo (2018) "Keiko Fujimori: detienen a la excandidata presidencial de Perú en el marco de una investigación de lavado de activos".

A consecuencia de las investigaciones en las que se encuentran inmersos tanto Fuerza Popular como su líderesa, así como la actitud obstruccionista de la bancada de Fuerza Popular durante el periodo 2016-2019, el partido ha perdido aceptación en la población. Bazo Reisman (2020)

Los datos antes señalados son pertinentes para el presente trabajo, puesto que nos dan a conocer el contexto de la campaña política y evidencian con datos exactos la existencia verdadera del anti voto Fujimori, el mismo que debía ser combatido a través de las habilidades comunicativas de la candidata Fujimori.

3.2. Fenómenos que han marcado a la sociedad y la política peruana

La sociedad peruana de los años 80's, 90's, 00's y 10's ha estado caracterizada por dos fenómenos que la han marcado en lo social y lo político, estos son; el terrorismo y la corrupción. Coincidentemente, cada uno de estos fenómenos ha sido relacionado a cada uno de los candidatos. El candidato Pedro Castillo ha sido vinculado periódicamente al terrorismo, mientras que la candidata Keiko Fujimori es vinculada a actos de corrupción. Analicemos brevemente ambos fenómenos y sus vinculaciones con los postulantes de las elecciones presidenciales peruanas del 2021.

3.2.1. Terrorismo en el Perú – Vinculaciones con Pedro Castillo

El terrorismo es un flagelo que ha marcado a la sociedad peruana desde fines del siglo anterior. En el presente trabajo es importante revisar su desarrollo e implicancias, debido a que el candidato Castillo es vinculado periódicamente a dicho fenómeno.

El fenómeno terrorista en el Perú, tuvo lugar entre los años 1980 y 2000, periodo durante el cual grupos subversivos intentaron derrocar al Estado democrático existente e imponer un Estado socialista.

El grupo Sendero Luminoso, de inspiración maoísta, empezó sus acciones en 1980, mientras que el Movimiento Revolucionario Tupac Amaru apareció en 1984. Las acciones de ambos grupos subversivos se concretaron en asesinatos, secuestros, atentados con explosivos, entre otras acciones que utilizaban el terror como medio para el logro de sus fines.

La época del terrorismo en el Perú es considerada la más brutal en la historia peruana debido al número de víctimas. Según estimo la Comisión de la Verdad y Reconciliación conformada en el 2001, habrían fallecido cerca de 77,552 personas a consecuencia de las acciones de grupos subversivos y de su enfrentamiento con las fuerzas del Estado. Dicha información se encuentra publicada en el artículo del diario El Comercio (2021) - Muertos por Sendero Luminoso.

Los grupos terroristas peruanos han intentado ingresar a la política a través de organizaciones como el "Movimiento por Amnistía y Derechos Fundamentales" (MOVADEF), "El Frente de Unidad de Defensa del Pueblo Peruano" (FUDEPP) y el "Frente Democrático del Pueblo".

A lo largo de la campaña presidencial del 2021 se evidenciaron numerosas vinculaciones periódicas del candidato Pedro Castillo con grupos terroristas y terroristas condenados. Estas vinculaciones fortalecieron las pretensiones de la Sra. Keiko Fujimori, hacia la presidencia, por cuanto, a su padre, el ex presidente Alberto Fujimori, se le adjudicaba haber acabado con la subversión.

A continuación, listamos algunas noticias donde se constatan las vinculaciones periódicas del entonces candidato Pedro Castillo con grupos subversivos.

- Video evidencia encuentro entre Pedro Castillo y miembros del Movadef en 2018, según programa de TV. Diario Expreso (2018).
- Policía identifica a presunto miembro de Movadef en actividad de Perú Libre. Peru21 (2021).
- La conexión de Sendero Luminoso con la izquierda peruana. Villaverde, La Razón (2021).
- Pedro Castillo y el MOVADef – ¿Líder de Perú Libre avanza con apoyo de un sector de Sendero? El Montonero (2021).
- Elecciones 2021: ¿Candidato presidencial Pedro Castillo tiene vínculos con el Movadef? Noticiero 24 horas (2021).

El terrorismo causó un temor generalizado que ha marcado a la sociedad peruana, motivo por el cual un gran sector de la población es contrario a los pensamientos de extrema izquierda con los cuales se vincula al Sr. Pedro Castillo. Estas afinidades favorecieron a la candidata Fujimori, cuyo apellido, nuevamente, estaba relacionado popularmente con el exterminio del terrorismo en el Perú.

3.2.2. Corrupción en el Perú

La corrupción en el Perú es un azote estrechamente vinculado a la política. En el presente trabajo es importante traerlo a colación, debido a los nexos de la candidata Fujimori con dicho fenómeno.

La historia del Perú ha estado plagada de diferentes actos de corrupción, episodios que datan desde el siglo XIX. Tenemos, por ejemplo; el pago de las deudas adquiridas por las guerras de la independencia, dicho reconocimiento de acreencias y el pago de la deuda en sí, constituyó un caso escandaloso de corrupción. La existencia de acreencias y sus montos no fueron objeto de ningún tipo de control.

Más adelante en la historia, encontramos otro hecho escandaloso de corrupción. La explotación del guano. Durante la segunda mitad del siglo XIX, esta riqueza natural era explotada mediante concesiones cedidas por el Estado, las mismas que eran entregadas a los

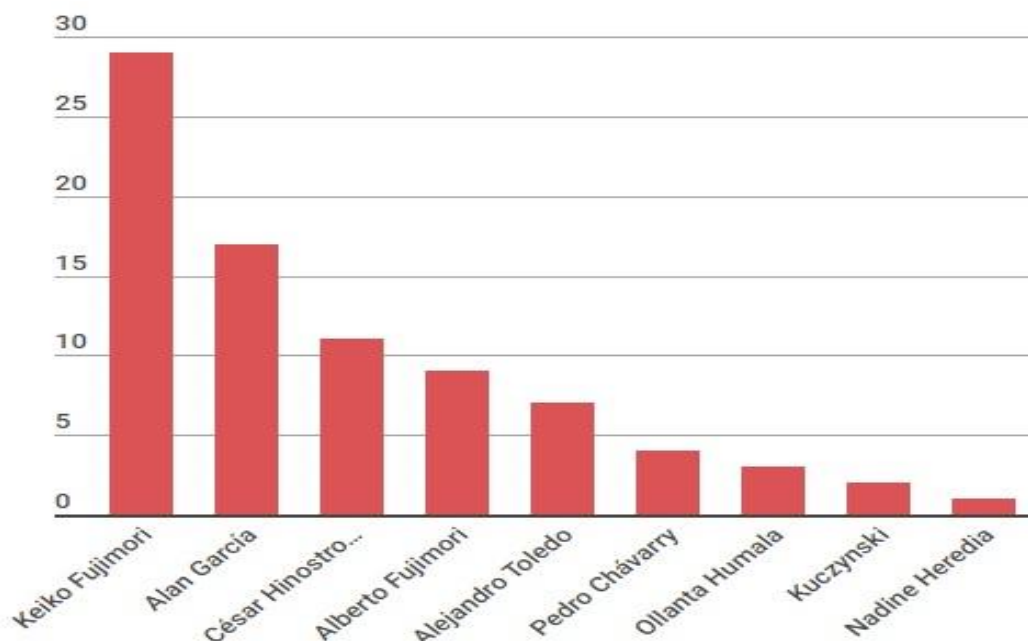
particulares. El favoritismo, los privilegios, la influencia política, los vínculos de parentesco (nepotismo) y el amiguismo eran los criterios incuestionables para conseguir el derecho de explotar y exportar dicho recurso natural tan valioso para la época. Así, una clase elitista se enriqueció en detrimento de la mayoría de la población.

