



Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Empresa y Comunicación

Máster Universitario en Comunicación y Marketing Político
**La comunicación política del presidente
Pedro Castillo en sus primeros 100 días de
gobierno**

Trabajo fin de estudio presentado por:	María Matilde Soto Amasifuén
Tipo de trabajo (Académico o Profesional)	Análisis de caso
Línea (si se necesita alguna tipología más):	Individual
Director/a:	Carolina Sampó
Fecha de depósito:	15 de marzo 2022

Resumen

El presente Trabajo Final de Máster (TFM) contribuye a entender la comunicación política como un instrumento necesario para reducir la brecha de desconfianza que hay entre la ciudadanía y sus gobernantes.

El objetivo de esta investigación es analizar la comunicación política del presidente peruano Pedro Castillo Terrones en los primeros meses de gobierno, periodo que sirve para que la gestión entrante posicione mensajes sobre la ruta que tomará su administración, explicar cuáles serán las principales propuestas de campaña que pondrá en marcha y, sobre todo, fomentar el diálogo y la participación ciudadana.

Para estudiar el estilo de comunicación política del mandatario peruano se accedió a fuentes documentarias con el propósito de establecer una línea de tiempo, ubicar los mensajes que logró posicionar en sus discursos y en sus redes sociales e identificar cómo enfrentó comunicacionalmente las crisis políticas que marcaron su gobierno en el tiempo de investigación.

Como resultado del informe se concluye que el Presidente de la República ha optado por seguir patrones de comunicación tradicional en el que los mensajes de comunicación se desarrollan de manera unidireccional sin entender que el ciudadano de hoy es más reflexivo y fiscalizador en tiempo de crisis de la representación política.

Palabras clave: Comunicación política; Pedro Castillo Terrones; Gobierno; Discurso; Crisis política

Abstract

The present final work for the master's degree aims to understand the political communication as an instrument to reduce the existing distrust between the citizens and their leaders.

The objective of this investigation is to understand and analyze the political communication of the Peruvian President, Pedro Castillo Terrones, within his first months as governor of the nation. During this period of time, the president reports his work plan and explains the main public politics to put into ion to foment dialogue and the citizen engagement.

To study the political communication style of the Peruvian President, documented sources will be consulted with the purpose to stablish a time line to recognize the message of his speeches within his different social media platforms. This will help us to identify how the government deals with political crisis during this investigation.

In that way, the President of Peru has chosen to follow traditional patterns of communication in which the messages are developed in a unidirectional way without recognizing that citizens of today are more concerned, reflexive, supervising and aware of the severe crisis of our political representation.

**Keywords: Political Communication; Pedro Castillo Terrones; Government; Speech;
Political crisis**

Índice de contenidos

1. Introducción	9
1.1. Justificación	10
1.2. Planteamiento del problema.....	10
1.3. Objetivos	11
1.4. Hipótesis.....	12
1.5. Metodología	12
2. Marco teórico	12
2.1. Comunicación política.....	12
2.2. Construcción de imagen.....	14
2.3. Campaña permanente	15
2.4. 100 días, dispositivo comunicacional	15
2.5. Ciberpolítica.....	16
3. Contexto político.....	17
4. Discursos	19
4.1. Discurso inaugural.....	19
4.2. Discurso en regiones	23
4.3. Declaraciones a la prensa.....	26
5. Manejo de crisis y respuestas del Presidente	29
5.1. Primera crisis: Guido Bellido	29
5.2. Segunda crisis: Héctor Béjar.....	31
5.3. Tercera crisis: Iber Maraví.....	32
5.4. Cuarta crisis: Luis Barranzuela.....	34

6. Redes sociales.....	35
6.1. Facebook.....	36
6.2. Twitter.....	39
7. Conclusiones.....	43
8. Limitaciones y prospectiva.....	45
Referencias bibliográficas.....	46

Índice de figuras

Figura 1. Resultados oficiales primera vuelta	18
Figura 2. Resultados oficiales segunda vuelta ONPE	19
Figura 3: Ciudadanía pide mayor comunicación.....	28
Figura 4. Reunión entre Pedro Castillo y Guido Bellido	30
Figura 5. Presidente desmiente a Premier	31
Figura 6. Apoyo de Castillo a ministro Iber Maraví.....	33
Figura 7. Presidente acepta renuncia de Barranzuela	34