Más recientemente, los casos de corrupción del ex presidente Alberto Fujimori, quien ha sido condenado por diversos delitos que van más allá de la corrupción y fueron de conocimiento internacional. Alberto Fujimori tiene sentencias condenatorias por los casos de Usurpación de funciones, la Cantuta, Barrios altos y Secuestros, Peculado y Corrupción. La pena más alta que ha recibido es de 25 años por el caso Cantuta, Barrios altos y Secuestros.

Actualmente, la Sra. Keiko Fujimori viene siendo investigada por haber recibido aportes ilegales para su campaña presidencial del 2016 por parte de diversas fuentes, entre ellas la empresa brasilera ODEBRECHT. A continuación, el cuadro de los resultados de la encuesta realizada por la empresa Datum Internacional S.A. entre el 11 al 13 de enero del 2021 donde se determinó que la Sra. Keiko Fujimori es considerada la persona más corrupta del país.

Figura 4: Encuesta Datum – Políticos Considerados más Corruptos

Datum: Keiko Fujimori es considerada la más corrupta del país



Fuente: Datum – Políticos considerados más corruptos. Fecha 15.02.21

Keiko Fujimori es considerada la más corrupta del país, según Datum. Ortiz, C., La República (2020).

La corrupción en el Perú ha creado un sinsabor y una reticencia hacia la política y los políticos en general. Un gran grupo de personas vincula a la Sra. Keiko Fujimori con la corrupción y este ha sido el mayor anticuerpo que Fujimori ha encontrado en su camino hacia la presidencia del país.

3.3. Contexto político del Perú en el año 2021

En el año 2021 el Perú se encontraba en un momento de convulsión política nunca antes experimentado. A esta situación se aunaba la pandemia por el COVID 19.

El ex - presidente PPK elegido democráticamente en el 2016 fue vacado por el congreso de la república por incapacidad moral permanente, establecida en el art. 113 de la Constitución, motivo por el cual, su 1er vicepresidente, el Sr. Martin Vizcarra, asumió el poder el 23 de marzo del 2018.

Al año siguiente y con fecha 30 de septiembre del 2019, el ex presidente Martín Vizcarra mediante decreto Supremo Nro. 165-2019-PCM, dispuso la disolución del congreso, al haberle negado este, la confianza a un segundo gabinete ministerial. La decisión del ex presidente Vizcarra, estuvo amparada en el art. 134 de la constitución Política del Perú, según el cual, el presidente, puede disolver el congreso y convocar a nuevas elecciones, siempre y cuando, el Congreso les niegue la confianza a dos consejos de ministros.

Luego de la disolución del congreso, se convocó a elecciones congresales extraordinarias, con la finalidad de completar el mandato congresal hasta el año 2021. Estas elecciones, se llevaron a cabo el 26 de enero del 2020.

El nuevo congreso extraordinario, vacó al ex presidente Martín Vizcarra con fecha 18 de septiembre del 2020, por la causal de incapacidad moral permanente. Luego de esta vacancia presidencial asume la presidencia el entonces presidente del congreso, el Sr. Manuel Merino,

quien debido a las masivas protestas de la población renunció tan solo cinco días después de haber asumido como presidente del Perú.

Posteriormente a la dimisión del Sr. Manuel Merino, y habiendo sido elegido presidente del congreso el Sr. Francisco Sagasti, le correspondía a este, asumir la presidencia del Perú y completar el mandato presidencial hasta el 28 de julio del 2021.

Es durante la asunción de la presidencia del ex presidente Francisco Sagasti y el 06 de junio del 2021, día de la segunda vuelta electoral, que se desarrolló la campaña presidencial materia de análisis.

Los ingredientes políticos antes descritos se vieron condicionados por la pandemia mundial COVID 19, la misma que trajo consigo, muertes, estado de emergencia sanitaria, restricciones a la libertad, estado de emergencia social, aislamiento, cierre de negocios, despidos masivos, control de la población a través de bonos económicos, inseguridad ciudadana, entre otros. Todas estas peculiaridades hicieron de la competencia electoral del 2021, una elección sui generis para el país.

3.4. Elecciones generales en el Perú 2021

En el mes de abril del año 2021 se llevaron a cabo las elecciones generales del Perú, con la finalidad de elegir al presidente de la república, a sus dos vicepresidentes, a los 130 congresistas de la república y a cinco parlamentarios andinos para el periodo 2021-2026.

En la primera vuelta electoral se presentaron veinte candidatos a la presidencia de la república, todos ellos fueron democráticamente elegidos al interior de sus respectivos partidos. Las votaciones por la primera vuelta se llevaron a cabo el día 11 de abril del 2021.

En esta primera fase se obtuvieron los resultados contenidos en la siguiente tabla que solo considera a las diez primeras posiciones:

Tabla 4: Resultados Presidenciales JNE de la Primera Vuelta Electoral

Pedro Castillo – Perú Libre	18.92%
Keiko Fujimori – Fuerza Popular	13.41%
Rafael López Aliaga – Renovación popular	11.75%
Hernando de Soto – Avanza País	11.63%
Yonhy Lescano – Acción Popular	9.07%
Verónica Mendoza – Nuevo Perú	7.86%
Cesar Acuña – Alianza para el Progreso	6.02%
George Forsyth – Victoria Nacional	5.66%
Daniel Urresti – Podemos Perú	5.64%
Julio Guzmán – Partido Morado	2.26%

Fuente: Elaboración propia

No habiendo superado el 50% de los votos válidos ninguno de los candidatos, era necesaria la realización de una segunda vuelta electoral, según lo establecen los arts. 17 y 18 de la Ley Orgánica de Elecciones.

El enfrentamiento de segunda vuelta sería entre los dos primeros puestos. Como se puede apreciar de la tabla, el segundo puesto de la elección fue duramente disputado y es por ello que no se pudo conocer quién acompañaría al Sr. Pedro Castillo, hasta que se contabilizaron la totalidad de los votos.

Finalmente, la segunda vuelta se disputaría entre el Sr. José Pedro Castillo Terrones, y la Sra. Keiko Sofia Fujimori Higuchi. Más adelante, y en apartados especiales, se verán las características más importantes de cada uno de los candidatos.

Por su parte, la segunda vuelta electoral se llevaría a cabo el día 06 de junio del 2021, aproximadamente dos meses después de la primera vuelta, obteniéndose los siguientes resultados.

Tabla 5: Resultados Presidenciales JNE de la Segunda Vuelta Electoral

Pedro Castillo – Perú Libre	50.13%
Keiko Fujimori – Fuerza Popular	49.87%

Fuente: Elaboración propia

El candidato Pedro Castillo fue el ganador de las elecciones y tal como se puede evidenciar del cuadro, los resultados de la elección fueron muy parejos. Esta mínima diferencia nos indica que la mayor parte de los sucesos de la campaña fueron trascendentales y nos confirma que la comunicación por parte de los candidatos pudo haber hecho la diferencia para la obtención del triunfo electoral.

3.5. Características generales de los candidatos

A continuación, hagamos un breve recuento de los candidatos que participaron de la segunda vuelta.

3.5.1. Keiko Fujimori

La Sr. **Keiko Sofía Fujimori Higuchi** nació en Lima, la capital del Perú, un 25 de mayo de 1975, es administradora de empresas de profesión y política desde muy joven. Fue congresista de la república por la circunscripción de Lima Metropolitana entre los años 2006 y el 2011.

Fue la primera dama del Perú, durante el mandato de su padre. Tomó este nombramiento honorífico por ser hija del expresidente Alberto Fujimori y de la ex primera dama Susana Higuchi. Su gestión como primera dama se dio entre los años 1994 y 2000.

Desde el año 2010 asumió la presidencia del partido Fuerza Popular, el mismo que representa al fujimorismo. Postuló a la presidencia del Perú el año 2011, sin éxito, posteriormente en el año 2016, volvió a postular a la presidencia, nuevamente sin éxito. En ambas postulaciones fue derrotada en la segunda vuelta electoral por un estrecho margen. Durante su campaña del 2021 y actualmente, es investigada por supuestamente haber recibido dinero de la empresa brasilera ODEBRETCH para su campaña presidencial del 2016. Actualmente tiene libertad restringida ordenada por la justicia peruana.

3.5.2. Pedro Castillo

El Sr. **José Pedro Castillo Terrones** nació en Puña, Cajamarca un 19 de octubre de 1969, es político, profesor de primaria, rondero y dirigente sindical. Postulo a la presidencia por el partido Perú Libre, el mismo que se autodefine con una ideología de Socialismo del siglo XXI, Marxismo-leninismo, Mariateguismo, Latinoamericanismo, Antiamericanismo, Antimperialismo, Conservadurismo social y Federalismo.

Fue rondero y llegó a ser dirigente nacional del magisterio peruano. Como presidente del Comité de Lucha de las bases regionales del Sindicato Único de Trabajadores de la Educación del Perú (SUTEP), se hizo conocido a nivel nacional por ser el principal motivador en la huelga magisterial del 2017, que obstaculizó las clases escolares por cuatro meses, motivo por el cual mucho niños perdieron el año escolar.

En política, fue miembro del comité regional de Cajamarca del partido Perú Posible, por el cual postuló a la alcaldía de Anguía en el año 2002, sin éxito. Es afín a grupos de izquierda radical.

Durante la campaña del 2021 y actualmente también, es vinculado con grupos de extrema izquierda y grupos terroristas.

4. Metodología de la Investigación

Se ha trazado un plan estratégico para lograr los objetivos planteados. Se utilizará, el método de investigación científica cualitativo. Específicamente las técnicas de grupo focal y análisis de contenido, estas técnicas se aplicarán a los siguientes eventos:

El discurso de la Sra. Keiko Fujimori para la Fundación Internacional Libertad.

Palabras de Keiko Fujimori, candidata a presidenta de Perú. (2021, 23 mayo). [Vídeo].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=jn8iQJNyzBg>

El primer debate presidencial realizado en Chato, Cajamarca el 01 de mayo del

2021. *Debate Presidencial en Chota: Keiko Fujimori y Pedro Castillo.* (2021, 1 mayo).

[Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=svEVxi-OH4>.

Ambos eventos fueron elegidos debido a diversos factores; en el caso del debate, se trataba del primer encuentro directo entre los candidatos. Este encuentro había sido largamente esperado por cuanto anteriormente se habían cancelado dos encuentros por descoordinaciones y desacuerdos entre los candidatos. El electorado estaba ávido de conocer las propuestas presidenciales de cada uno, conocer sus posiciones finales de cara a las elecciones y ver su modo de actuar luego de un prolífico duelo mediático a través de redes sociales que ambos, y sus seguidores, protagonizaban día a día.

Por otra parte, el discurso, fue elegido debido a que, si bien contaba con un contexto parecido al que circundo al debate, en esta ocasión, según la población, la candidata tenía la oportunidad de disculparse con la ciudadanía por el obstruccionismo que ejecutó contra el poder ejecutivo durante el mandato de PPK y de esta manera ganar algunos votos, como se puede ver en el discurso, la candidata no aprovechó esta oportunidad. Días posteriores el diario La República (2021). *Datum: 65% considera que las disculpas de Keiko Fujimori no fueron sinceras.* La República Perú.

Por lo anterior, ambos eventos fueron trascendentales en la decisión del voto del electorado peruano y posiblemente fueron los hitos que definieron las elecciones. Adicionalmente, cuentan con diversas características que permiten analizar las habilidades comunicativas de la candidata bajo estudio y verificar si estas destrezas fueron determinantes en el resultado final de la contienda electoral.

4.1. Experimento 1 - Grupo focal

La técnica de grupo focal se aplicará a través de un experimento que contará con dos sesiones de grupo focal, las mismas que estarán divididas en seis fases. La finalidad de este experimento es recoger las apreciaciones de los participantes sobre todos los aspectos comunicativos de la candidata, es decir, tanto de la comunicación VERBAL como de la NO VERBAL. El experimento nos permitirá simular la percepción de los votantes durante la visualización de los eventos analizados. Es importante señalar que será materia de examen la gestualización, el tono de voz, la postura, las expresiones fáciles, la retórica comunicativa, las actitudes y en general el todo material comunicativo que se pueda recoger.

Para la aplicación adecuada de la técnica se pidió a los participantes trasladarse mentalmente al día de los eventos, con la finalidad de evitar que las experiencias actuales respecto del gobierno del Sr. Pedro Castillo afecten su apreciación de los eventos bajo análisis.

4.1.1. Grupo de reclutados y moderador

Grupo de reclutados:

Las personas reclutadas tienen las siguientes características:

- Edad: 21 a 45.
- Número de asistentes: Mínimo 3 y máximo 5 por sesión.
- Grado de instrucción: Universitaria con conocimiento en comunicaciones.
- Observaciones: De preferencia con experiencia y/o interés en política.
- Número de grupos focales: 2 sesiones con diferentes participantes.

Las características de las personas seleccionadas, coincide con las cualidades del grupo humano que afectó de una manera más contundente las elecciones presidenciales del 2021. Este conjunto de personas demostró un activismo político decisivo.

Moderador:

La sesión será conducida por un moderador con experiencia en la conducción de grupos focales y conocimiento en política. Será una persona de trato amable y que propicie el intercambio de ideas por parte de los reclutados.

4.1.2. Sesión

La sesión se desarrollará a través de seis fases, que están compuestas de la siguiente manera:

Fase 1: Presentación e introducción.

Presentación general. Paso seguido el moderador da a conocer las características del estudio, la sesión y los objetivos buscados. Se informan las reglas de la sesión, las mismas que son:

- Para intervenir se levanta la mano y el moderador otorga el uso de la palabra.

- Las opiniones y comentarios deben durar 1 minuto como máximo.
- Las intervenciones en debate deben durar 30 segundos como máximo.
- Un asistente puede intervenir más de una vez por debate.
- Los participantes no pueden interrumpir ni hablar encima de otra persona.

Fase 2: Proyección del debate presidencial de fecha 01 de mayo del 2021.

Se contextualiza el debate del 01 de mayo del 2021 entre Keiko Fujimori y Pedro Castillo. (2 minutos). Se proyecta el debate (33 minutos). Solo se proyectarán las intervenciones de Keiko.

Nota a informar: El debate marcó el inicio del intercambio directo de ideas y ataques por parte de los candidatos. Estuvo compuesto por 5 bloques de 13 minutos cada uno, divididos en intervenciones de cinco minutos para cada candidato y una réplica posterior de un minuto y medio. Los temas tratados fueron:

- Salud
- Educación
- Reactivación económica
- Seguridad ciudadana
- Corrupción

Fase 3: Primer debate de ideas

Se invita a los asistentes a intervenir de manera voluntaria con sus comentarios y opiniones. (Max. 1 minuto por intervención).

Terminados los comentarios se abre una ronda de debates con intervenciones de 30 segundos por intervención. Las preguntas que se realizaron están recogidas en el Anexo 1.

Fase 4: Proyección del discurso de Keiko Fujimori

Se contextualiza el discurso del 23 de mayo del 2021 de Keiko Fujimori para la Fundación Internacional Libertad. Se proyecta el video del discurso (11 minutos).

Nota a informar: El discurso se lleva a cabo luego de haberse frustrado un intento de debate presidencial y en un contexto de ataques individuales por parte de los candidatos.

Fase 5: Segundo debate de ideas

Se invita a los asistentes a intervenir de manera voluntaria con sus comentarios y opiniones (Max. 1 minuto por intervención).

Terminados los comentarios se abre una ronda de debates con intervenciones de 30 segundos por intervención. Las preguntas que se realizaron están recogidas en el Anexo 1.

Fase 6: Comentarios finales

Se invita a las asistentes a realizar voluntariamente un análisis del contenido total de los eventos analizados y a realizar sus comentarios finales.

4.1.3. Análisis e interpretación de los datos

Una vez obtenidos los datos del experimento uno, estos serán materia de análisis e interpretación, teniendo en cuenta el panorama general del estudio. Para el análisis se debe tomar en cuenta los mensajes, el tono de voz, el contexto, la información no verbal, las reacciones y toda información que nos pueda aproximar al sentir del receptor.