Índice de tablas

Tabla 1: Discursos y objetivos de comunicación del Presidente (Elaboración propia).....	28
Tabla 2: Reacción presidencial a crisis de gobierno (Elaboración propia)	35
Tabla 3. Comunicación del Presidente en su cuenta de Facebook (Elaboración propia)	37
Tabla 4. Respuesta a publicaciones del Presidente en Facebook (Elaboración propia)	37
Tabla 5. Comentarios a publicaciones del Presidente en Facebook (Elaboración propia)	38
Tabla 6. Publicaciones del Presidente más compartidas en Facebook (Elaboración propia) ..	38
Tabla 7. Comunicación del Presidente en su cuenta de Twitter (Elaboración propia)	41
Tabla 8. Temas con más comentarios a tuits del Presidente (Elaboración propia)	41
Tabla 9. Temas con más “me gusta” a tuits del Presidente por sector de interés	42

1. Introducción

Los primeros 100 días de gobierno le permiten a la gestión entrante, recientemente elegida en las urnas, construir una imagen de gobierno para llevar a cabo aquellas decisiones que marcarán su mandato e influirán en la vida de los ciudadanos.

Los primeros meses de gestión presidencial requieren de una planificación comunicacional para poder informarle a la opinión pública cuál será la línea de gestión, qué promesas de campaña electoral serán ejecutadas como prioridad y, sobre todo, en qué periodo de tiempo se realizarán. De esa manera, el Presidente electo deja atrás el papel de candidato y asume el rol de gobernante no sólo de quienes votaron por él, sino también de aquellos que optaron por otras candidaturas en las urnas.

El 28 de julio del 2021, cuando el Perú celebró el bicentenario, los 200 años de su independencia, el profesor cajamarquino Pedro Castillo Terrones asumió la máxima autoridad de gobierno en un país polarizado y marcado por una severa crisis económica y sanitaria generada por la pandemia de la COVID 19.

Según la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), quien formó parte de las rondas campesinas, fue dirigente sindical y candidato por el partido Perú Libre, ganó las elecciones generales de segunda vuelta con el 50.126% de votos válidos frente a su contrincante Keiko Fujimori Higuchi, de Fuerza Popular, quien obtuvo el 49.974%. Pedro Castillo Terrones llegó a Palacio de Gobierno con una estrecha diferencia de 44 mil 263 votos respecto a su opositora política.

Se trató de una frágil victoria que obligaba al nuevo Presidente a tender puentes de diálogo, alianzas o coaliciones con los diferentes líderes políticos para mantener la gobernabilidad. Ello teniendo en cuenta, además, que Perú Libre, el partido político que impulsó su candidatura, no logró mayoría en el Congreso de la República, pues tiene solo 37 de los 130 escaños que conforman el Legislativo.

En ese sentido, el presente Trabajo Final de Maestría (TFM) tiene como finalidad analizar la comunicación política del mandatario peruano en sus primeros 100 días de gobierno. Por ser una gestión que apenas tiene siete meses en el poder es necesario documentar como antecedente académico la comunicación política del presidente Pedro Castillo Terrones, la

cual se ha caracterizado por no rendir cuentas a la ciudadanía, no promover una administración participativa, ni fomentar el diálogo entre la ciudadanía y sus detractores políticos a favor del bien público.

1.1. Justificación

Hoy en día, los ciudadanos exigen a la administración gubernamental transparencia y participación. Es por ello que una adecuada comunicación política se vuelve indispensable para que la población sepa cuáles serán las medidas de gobierno que afectarán su vida, así como para lograr consensos y resolver conflictos.

Hay una crisis de confianza hacia los líderes y partidos políticos que, en campaña electoral, prometen cambios, pero, una vez que llegan al poder, se olvidan del ciudadano. Llevan a cabo una comunicación política destinada sólo a priorizar la imagen del Presidente y colocan a la población en una posición de mero espectador sin voz ni opinión.

El presente TFM se justifica desde una perspectiva teórica, porque es producto del análisis de los diversos enfoques conceptuales relacionados con la comunicación política, el mismo que brinda un respaldo conceptual al informe.

Desde el punto de vista práctico, la investigación se justifica por el análisis que realiza sobre la comunicación política del presidente peruano en los primeros 100 días de su gestión. Ello ayudará a entender lo importante que es desarrollar una estrategia comunicacional, si se busca construir los cimientos de un gobierno participativo.

Desde una perspectiva metodológica, el informe sirve de referencia para alentar la profesionalización de quienes tienen como objetivo convertirse en consultores de comunicación política del sector público, a fin de que se encaminen y diseñen estrategias que reduzcan la existente desconexión entre el ciudadano y sus representantes en el poder y así lograr el entendimiento y el óptimo desarrollo de las políticas públicas.

1.2. Planteamiento del problema

Desde su asunción como presidente de la República, Pedro Castillo Terrones, ha marcado un inusual hito en la historia de la comunicación política del país, considerando que en 100 días de gobierno no ha concedido ni una sola entrevista a los medios de comunicación. Los primeros meses de su labor simplemente se han caracterizado por el silencio.

Apenas asumió el poder, Pedro Castillo Terrones necesitaba emitir mensajes para decirle a la ciudadanía quién es y hacia dónde iba a ir su gobierno en el corto, mediano y largo plazo. Considerando ello, su estrategia de comunicación política no le permitió enviar a la opinión pública mensajes claros que le ayuden a posicionar sus propuestas de administración gubernamental y así retroalimentarse de las respuestas de los ciudadanos.

Desde el inicio de su gestión, Pedro Castillo Terrones, apostó por llevar a cabo un particular estilo de comunicación al hablarle a los peruanos desde regiones del interior del país que le fueron favorables en las urnas, no permitiendo las preguntas de la prensa sobre su gestión y usando redes sociales para promocionar su gobierno sin desarrollar verdaderos canales de la Web 2.0 destinados a escuchar a la población y hacerla partícipe en el diseño de políticas públicas.

Es así que el TFM busca responder las siguientes preguntas:

¿Cómo se llevó a cabo la comunicación política del presidente del Perú, Pedro Castillo Terrones, en sus primeros 100 días de gobierno?, ¿cuáles fueron los tipos y contenidos de los discursos que brindó el jefe del Estado en sus primeros días de gobierno?, ¿cuáles fueron las principales crisis políticas que enfrentó el mandatario?, ¿cuál fue la respuesta comunicacional al enfrentarlas? y ¿qué tipo de interacción desarrolló el mandatario a través de sus redes sociales para promover la participación ciudadana?

1.3. Objetivos

Objetivo general

-Analizar la comunicación política del presidente del Perú, Pedro Castillo Terrones, en los primeros 100 días de gobierno.

Objetivos específicos

-Determinar los diferentes tipos y contenidos de los discursos que brindó el jefe del Estado en sus primeros días de gobierno.

-Identificar las principales crisis políticas y cuál fue la respuesta comunicacional del mandatario al enfrentarlas.

-Examinar el tipo de interacción que el Presidente lleva a cabo a través de sus redes sociales.

1.4. Hipótesis

La comunicación política del presidente Pedro Castillo Terrones en los primeros 100 días de gestión se caracterizó por el desarrollo de mensajes que buscaron principalmente resaltar su imagen y promocionar la agenda de su gobierno, sin promover la participación ciudadana.

1.5. Metodología

El presente TFM analizará la comunicación política de los primeros cuatro meses de gestión de Pedro Castillo Terrones que empieza el 28 de julio del 2021, día en que el profesor cajamarquino asumió el cargo, hasta el 10 de noviembre del 2021, cuando el mandatario hizo un balance de gobierno en una ceremonia realizada en la región Ayacucho.

Para tal fin, se emplearán técnicas de análisis documental, mediante las cuales se ubicarán y seleccionarán documentos relacionados a la investigación. A partir de esas fuentes secundarias se realizará un análisis, con el objetivo de extraer elementos convenientes para el estudio del presente TFM. La información obtenida será cruzada con otros referentes y teorías académicas y permitirá establecer una línea de tiempo de la gestión gubernamental a estudiar.

Mediante la investigación cualitativa de fuentes primarias se identificarán los canales de comunicación que más usó el jefe del Estado para llegar a la ciudadanía en los primeros meses de su gestión y se examinará la interacción del presidente Pedro Castillo Torres en sus redes sociales. Por otra parte, se aprovechará la experiencia en el tema del investigador quien en si labor periodística tiene observación directa de la fenomenología de los hechos, en el contexto y tiempo debido.