4.2. Experimento 2 - Análisis de contenido

La técnica de análisis de contenido se aplicará a la comunicación VERBAL de la candidata, esto es, al uso de los recursos retóricos. El análisis de contenido planteado permitirá recoger expresiones puntuales dadas durante el discurso y analizar las mismas desde las perspectivas retóricas estudiadas. Será materia de análisis el uso de figuras retóricas de repetición, de elocuencia poética, de polemología retórica, pragmáticas, alusivas, de sustitución, de

pensamiento, entre otras. Por otro lado, se determinará el uso o no de un orden retórico y el tipo de discurso.

La sesión se llevó a cabo el 12 de febrero del 2022, con una duración de tres horas. El análisis de contenido se desarrolló con normalidad. Se reprodujeron los videos que contienen los eventos políticos y se procedió a su examen.

4.2.1. Análisis e interpretación de los datos

Una vez obtenidos los datos del experimento dos, estos serán materia de análisis, colación e interpretación, teniendo en cuenta el marco teórico y contextual del TFM. En el análisis se debe identificar el orden retórico, el tipo de discurso y los recursos retóricos que se encuentren.

5. Desarrollo y resultados de los métodos aplicados

5.1. Experimento 1 - Grupos Focales

El primer grupo focal tuvo lugar el día domingo 18 de febrero del 2022 desde las 13:00 horas hasta las 15:00 horas, mientras que el segundo grupo focal tuvo lugar el mismo día desde las 19:00 horas hasta las 21:00 horas.

Los grupos focales se desarrollaron con normalidad, existió una buena participación de los invitados, quienes debatieron de manera respetuosa, activa y emitieron sus apreciaciones libremente; se pudo recoger la información necesaria para el logro de los objetivos de los experimentos y la comprobación y/o descarte de las hipótesis planteadas.

5.1.1. Análisis de los resultados

1.- ¿Qué opinan sobre la tonalidad que utilizó la Sra. Keiko Fujimori para transmitir sus ideas?
¿Harían alguna mejora a su tonalidad? Sí/ No ¿por qué?

- En el discurso: El 90% de los entrevistados opinó que la tonalidad de la voz de la Sra. Keiko Fujimori durante su discurso fue buena, tuvo buen volumen, fue fuerte y denoto seguridad. Su dicción fue clara. Sin embargo, el 100% manifestó que utilizó el énfasis para acusar y atacar, y no para resaltar sus cualidades, lo cual fue considerado como negativo.
- En el debate: El 90% de los entrevistados, consideró que el tono de voz tuvo buen volumen y la vocalización fue nítida. No obstante, el 100% mencionó que, al igual que el en discurso, el énfasis en su tonalidad fue errado; puesto que al momento de transmitir sus propuestas más resaltantes poseía un énfasis neutral, sin embargo, al momento de resaltar las deficiencias de su rival, comparar o atacarlo, adoptaba un énfasis demasiado alto y fuerte.
- Recomendación para mejorar: La mayoría comentó que la única mejora que realizarían en su tonalidad de voz, sería cambiar el momento de los énfasis.

2.- ¿Consideran correcta la gesticulación de manos que tuvo durante sus presentaciones? Sí/
No ¿Por qué? ¿Qué le recomendarían?

- Discurso: El total del público objetivo entrevistado comentó que la gesticulación de sus manos no se pudo apreciar, debido al enfoque de la cámara.
- Debate: El 80% del público objetivo entrevistado comentó que la gesticulación intencional de sus manos fue escasa. No utilizó las manos para hacer énfasis, calmar o expresar sentimientos. El 20% restante consideró que la candidata si uso sus manos de manera adecuada para comunicarse.

El 100% del grupo coincidió que, durante varios pasajes del debate, notaron que existió un movimiento involuntario de las manos. La candidata constantemente agarraba, agitaba, dejaba y volvía a coger el lapicero. Aunque estos movimientos eran sutiles, los entrevistados sí lograron apreciarlos claramente. Mencionaron que dichos gestos hacían que se mostrara nerviosa y dubitativa en las palabras que expresaba.

- Recomendación para mejorar: La mayoría de los participantes recomendó controlar el movimiento exagerado de las manos evidenciado al momento de agarrar y soltar cosas constantemente.

3.- ¿Qué opinión tienen sobre las expresiones faciales que tuvo durante sus presentaciones?
¿Les parecieron adecuadas? Sí/ No ¿por qué? ¿Qué le recomendarían?

- Discurso: El 80% de los entrevistados consideró que las expresiones faciales que realizó durante el discurso no coincidían con sus expresiones verbales.
El 100% manifestó que al inicio del discurso mostró un gesto adusto y poco amigable.
- Debate: El 80% de los entrevistados concluyeron que notaron una sonrisa forzada y/o poco auténtica a lo largo del debate. Esta fue percibida como una sonrisa irónica y burlona, “mordiéndose los dientes”. Además, manifestaron en que hacía una mirada sutil por sobre el hombro hacia donde se ubicaba su oponente.
- Recomendación: La recomendación mayoritaria fue que debe evitar expresiones faciales forzadas, puesto que debilita la veracidad de sus palabras y la aleja de la simpatía del oyente.

4.- ¿Consideran acertada la postura de su cuerpo durante los eventos? Sí / No ¿Por qué? ¿Qué le recomendarían?

- Discurso: El 90% de los asistentes coinciden en que la postura de su cuerpo sí fue la adecuada, adicionalmente, señalan que estaba adecuadamente vestida para la ocasión.
- Debate: El 70% de los entrevistados comentaron que la postura de su cuerpo durante el debate no fue acertada, debido a que identificaron que adoptaba una postura recta y erguida cuando retaba a su oponente, en una actitud de ataque, sin embargo, cuando expresaba sus proyectos, su postura se encorbaba y perdía fuerza. Estas posturas la hacían percibir como una persona confrontacionista.

Por su parte, el 100% indicó que al momento de despedirse del contrincante adoptó una postura más humilde y conciliadora, sin embargo, se percibió como poco congruente y falsa, debido a su actitud a lo largo del debate.

- Recomendación: La mayoría recomendó una postura más relajada, que muestre comodidad a lo largo sus intervenciones e inclusive soltura durante sus ataques.

5.- ¿Creen que utilizó de manera óptima la retórica para transmitir sus ideas de manera clara y acertada a la ciudadanía peruana? ¿Qué le recomendarían?

- Discurso: El 100% de los participantes coincidió en que la candidata leyó todo el texto del discurso, motivo por el cual el mismo se percibía como rígido. Mencionaron que las palabras eran bastante técnicas y no apelaban al conocimiento popular, no la acercaban al votante, sino que la alejaban del mismo. Los participantes manifestaron que, si pudieron percibir algunos recursos retóricos, pero que, sin embargo, no los pudieron identificar plenamente.
- Debate: El 60% del público objetivo no detectó recursos retóricos, mientras que un 40% manifestó que, si pudo percibir algunos, pero que, sin embargo, no los pudo identificar plenamente.

El 100% coincidió que el vocabulario utilizado fue limitado, puesto que repetía las palabras constantemente y no usaba sinónimos. No acuñó frases memorables que inviten a ser repetidas, sus intervenciones no tenían musicalidad ni un ritmo adecuado.

- Recomendación: La totalidad de los participantes recomendó, memorizar el discurso para poder tener la mirada en el auditorio y mostrar conocimiento real del tema. Utilizar figuras retóricas, sinónimos y palabras sencillas para los receptores. Procurar la musicalización de sus discursos con la finalidad de agradar al oyente.

6.- ¿Por lo visto en el debate, consideran que los ataques al contendor político suman positivamente a la imagen del político atacante? ¿Qué le recomendarían?

- Discurso: El 100% de los asistentes concluyeron que los ataques al contendor político en el caso de la candidata Fujimori no suman, y que más bien restan.