2. Marco teórico

2.1. Comunicación política

Canel (2006) refiere que la comunicación política es el conjunto de acciones persuasivas que realizan en forma activa ciertas personas, incluyendo instituciones (comunicadores, políticos, periodistas y ciudadanos) y al interactuar producen un intercambio de mensajes que se articulan entre sí para la toma decisiones y su aplicación en la comunidad.

Según la especialista española Canel (2006) la comunicación es esencial para legitimar a las autoridades por tres razones: para dar a conocer la adopción de medidas de gobierno, para que las medidas tengan fuerza sobre aquellos a quienes van dirigidas y para orientar la sociedad, conseguir consenso y resolver conflictos.

De esa manera, las instituciones llevan cabo una comunicación persuasiva con el propósito de influir en el pensamiento y comportamiento los destinatarios para lograr en éstos una adhesión e identificación con sus propuestas, ello les permite manejar el poder y realizar acciones dirigidos al bien público (Canel, 2006, p. 84).

En ese sentido, una institución política necesita emitir mensajes, decir quién es, explicar cómo se ve a sí misma, pues como dice Canel (2006, p. 84) las acciones políticas que no están en los medios de comunicación no tienen razón de ser, es decir no existen; analizando de manera específica podemos decir que el político que no aparece en la prensa, se relaciona con las personas que no trabajan.

Por su parte, Aira (2015) indica que la comunicación política se caracteriza por no ser unidireccional y que, en política, si no se es un buen comunicador, difícilmente se es un buen líder. Mendé y Smith (1999) señalan además que la comunicación política se puede entender como un proceso básico y fundamental en el desarrollo del espacio político de la actualidad, esto favorece la contrastación de los discursos que emiten los políticos, los mismos que están en permanente tensión y se convierten en requisitos para el desarrollo de la democracia. Así, explican los autores, se requiere hacer un mapeo de actores dentro del proceso a fin de entender la heterogeneidad de la realidad social y posicionar al actor que planifica y acumula el poder.

Reyes et al. (2011) refieren que, para diseñar nuestra manera de pensar y actuar respecto al gobierno, la comunicación política tiene un rol básico en la consolidación de los sistemas democráticos. La actividad política, apuntan los autores, se sustenta en la comunicación, debido a que las obras y actividades de los líderes de Estado tienen que ser divulgadas a todos los actores de la sociedad y recibir las respuestas del público, las mismas que permiten identificar su aceptación o rechazo.

2.2. Construcción de imagen

La imagen se puede definir como la representación mental o física de que la realidad hace el intelecto respecto a la experiencia, imaginación, capacidad de memoria y percepción, según Canel (2006). Las imágenes, agrega la especialista, permiten percibir el mundo de manera representativa y simbólica. Al respecto, la realidad por medio de las imágenes es de trascendencia para política, debido a que resumen la percepción que tenemos sobre un grupo social, una institución, una organización, una nación, etc. De esa manera, el liderazgo de un Presidente, por ejemplo, depende de la relación que éste tenga con sus seguidores, con su equipo gubernamental, con los parlamentarios, el partido político que impulsó su candidatura y con el votante.

Para lograr una imagen política, las técnicas de comunicación del Presidente deben estar encaminadas a tener una relación fluida con el ciudadano para explicarle los motivos de las medidas que se adopten, pues la imagen de un mandatario tiene relación con la imagen que éste proyecta en los medios de comunicación. El fin es reducir la distancia entre la Presidencia y los ciudadanos por medios de una gestión pública que no ignore que el Presidente necesita ser conocido y comunicado; pero que no deja que sea la gestión de la imagen lo que marque el ritmo de la gestión pública (Canel, 2006).

La comunicación política gubernamental debe generar consenso entre el gobierno y la mayor cantidad de ciudadanos posibles y, por eso, en el ejercicio gubernamental no debería primar un lenguaje de guerra, sino una de negociación en busca de coaliciones. (Riorda, 2011). Además, a la hora de comunicar un gobierno debe tener un norte estratégico, un modelo de itinerario creíble aceptado por la sociedad o debe encargarse de instalarlo para que su mensaje se perciba como realidad.

Chías (1995) en su modelo de comunicación pública identifica cuatro fases necesarias para la planificación de la estrategia de mercadeo de la gestión: determinar los públicos objetivos de la comunicación, precisar qué comunicar y a quién hacerlo, dónde se comunica y qué corregir.

2.3. Campaña permanente

El ciudadano es un público más reflexivo, reactivo y proactivo y, por tanto, los políticos deben esforzarse para idear y adecuar sus mensajes para cada segmento de una ciudadanía multicanal difícil de controlar. El nuevo público desarrolla con mayor potencia los procesos selectivos, la exposición, el consumo y el recuerdo. Es un público que monitoriza al político y no es tan manipulable como pudiera parecer, más que un público espectador lo que vemos hoy es un público inspector, según Riorda (2011).

Por su parte Mendé y Smith (1999, p. 206) reflexionan al respecto e indican que la comunicación política se convierte en una problemática correlativa a la crisis de la representación, pues refieren que los políticos tienen predilección por el cuidado de su imagen y por el correcto mensaje que transmiten al público, en la medida en que van perdiendo conexión directa con la ciudadanía.

En ese contexto se desarrolla la campaña permanente que, según Canel (2006), es una estrategia que permite al Presidente ser un personaje visible que ocupa un espacio permanente en los medios de comunicación, con el propósito de convertirse en una figura identificable y reconocible por los electores a fin de establecer una relación fluida y permanente con el grupo social destinatario de las medidas políticas que se han de adoptar.

2.4. 100 días, dispositivo comunicacional

Los primeros 100 días de gobierno, se han convertido en recurso comunicacional de primer nivel que busca utilizar la fuerza social acumulado para concretar la acción política de las propuestas y capitalizar la conquista popular, según García y Pehuén (2015). Es un concepto puesto en práctica por Franklin D. Roosevelt en 1933 para explicar los objetivos de su política y dejar en claro que él era el responsable de tales logros. Desde entonces, explican Mora y Pehuén (2015), esa figura comunicacional se expandió por el mundo y se aplica en los gobiernos como una manera de gestión basada en la efectividad.

Así, los primeros 100 días en cualquier gestión gubernamental, determinan la llegada de un proyecto político y representan una primera impresión respecto a lo que se busca desarrollar ante la sociedad. Los objetivos de este periodo inicial de gestión, señalan los autores, buscan garantizar un control efectivo de los bases de la administración una clara

señal a los poderes reales y su interés, además tiene como fin desarrollar un compromiso de transformación hacia la ciudadanía (Mora y Pehuén, 2015, p. 1).

Fernández y Reyes (2003), por su parte, explican que cien días son suficientes para que el mandatario o el elegido muestren hacia dónde va su gestión, pues es un tiempo de impacto que le permite hacer la transición entre el candidato ganador y el gobernante. Hacer la transición, sostienen, requiere que no se deje de lado el eje de campaña recordando que el nuevo gobernante ya no está en campaña electoral.

2.5. Ciberpolítica

Hay una modificación de paradigma en el mundo de la comunicación política, en el que la identidad digital se ha convertido en un elemento imprescindible, no hay liderazgo político sin una web, sin presencia en las redes sociales u otros canales de referencia directa, según Aira (2015). En este sentido no se trata de estar en un espacio en internet, porque se tiene que estar de manera estática y sin ser proactivos, por el contrario, debemos recordar que internet no acepta silencios ni vacíos.

En ese sentido, Fernández (2011, p. 42) sostiene que hoy en día diversos partidos políticos han perdido la capacidad de comunicación con los electores y que, por tanto, en un mundo de cambios constantes, sólo podrán sobrevivir aquellos partidos que evolucionen y desarrollen nuevas formas de representación política.

La web 2.0 no es mera tecnología, sino una nueva forma de pensar y entender el mundo de las relaciones personales, del colectivo, que se desenvuelve de forma activa en las redes y participa activamente en ese nuevo ecosistema sintiéndose parte de él. La Ciberpolítica, añade el autor, ofrece una caja de herramientas con las que se puede crear nuevos espacios de participación, fortalecer y perfeccionar la democracia, así como facilitar la convivencia al ciudadano (Fernández, 2011, p. 59).

Segado, Díaz y Lloves (2015) sostienen que la web 2.0 ha desarrollado un rol fundamental a la hora de influir en la toma de decisiones de los gobiernos, esto le permite moldear las relaciones entre los poderes del estado, los políticos, la ciudadanía en general y otros actores sociales, pues hace que la ciudadanía se sienta escuchada.