- Debate: El 100% del público objetivo consideró que los ataques que se realizaron durante el debate hicieron decrecer la simpatía del atacante y ayudaron a ver al contrincante como una víctima. Manifestaron que, los ataques pusieron al atacante en una situación de ser visto como alguien conflictivo.
- Recomendación: La totalidad de participantes recomendó evitar los ataques al contendor. Y en caso sea necesario atacar, hacerlo de una manera menos evidente.

7.- ¿Consideran que los ofrecimientos y/o promesas sumaron a una mejora en la percepción que se tenía de ella? ¿Qué le recomendarían?

- Discurso: El 90% de entrevistados consideró que hubo muy pocos ofrecimientos de campaña.
- Debate: El 60% de los entrevistados consideraron que los ofrecimientos si, sumaron a tener una mejora en la percepción de la candidata.
- Recomendación: La mayoría de los entrevistados recomendó, mayor énfasis en las promesas y ofrecimientos de campaña. No hacer comparaciones con los ofrecimientos del candidato competidor. Por otro lado, expresar sus ofrecimientos con un lenguaje sencillo y coloquial, teniendo en cuenta el público local y objetivo de cada evento.

8.- ¿Qué actitudes, posiciones o expresiones creen que hubieran favorecido la imagen de Keiko Fujimori?

El 100% de los entrevistados coincidió en que una actitud más conciliadora por parte de la candidata Fujimori hubiera sumado en su favor.

Específicamente se mencionaron de manera repetitiva los siguientes aspectos:

- Gestualización facial. - Tener una sonrisa más natural y no forzar una sonrisa perenne. Relajar el rostro y mostrar una expresión más natural y acorde con lo expresado verbalmente. Procurar nunca mostrar un rostro adusto.
- Gestualización corporal. – Mayor uso de las manos para enfatizar algunas de sus expresiones y para suavizar algunas otras. Buscar la conciliación con el rival a través del

movimiento de las manos. Posición del cuerpo erguida pero amable, encorvada al momento de saludar y despedirse mostrando humildad.

- Mirada. – Mirada más amable y menos competitiva.
- Lenguaje verbal. – Tener una mejor musicalización del discurso. La utilización de un vocabulario más variado. El uso de una mayor cantidad de palabras locales. El manejo de palabras amistosas y finalmente recurrir a recursos retóricos que permitan adornar sus intervenciones y lograr captar al público. Ser consciente del lugar del evento y procurar el uso de localismos.

9.- ¿Qué otras recomendaciones les gustaría aportar?

Los entrevistados manifestaron las siguientes recomendaciones de manera recurrente:

- Evitar hablar de manera muy lenta.
- Expresar frases de mea culpa y arrepentimiento sincero por aquellas acciones que pudieron incomodar a la ciudadanía.
- Centrarse en mencionar sus fortalezas, acciones y virtudes para destacar frente a sus demás competidores.
- Evitar la comparación y minimización de su contrincante.
- Tener una mirada segura al momento de mencionar sus ideas y amable al momento de referirse a su contrincante.
- Generar expresiones faciales humildes, transparentes y sinceras.

10.- ¿Qué opinión les merece el presente y el pasado de la Sra. Keiko Fujimori?

La totalidad de los entrevistados manifestaron que el presente de la Sra. Keiko Fujimori deja mucho que desear debido a sus vinculaciones con actos de corrupción y el proceso penal por aportes ilegales que se le viene realizando.

Un 50% de participantes mencionaron que tuvo una mala actuación como líder del Fujimorismo durante el gobierno del ex presidente PPK, por cuanto el partido que ella preside tuvo un comportamiento obstruccionista e hizo que el gobierno fuera inviable.

El 80% de los participantes manifestó que la candidata Fujimori no tiene vinculación con los actos delictivos de su padre debido a que ella era muy pequeña en esa época y que no se le puede atribuir malos comportamientos de terceros.

El 20% de los entrevistados manifestó que sí estuvo involucrada en los actos de corrupción de su padre y que ha debido defender a su madre de los maltratos que sufrió en dicho régimen.

11.- ¿Qué opinión les merece la ideología y postura de Keiko Fujimori?

El 70% de los entrevistados manifestó que estaba de acuerdo con los pensamientos conservaduristas y de derecha que ella profesa.

El 20% de los entrevistados manifestó que los pensamientos del Fujimorismo eran muy conservadores y generaban desigualdad social, pero no coincidían con las ideologías de izquierda extrema como la del candidato Castillo.

El 10% de los entrevistados manifestó que la ideología conservadora de derecha era creadora de falta de libertad y desigualdad social y que coincidían con las políticas del candidato Castillo.

12.- ¿Consideran que si la Sra. Keiko Fujimori hubiera tenido una mejor comunicación hubiera podido ganar las elecciones presidenciales?

El 70% de los entrevistados manifestó que sí creían que una mejor comunicación por parte de la Sra. Keiko Fujimori hubiera resultado en una victoria presidencial para ella.

El 30% de los entrevistados manifestó que así Keiko hubiera cambiado totalmente, ella no hubiera podido ganar las elecciones presidenciales por cuanto era una persona que no había cambiado y que no le creerían.

5.1.2. Interpretación de los resultados

Los resultados más relevantes sobre la Sra. Keiko Fujimori encontrados se perfilan en la siguiente tabla:

Tabla 6: Hallazgos en lenguaje verbal y no verbal

En el lenguaje verbal	En el lenguaje no verbal
Tuvo un adecuado tono de voz, caracterizado por ser fuerte, que mostró seguridad, y con buena dicción.	Tuvo gestos extremos, por una parte, un gesto adusto al saludar y, por otra parte, una sonrisa fingida durante largos momentos.
El énfasis verbal de su discurso es errado.	Su gestualización con las manos es escasa.
Utiliza palabras ajenas a la realidad de sus receptores.	Sus gestos deben ser consecuentes con sus expresiones.
No utiliza recursos retóricos o estos no son percibidos por los receptores.	Su postura corporal es variable. Es adecuada por momentos.
No utilizó frases memorables.	Su discurso fue leído en su totalidad.

Fuente: Elaboración propia

Información adicional y recomendaciones recogidas:

- Los ataques a un contendor político son dañinos para quien los lanza y beneficiosos para quien los recibe.
- Los ofrecimientos si sumaron a la mejora de su imagen.
- La enfatización de sus promesas mejora su imagen.
- Mostrar una sonrisa más natural le sería de ayuda.
- Tener una expresión facial coherente con sus dichos sería importante.
- La gestualización de sus manos debe ser mejor explotada.

- Procurar una sonrisa más natural le ayudaría en su imagen.
- Tener una mirada más sencilla mejoraría su imagen.
- Debe mejorar la musicalización de sus discursos.
- Ampliar su vocabulario – uso de sinónimos haría
- Aumentar la utilización de localismos le da cercanía al pueblo.
- Mantener una cadencia de habla más rápida y rítmica mantiene la atención de sus oyentes.

5.2. Experimento 2 - Análisis de contenido

El día sábado 12 de febrero a las 18:00 se procedió a reproducir el video que contiene el discurso de la Sra. Keiko Fujimori para la Fundación Internacional Libertad.

5.2.1. Análisis del contenido verbal

Discurso para la Fundación Internacional Libertad de fecha 23 de mayo del 2021

Durante el discurso de fecha 23 de mayo del 2021 la Sra. Keiko Fujimori aplica ciertos recursos comunicativos que son importantes de considerar. A continuación, se presentan los más resaltantes.

01:05 “Tal como sucediera en Cuba y Venezuela”

Utiliza figuras alusivas de manera negativa, citando a Fidel Castro y Hugo Chávez.

02:01 “Mercaderes de ilusiones, prometiendo acabar con la pobreza, a través de la amenaza a las inversiones, estatizando o nacionalizando los sectores productivos más importantes del país”.

Utiliza figuras del pensamiento, como hipérbolos, ironías y metáforas para agigantar los defectos de las promesas del contrincante.