De la misma manera Crespo et al. (2011) refieren que la web 2.0 no es un canal en el que los emisores solo envían información a los receptores, sino que es un medio de comunicación donde el usuario o receptor adquiere pleno protagonismo, puesto que se transforma en consumidor, en creador y generador de ideas, espacios, productos y contenidos.

3. Contexto político

El 4 de abril del 2021 se llevaron a cabo en el Perú las elecciones presidenciales y congresales para el periodo 2021-2026. En esos comicios electorales se presentaron 18 candidatos que se disputaban el primer lugar en las preferencias electorales sin que ninguno lograra una cifra representativa del universo de votantes.

Según la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), en el Perú había, en ese momento, cerca de 26 millones de electores hábiles. Las elecciones generales del 2021 se realizaron durante la conmemoración del bicentenario, los 200 años de independencia del Perú, en pleno azote de la pandemia de la COVID 19 y en medio de una profunda crisis política y económica. El Perú vivió así la competencia electoral más reñida y convulsionada que no se registraba desde el año 1990.

Natural de la región Cajamarca, Pedro Castillo Terrones, profesor, rondero, campesino y líder sindicalista, era el candidato presidencial de Perú Libre, un partido político regional de extrema izquierda, forjado en el interior del Perú, que tiene como dueño y fundador a Vladimir Cerrón Rojas. Este médico de profesión y ex gobernador regional de Junín estaba impedido por las leyes peruanas de postular a cualquier cargo público, debido a que, el 5 de agosto del 2019, fue sentenciado por corrupción a cuatro años de pena suspendida. Fue entonces que Vladimir Cerrón Torres auspició la candidatura presidencial de Pedro Castillo Terrones, a fin de que Perú Libre tuviera presencia en las elecciones generales del 4 de abril de abril del 2021.

Desde el inicio de la carrera electoral en enero del 2021, Pedro Castillo Terrones aparecía en los sondeos de intención de voto de Ipsos en el bolsón “otros”, es decir, por debajo del 1% de intención de voto. Sin embargo, en las últimas dos semanas de la contienda electoral, su candidatura creció exponencialmente hasta llegar al primer lugar y pasar a la segunda vuelta junto a su contrincante política, la candidata presidencial de Fuerza Popular, Keiko Fujimori

Higuchi. Según cifras de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), en la primera vuelta electoral, Pedro Castillo Terrones obtuvo 2'724 752 votos (18.921%) y Keiko Fujimori Higuchi alcanzó 1'930 762 votos (13.407%).

Figura 1. Resultados oficiales primera vuelta



Fuente: ONPE

La segunda vuelta electoral se llevó a cabo el 6 de junio del 2021 en medio de un país totalmente polarizado. La candidata de Fuerza Popular, Keiko Fujimori Higuchi, quien logró aglutinar el apoyo de la derecha ultraconservadora, acusó al candidato de Perú Libre de terrorista, comunista, de querer convertir a Perú en Venezuela y de perpetuarse en el poder con su propuesta de una Asamblea Constituyente para cambiar la Constitución de 1993, la Carta Magna que se forjó durante el gobierno del ex presidente Alberto Fujimori.

Por su parte, desde Perú Libre, le recordaban a la candidata de Fuerza Popular los procesos legales en las que estaba inmersa y que la llevaron incluso a estar en prisión como medida preventiva. Keiko Fujimori Higuchi enfrenta en la justicia investigaciones por financiamiento ilícito, corrupción y lavado de activos.

Las intenciones de voto de la segunda vuelta electoral fue el reflejo de una clara brecha clasista y territorial y que los actores de la sociedad peruana se alinearon alrededor de dos bloques: una en defensa del statu quo alrededor de Fujimori; y otra en rechazo alrededor de Castillo (Pajuelo, 2021).

El balotaje se llevó a cabo en una ajustada competencia electoral. Según las cifras oficiales de los organismos electorales del Perú, el profesor cajamarquino obtuvo 8'836,380 votos (50.126%) y la candidata de Fuerza Popular 8'792,117 votos (49.874%). El 19 de junio del 2021, el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) proclamó a Pedro Castillo Terrones como Presidente de la República del Perú.