03:03 “Permítanme reconocer la participación desprendida y generosa de nuestro premio nobel Mario Vargas Llosa”

Utiliza la figura retórica de repetición, específicamente, el apóstrofe. Cita a Mario Vargas Llosa, para poner en evidencia el apoyo de éste.

05:10 "Nueva carta política" en vez de Constitución.

Utiliza la sinonimia como figura retórica de repetición, reemplazando las palabras por otras con similar significado.

06:15 "Me comprometo a preservar..."

"Me comprometo a respetar y garantizar..."

"Me comprometo a respetar la división de poderes..."

"Me comprometo a gobernar cinco años..."

Utiliza epístrofes, figura de repetición, al iniciar una serie de oraciones con la misma frase.

07:01 "Es indispensable que el Perú se produzca un **cambio**, hacia adelante. Un **cambio** que cautelando lo avanzado por nuestra joven república, permita que, en un estado social y democrático como el nuestro, sean los peruanos en situaciones más difíciles quienes sean prioritariamente atendidos. Un **cambio**, que construya en vez de destruir. Un **cambio** que sume o multiplique, pero que definitivamente no reste o divida.

Utiliza figuras retóricas de repetición entre ellas conduplicaciones, mesodiplosis, paralelismo, repetición de estribillos y eslóganes.

El estribillo "Un cambio" podría deberse a un afán por reacuñar la palabra, debido a que constituyó el nombre del partido fujimorista en los últimos años del siglo pasado, Cambio 90 – Nueva Mayoría.

07:50 "En tal solo un año en un año en un 50% llevando la pobreza de un 20% a un 30% de nuestra población"

Utiliza citas estadísticas y da la impresión de manejar conocimientos estadísticos.

08:05 "Un cambio hacia adelante, no hacia atrás, como propone la izquierda radical, con caos y la destrucción, sin adelante uniendo a todos los peruanos"

Utiliza figuras de polemología retórica como la antítesis, antonimias y procatalepsis, creando antagonismo negatividad hacia el candidato contrario.

08:55 "Y sus familias"

Utiliza el énfasis, haciendo un pequeño silencio antes de la pronunciación de la palabra.

09:45 "No quisiera terminar estas palabras sin enviar una calurosa felicitación al elegido presidente Guillermo Lazo y a la republica que el representa"

Utiliza un apóstrofe, para referirse al presidente de Ecuador.

10:50 "Considero oportuno que concentremos nuestros esfuerzos en la consecución de obras infraestructura binacionales, como, por ejemplo, un proyecto ferroviario Guayaquil - Piura, que permitiría unir a la segunda ciudad más pobladas de nuestras naciones"

Empleo de localizaciones geográficas, se refiere a Guayaquil y Piura, ciudades ubicadas en Ecuador y Perú respectivamente.

Primer debate presidencial de fecha 23 de mayo del 2021

Por su parte durante el debate de fecha 01 de mayo del 2021, también aplica recursos comunicativos interesantes. A continuación, se presentan los más resaltantes.

11:03 "Envió mi saludo y mi abrazo fraterno a los hombres y mujeres trabajadore, sobre todo del campo"

Utiliza la figura retórica del apóstrofe, citando al hombre del campo.

13:40 "Primero un **cambio**, un **cambio** de actitud, nosotros estamos cansados de esos gobiernos que ofrecen de todo y luego no cumplen con su palabra, ese **cambio** significa también ya no utilizar las pruebas rápidas..."

Utiliza figuras retoricas de repetición como la Mesodiplosis, paralelismo y conduplicaciones con la palabra "Cambio"

18:12 Porque lo que yo quiero para nuestro país es un cambio, pero un cambio hacia adelante”

Utiliza una conduplicación nuevamente con la palabra “cambio”

18:35 “... parte de nuestro equipo técnico, porque nosotros **sí** tenemos un equipo técnico que mostrar, no como otros, que esconden a las personas de su partido...”

Utiliza una Procatalepsis. Hace comparaciones contradictorias con la finalidad de evidenciar las carencias del candidato contrario.

21:30 “Mas del 40% de las infraestructuras educativas”

Cita de estadísticas. Señala porcentajes que la hacen ver como una persona con conocimiento.

22:50 “Y construiremos, así como lo hizo mi padre Alberto Fujimori, tres mil colegios a nivel nacional”

Utiliza la figura retórica del apóstrofe, al citar a su padre, el ex presidente Alberto Fujimori.

23:40 “Quiero dirigir mi mensaje a nuestros maestros, a los que enseñan, no a los que están con licencia sindical y dejaron a abandonados a nuestros niños”

Utiliza la antonimia, para señalar que los verdaderos maestros si enseñan, mientras que el profesor Pedro Castillo no.

39:00 “...tomar una serie de medidas, que permitan un **cambio** en nuestro país, pero un **cambio** no hacia atrás...”.

Utiliza la figura retórica de Mesodiplosis.

39:17 “Cajamarca es una región que a pesar de que tiene muchos recursos

Utiliza localizaciones para demostrar conocimiento.

46:00 “Mi mensaje sobre todo a los emprendedores...”

“Mi mensaje a los hermanos agricultores...”

Utiliza el paralelismo para darle cierta musicalización a su exposición.

50:20 "Que se esconde de la prensa..."

"Que esconde a su presidente..."

"Que esconde a su equipo..."

"Que se corre. "

Utiliza la figura de repetición - Mesodiplosis: Repite que su contrincante se esconde y lo hace con musicalidad. Este recurso consiste en la repetición de la palabra o frase en una frase.

1:07:00 "No te corras Pedro, no te corras"

Utiliza la repetición de un estribillo y eslóganes con la finalidad de acuñar una frase.

5.2.2. Interpretación de los resultados

Los resultados del experimento dos, indican que la candidata Fujimori:

- Utiliza distintos algunos elementos retóricos.
- Tiene preferencia por el uso de estribillos y eslóganes.
- Utiliza constantemente los apóstrofes para citar personas.
- Hace uso de las estadísticas y geolocalizaciones.
- Tiende a leer los discurso y proyectos.
- El estribillo "no te corras Pedro, no te corras" tuvo buena acogida.
- Por momentos utiliza figuras de repetición como cuadruplicaciones, mesodiplosis y paralelismos.
- Enfatiza palabras a lo largo de sus intervenciones.
- Utiliza antonimias y resalta los errores del contrincante.
- En escasas ocasiones ha utilizado sinonimias.
- Hace uso limitado de figuras del pensamiento como hipérboles, ironías y metáforas, por lo general lo hace para engrandecer los errores o carencias de su contrincante.
- Utiliza Epizeuxis, repitiendo con vehemencia algunas palabras.

Respecto del tipo de discurso:

La candidata Fujimori utilizó un discurso básicamente deliberativo donde propone la meditación sobre diversos temas electorales con la finalidad de obtener el voto del pueblo. Sin embargo, por momentos se puede vislumbrar algunas características del discurso demostrativo; por ejemplo, al momento de reconocer a personajes como Mario Vargas Llosa o al presidente electo del Ecuador, el Sr. Guillermo Lasso.

Respecto de las partes y el orden del discurso retórico:

Primera parte – El Exordio. – Esta parte del discurso estuvo básicamente compuesta por un saludo escueto y un corto agradecimiento por la invitación. Luego paso directamente a la narración. No se pudo apreciar un esfuerzo por buscar la atención o el agrado del oyente.

Segunda parte – Narración y argumentación. – La candidata confunde durante su discurso la narración y la argumentación. Cuenta la experiencia nacional y mundial respecto del sistema comunista y sus planes para combatir este tipo de ideologías. Puntualiza eventos que han sucedido en el desarrollo de la campaña. Señala algunos motivos por los cuales un gobierno del candidato contrario no sería la mejor opción y señala los errores de gobiernos anteriores.

La narrativa es breve y tiene coherencia, sin embargo, no se expresa con palabras sencillas.

Tercera parte - Peroración. – La parte final del discurso es muy corta. Se reduce a un agradecimiento al presidente de Ecuador, no recapitula lo expresado durante el discurso, y finalmente se despide brevemente diciendo “muchas gracias”.