Figura 2. Resultados oficiales segunda vuelta ONPE

TOTAL DE VOTOS				
ORGANIZACIONES POLÍTICAS	TOTAL	%VÁLIDOS	%EMITIDOS	
		PARTIDO POLITICO NACIONAL PERU LIBRE	8,836,380	50.126%
		FUERZA POPULAR	8,792,117	49.874%

Fuente: ONPE

4. Discursos

4.1. Discurso inaugural

El profesor Pedro Castillo Terrones dio su primer discurso oficial como Presidente de la República el 28 de julio del 2021, el mismo día en que el Perú cumplió los 200 años de su independencia. En su alocución de asunción de mando, la cual duró 1 hora y 23 minutos, y fue difundido a nivel nacional, el mandatario peruano desarrolló un discurso de tipo reivindicativo en respuesta al olvido de las poblaciones más vulnerables del parte del aparato estatal.

En una ceremonia de juramentación que se realizó en el Congreso de la República, el jefe del Estado hizo un repaso por la historia del Perú de cuando este país sudamericano fue cuna de culturas trascendentales y milenarias hasta que fue colonizada por la corona española

durante tres siglos. Castillo refirió que la independencia del Perú en 1821 no trajo mejoras sociales ni económicas para los más pobres y agregó que, a pesar de tener derecho al voto con la Constitución de 1979, se sufrió un recorte de derechos en 1992 con el gobierno de Alberto Fujimori.

En su discurso de 28 de julio del 2021, el jefe del Estado posicionó tres mensajes simbólicos que forman parte de su narración (*storytelling*) de gobierno y los usó como un punto de inflexión entre el pasado y el presente en la historia del Perú.

El primer mensaje estuvo referido a que por primera vez un gobierno venido del pueblo llegaba al poder para gobernar con el pueblo; el segundo que era la primera vez que el Perú iba a ser gobernado por un campesino; y el tercer mensaje que Perú Libre, un partido formado en el interior del país, ganó las elecciones democráticamente.

En ese sentido, Castillo (2021) refirió¹:

Quiero que sepan que el orgullo y el dolor del Perú profundo corren por mis venas. Que yo también soy hijo de este país fundado sobre el sudor de mis antepasados, erguido sobre la falta de oportunidades de mis padres y que a pesar de eso yo también lo vi resistir.

En el Pleno del Congreso también desarrolló mensajes de tipo conciliador para desvirtuar las ideas que se divulgaron en contra de su candidatura durante la segunda vuelta electoral al afirmar que su gobierno no pretendía estatizar la economía peruana ni hacer una política de control de cambios ni perpetuarse en el poder.

Al respecto, Castillo (2021) afirmó²:

La propiedad de las personas, obtenida con esfuerzo y en el marco de la legalidad, está garantizada por el Estado. Lo que nosotros propugnamos es que se acaben los abusos de los monopolios, de los consorcios que corrompen y cobran sumas artificialmente elevadas por los bienes y servicios básicos.

¹ Castillo, P. (2021, 28 de julio). *Mensaje de la Nación del presidente Pedro Castillo*. Presidencia de la República del Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2049663/Mensaje_a_la_nacion_presidente_Pedro_Castillo.pdf.pdf

² *Ibíd.*

Al concluir su alocución de inicio de gobierno, el nuevo mandatario solicitó dejar atrás las diferencias ideológicas, intereses personales, entre otros, para que nuestro país pueda enfrentar las crisis que lo agobian y, por ello, sostuvo que era tiempo de la reconstrucción y de la unidad nacional.

En septiembre del 2021, al asumir la máxima jefatura del gobierno peruano, Castillo realizó su primera gira internacional por Estados Unidos y México, la cual tuvo como objetivo buscar apoyo financiero e impulsar la reactivación económica del país. El gobernante participó de reuniones con funcionarios de la Organización de Estados Americanos (OEA) y de las Naciones Unidas (ONU).

Se trató de una importante tribuna internacional que esperaba saber más de él, de su postura ideológica y del tipo de gobierno que iba a impulsar en el Perú. En sus discursos ante los ojos del mundo, el mandatario peruano sostuvo que, al llegar a la presidencia, se compró un pleito para acabar con las desigualdades y con el flagelo de la corrupción. Y, refiriéndose al nivel de corruptela que existe en el Perú, deslizó la frase: “hay corruptos para exportar”.