6. Conclusiones

Las características comunicativas que se han podido encontrar en los experimentos 1 y 2, nos permiten responder cada uno de los objetivos planteados. Luego de los experimentos realizados, podemos concluir con plena seguridad y contundencia que la comunicación

política Sí es altamente trascendente en la percepción de la imagen de un candidato y que por ende puede ser determinante en una elección.

Podemos evidenciar por un lado que la candidata no utilizó adecuadamente su comunicación no verbal, mostrándose en muchos pasajes de sus intervenciones con un rostro adusto, con un pobre movimiento de las manos y escasa gestualización. Su postura personal era erguida, aunque por momentos se encorvaba, lo cual la hacía tener una postura poco constante. Una muestra de mayor humildad hubiera ayudado positivamente a su imagen frente a los votantes

Respecto a su lenguaje verbal se debe mencionar que utilizaba un lenguaje ajeno a la realidad a la que se dirigía, tenía un pronunciamiento de ataque constante, hacia su contendor político, esta actitud, fue en detrimento de ella misma.

La candidata Fujimori utilizó algunos recursos retóricos que mejoraron la musicalización de sus intervenciones, pero no la efectividad y comprensión de las mismas. Toda vez que estaban alejados de la realidad de las personas a las que se dirigía.

Pasemos a verificar si a través de la información recopilada por intermedio de los experimentos uno y dos, hemos podido cumplir con todos y cada uno de los objetivos planteados. Detallamos los resultados a continuación:

Objetivo uno: Determinar si una adecuada comunicación puede mejorar la percepción del votante hacia un político.

La utilización de una adecuada retórica comunicativa y una comunicación no verbal propicia, generaron reacciones positivas en los grupos de personas que participaron en los experimentos. Por otro lado, las expresiones de odio y molestia causaron un rechazo y animadversión hacia el candidato.

Objetivo dos: Determinar si los ataques al contendiente político son positivos para mejorar la imagen propia de un candidato.

La candidata Fujimori atacó en repetidas oportunidades a su contendor político, esta actitud fue calificada como negativa en los experimentos. Los ataques, no solo no ayudaron a levantar la imagen de la candidata, sino que, por el contrario, fueron en detrimento de ella misma y en favor del atacado.

Objetivo tres: Determinar si los ofrecimientos populistas pueden mejorar la aceptación de un político por parte de los votantes.

Los ofrecimientos populistas pueden ayudar a mejorar la imagen de un político, sin embargo, esta herramienta debe ser utilizada con mucho cuidado. En algunas ocasiones se percibió que las promesas sin fundamento real, pueden ser percibidas como falsas y desmejorar la imagen del candidato.

Objetivo cuatro: Determinar qué estrategias discursivas verbales y no verbales ayudarán a captar la simpatía de los indecisos y/o contrarios.

Las palabras amables, bien conectadas y fáciles de entender, ayudan a mejorar la percepción sobre el candidato. Por su parte, la gestualización natural y bondadosa (sonrisas, saludos) también ayuda en el acercamiento del candidato con los votantes.

Objetivo cinco: Determinar qué parte de la comunicación es más importante: la manera de comunicar (comunicación verbal – no verbal) o el comunicado (propuestas).

De acuerdo a los datos arrojados por los experimentos, se puede determinar que la comunicación verbal y no verbal son más importantes que el comunicado en sí. Se ha podido verificar que la persuasión emotiva es más fuerte que la persuasión racional.

Luego de haber logrado cumplir con los objetivos planteados, se puede concluir lo siguiente respecto de las hipótesis:

Hipótesis 1: Keiko Fujimori perdió la elección presidencial del 2021 por una deficiente estrategia de comunicación personal.

De acuerdo con los resultados de los experimentos podemos concluir que la candidata Fujimori **Sí** perdió las elecciones presidenciales debido, entre otros componentes, a una deficiente habilidad comunicativa. La candidata no supo persuadir al elector desde el punto de vista emocional y tampoco pudo aprovechar las ventajas que el adversario le dio para lograr una persuasión racional.

Adicionalmente, se pudo determinar que el anti voto Fujimori hubiera podido ser revertido con una mejor comunicación por parte de la candidata.

Hipótesis 2: Keiko Fujimori perdió la elección presidencial del 2021 por su pasado político y el de su padre.

De acuerdo con los resultados de los experimentos, podemos concluir que el pasado político de la Sra. Keiko Fujimori **SÍ** condicionó la derrota de la Sra. Keiko Fujimori; un pasado y presente diferentes hubieran podido significar su victoria. Adicionalmente, se concluyó que a pesar de su presente y pasado, la candidata pudo haber ganado las elecciones si hubiera tenido una mejor comunicación.

Hipótesis 3: Keiko Fujimori perdió la elección presidencial del 2021 por su postura derechista y conservadora.

De acuerdo con los resultados obtenidos concluimos que una supuesta postura derechista y conservadora de la Sra. Keiko Fujimori **NO** afectó negativamente el resultado de las elecciones presidenciales. Por el contrario, esta característica fue vista como un aspecto positivo contrario al candidato Castillo.

7. Prospectiva de futuro y limitaciones

A través del presente estudio se ha determinado que inclusive, una candidata con un anti voto muy arraigado y que ya había perdido dos elecciones presidenciales consecutivas, tenía posibilidades de ganar, si hubiera utilizado las herramientas de la retórica adecuadas. Luego de comprobado esto, se considera que una profesionalización de la comunicación personal de un candidato y/o político es determinante, tanto en una campaña electoral como en una carrera política en general. Teniendo comprobado que la comunicación de un candidato es quizá, la característica más importante para ganar una elección y que la misma, fuera de una competencia electoral, puede otorgar seguridad a la ciudadanía, puesto que transmite propuestas, proyectos e ideas de manera clara, consideramos que los pasos a seguir para el desarrollo, profundización e implementación del tema propuesto son:

Para profundizar:

A partir del presente estudio y teniendo como base las preguntas explorativas utilizadas en las sesiones de grupos focales, se deben realizar encuestas de campo, con la finalidad de determinar con mayor exactitud qué características de la retórica y la comunicación en general influyen más en el votante. Este discernimiento más preciso, permitirá confeccionar una tabla de valores en la cual se pueda colocar estadísticamente la utilidad de cada una de las características comunicativas de los candidatos, en un orden de mayor a menor.

Si bien es cierto, los públicos son diferentes y por ende sus preferencias y fijaciones también, se podrá establecer una tabla básica, que podrá ser tomada como punto de partida, para establecer tablas más casuísticas aplicables a diferentes grupos humanos.

La tabla antes mencionada permitirá establecer, que recursos retóricos son más útiles, o cuales son las técnicas, gestos, palabras y/o actitudes verbales que influyen de una manera más positiva al elector.

Por otro lado, y desde el punto de vista de la psicología se necesita analizar las diferencias comunicativas de un político en diferentes espacios de interacción con la finalidad de prepararlo para ello. En el presente TFM podemos encontrar características muy diferentes en la candidata cuando se expresa desde un discurso preparado y grabado, que cuando se enuncia en un debate. En el primero tuvo la posibilidad de leer prácticamente la totalidad del discurso y no tener situaciones imprevistas, mientras que en el segundo los imprevistos eran constantes y se debía tener una mayor capacidad de reacción. Por ello, un análisis de la psicología de las situaciones descritas permitiría una mejor preparación de los candidatos y políticos en general.

Para implementar:

De acuerdo a los resultados del TFM, creemos que a profesionalización de la retórica política y la comunicación política de los candidatos desde las universidades es una necesidad.

El tema tratado por el TFM debe ser materia de educación superior y para ello se deben aperturar cursos universitarios sobre la materia. Hemos podido evidenciar la falta de profesionalización y la despreocupación que existe sobre el tema y la gravedad de sus consecuencias.

Se debe recordar que la capacitación adecuada de los políticos permitirá entender mejor sus ideas y finalmente debería permitirle al pueblo elegir mejores autoridades.

Por otro lado, la elaboración de un manual de retórica política que contenga ejemplos reales de campañas políticas, discursos y diversas actividades relacionadas al tema. Esta sería una herramienta de gran ayuda para los nuevos políticos, que permitirá mostrar los errores y aciertos que comúnmente se dan en las candidaturas. Enseñará a transmitir y convencer de manera más efectiva a partir de ellos mismos, esto es, con la comunicación personal directa, la misma que acarrea costos menores y que bien utilizada, puede ser también, explotada en las redes sociales.

Limitaciones

El presente trabajo y sus experimentos tuvieron limitaciones principalmente económicas y de acceso a la información. Para un análisis más profundo del tema se necesitaría contar con un grupo más grande de participantes en los grupos focales y luego de obtener las primeras respuestas en estos grupos, se debería realizar un análisis cuantitativo de algunas de las respuestas con la finalidad de encontrar respuestas más exactas. Para ello, se deberían practicar encuestas con un gran número de participantes y que acarreen altos costo. Se debe tener en consideración también, las limitaciones impuestas por los gobiernos debido a la pandemia COVID 19, toda vez que es complicado ubicar voluntarios prestos a participar en los diferentes experimentos.

Referencias bibliográficas

Barak Obama 2008, discurso New Hampshire

Bazo Reisman, A. B. (2020, 3 febrero). ¿Vive el fujimorismo el ocaso de su poderío en Perú?

France 24. <https://www.france24.com/es/20200203-vive-el-fujimorismo-el-ocaso-de-su-poder%C3%ADo-en-per%C3%BA>

BBC News Mundo. (2018, 11 octubre). Keiko Fujimori: detienen a la excandidata presidencial de Perú en el marco de una investigación de lavado de activos.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-45816739>

Beltrán, L.R., (1981). Adiós a Aristóteles: La comunicación “horizontal”: *Comunicación y Sociedad, 6, septiembre, Ed. Cortez, Sao Paulo, pp. 5-35.

CATTANI, Adelino 2003 Los usos de la retórica. Madrid: Alianza Ensayo.

CHIAVENATO, IDALBERTO (2006). Del libro: “Introducción a la Teoría General de la Administración”, Séptima Edición, Chiavenato Idalberto, McGraw-Hill Interamericana, 2006, Pág. 110.

Congreso de la República del Perú, ed. (1993). «Artículo 31.º». Constitución Política del Perú.

Diario Expreso (2021, 23 abril). Video evidencia encuentro entre Pedro Castillo y miembros del Movadef en 2018, según programa de TV. Diario Expreso.

<https://www.expreso.com.pe/elecciones-2021/video-evidencia-encuentro-entre-pedro-castillo-y-miembros-del-movadef-en-2018-segun-programa-de-tv/>

Elecciones 2021: ¿Candidato presidencial Pedro Castillo tiene vínculos con el Movadef?

(2021a, abril 8). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=sMDmnRR3oKM>

El Montonero (2021, 07 abril). Pedro Castillo y el MOVADEF – ¿Líder de Perú Libre avanza con apoyo de un sector de Sendero? El Montonero. <https://elmontonero.pe/politica/pedro-castillo-y-el-movadef>

<https://elmontonero.pe/politica/pedro-castillo-y-el-movadef>

Fonseca María del Socorro (2000). Del libro: «Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica», Primera Edición, de Fonseca Yerena María del Socorro, Pearson Educación, México, 2000, Pág. 4.

López, A. y De Santiago, J. (2000). Retórica y comunicación política. Madrid: Cátedra.

Lr, P. (2021, 29 mayo). Datum: 65% considera que las disculpas de Keiko Fujimori no fueron sinceras. La República Perú. <https://larepublica.pe/elecciones/2021/05/28/datum-65-considera-que-las-disculpas-de-keiko-fujimori-no-son-sinceras-pltc/>

Mazzoleni, G. (2014). Comunicación política. Madrid: Alianza Editorial.

Ortiz, C. (2020, 15 enero). Keiko Fujimori es considerada la más corrupta del país, según Datum. La República Perú. <https://larepublica.pe/politica/1330410-keiko-fujimori-considerada-corrupta-pais-alan-garcia-segundo-encuesta-datum/>

Osgood, C.E., (1961). Some Terms and Associated Measures for Talking About Communication Urbana, Illinois: Institute for Communication Research, p. 48.

Perú21, R. (2021, 25 mayo). Policía identifica a presunto miembro de Movadef en actividad de Perú Libre. Peru21. <https://peru21.pe/politica/elecciones-2021-pedro-castillo-policia-identifica-a-presunto-miembro-de-movadef-en-actividad-de-peru-libre-noticia/>

Perú21, R. (2021a, abril 28). *Pedro Castillo pone condiciones para el debate y pide que el primero se realice en Chota*. Peru21. <https://peru21.pe/politica/pedro-castillo-pone-condiciones-para-el-debate-y-pide-que-el-primero-se-realice-en-chota-elecciones-2021-keiko-fujimori-nndc-noticia/>

Quintiliano (1970); Institutio Oratoria, ed. de M. Winterbottom. Oxford: Oxford University Press, 2 vols. Vers. esp.: (1987); Instituciones oratorias, 2 vols, trad. de I. Rodríguez y P. Sandier. Madrid: Hernando.

Rada, F. M. Q. (2014, 9 octubre). ¿Qué es el fujimorismo?, por Francisco Miró Quesada Rada. El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/opinion/columnistas/fujimorismo-francisco-miro-quesada-rada-285513-noticia/?ref=ecr>

Tv Perú (2019) Chat La Botica: difunden nuevas conversaciones entre congresistas de Fuerza Popular. [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=My7UrH2DH-0>

Wolton, D. (1995): El nuevo espacio público. La comunicación política: construcción de un modelo. Barcelona, Gedisa; 31.

Villaverde, J., La Razón (2021, 29 mayo). La conexión de Sendero Luminoso con la izquierda peruana. La Razón.

<https://www.larazon.es/internacional/20210529/u2avfvotffhrouci5eupynznu.html>

Anexo 1 – CUESTIONARIO DE PREGUNTAS FOCUS GROUP

- 1.- ¿Qué opinan sobre la tonalidad que utilizó la Sra. Keiko Fujimori para transmitir sus ideas?
¿Harían alguna mejora a su tonalidad? Sí/ No ¿por qué?
- 2.- ¿Consideran correcta la gesticulación de manos que tuvo durante sus presentaciones? Sí/
No ¿Por qué? ¿Qué le recomendarían?
- 3.- ¿Qué opinión tienen sobre las expresiones faciales que tuvo durante sus presentaciones?
¿Les parecieron adecuadas? Sí/ No ¿por qué? ¿Qué le recomendarían?
- 4.- ¿Consideran acertada la postura de su cuerpo durante los eventos? Sí / No ¿Por qué? ¿Qué
le recomendarían?
- 5.- ¿Creen que utilizó de manera óptima la retórica para transmitir sus ideas de manera clara y
acertada a la ciudadanía peruana? ¿Qué le recomendarían?
- 6.- ¿Por lo visto en el debate, consideran que los ataques al contendor político suman
positivamente a la imagen del político atacante? ¿Qué le recomendarían?
- 7.- ¿Consideran que los ofrecimientos y/o promesas sumaron a una mejora en la percepción
que se tenía de ella? ¿Qué le recomendarían?
- 8.- ¿Qué actitudes, posiciones o expresiones creen que hubieran favorecido la imagen de
Keiko Fujimori?
- 9.- ¿Qué otras recomendaciones les gustaría aportar?
- 10.- ¿Qué opinión les merece el presente y el pasado de la Sra. Keiko Fujimori?
- 11.- ¿Qué opinión les merece la ideología y postura de Keiko Fujimori?
- 12.- ¿Consideran que si la Sra. Keiko Fujimori hubiera tenido una mejor comunicación hubiera
podido ganar las elecciones presidenciales?