En la alocución que dio en la OEA, el Presidente del Perú ubicó tres mensajes que buscaron desvirtuar la duda de que la democracia en el Perú podría correr peligro con la instalación de un gobierno de izquierda radical. Estos mensajes fueron: “nosotros no somos comunistas”, “no hemos venido a expropiar a nadie” y “no hemos venido a ahuyentar a los inversionistas”.

Castillo (2021) agregó³:

Yo vengo de ese rincón que clama que los cambios estructurales y políticos en el Perú sean escuchados por las autoridades. Y que cuando vemos que queremos cambiar las cosas en sintonía con los hombres de abajo, muchas veces nos hemos visto estigmatizados.

En la ONU agradeció a ese organismo internacional por reconocer su triunfo, por no haber permitido que sus contrincantes en las urnas les pongan la agenda y reiteró que

³ Castillo, P (2021, septiembre 20). *Intervención del presidente Pedro Castillo ante la OEA*. Presidencia de la República del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/523838>

en el Perú él iba a trabajar para construir un nuevo contrato social y reducir así la pobreza⁴.

El jefe del Estado asumió el gobierno tras una débil victoria electoral y, entonces, había expectativa, dudas y temores en la población con la llegada de un político nuevo en el espectro político del Perú que, en campaña, se mostró radical y de escaso diálogo. Sin embargo, al llegar al poder, Castillo asumió una postura conciliadora y, a través de su estrategia de comunicación política, intentó apaciguar los ánimos de sus contrincantes políticos y de quienes no votaron por él.

El mandatario peruano usó sus primeros discursos para posicionar mensajes de tranquilidad a la ciudadanía, a los inversionistas y de respeto a la institucionalidad. Haciendo referencia a Sigal y Verón (1986), García y Pehuén (2015, p. 4) explican que en el discurso inaugural hay una fuerte presencia del llamado “modelo de llegada” que plantea una doble promesa: la garantía de no ser más de lo mismo y la esperanza de mejora; mientras que el gobernante otorga un papel decisivo en la sociedad.

En ese sentido, el Presidente de la República posicionó su imagen de profesor rural, de maestro provinciano, que llegó al poder para hacer cambios estructurales en la sociedad peruana. Se concentró en remarcar que él es un profesor que vino desde abajo, desde los sectores más oprimidos y que, por esa razón, sabía de cerca cuáles eran las necesidades más urgentes del país.

González y Moscoso (2021, p. 117) sostienen que el hecho de tener a un maestro rural juramentando como Presidente del Perú en el año del bicentenario era una poderosa imagen de inclusión para los sectores más excluidos y también para las élites, a pesar de sus grandes temores-, la cual permitiría pensar en que era posible escribir una historia diferente. Sobre el tema, García y Pehuén (2015) refieren que los primeros meses de gestión deben ser

⁴ Castillo, P (2021, septiembre 21). *Intervención del presidente Pedro Castillo en la Asamblea General de la ONU*. Presidencia de la República del Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2194433/intervencion_del_presidente_castillo_en_onu_setiembre_2021.pdf.pdf

aprovechados para conquistar las percepciones de los ciudadanos respecto al líder que recién ha asumido, porque éstas se fijan en la mente del elector.

El profesor Pedro Castillo llegó a Palacio de Gobierno con su principal bandera política: instalar una Asamblea Constituyente para cambiar la actual Constitución. Esa propuesta ha generado posiciones encontradas en el Perú, pues Perú Libre, el partido impulsó la candidatura de Castillo, propone que dicha reforma no pase por los canales constitucionales donde no tiene mayoría parlamentaria. Sin embargo, el jefe del Estado precisó en sus discursos políticos que cualquier medida al respecto se hará respetando la institucionalidad del Perú.

De la misma manera, agregó, se renegociarían los contratos con las empresas privadas que explotan los recursos naturales del Perú. Al respecto, el politólogo Banda (2021) indicó que la opinión pública esperaba de Pedro Castillo un discurso más incendiario anunciando alguna mediada ilegal de expropiación o nacionalización y, sin embargo, no lo mencionó. Al contrario, dijo que iba a respetar la propiedad privada en un sentido de reforma, porque tampoco podía traicionar a sus electores.

4.2. Discurso en regiones

Los anuncios sobre cuál iba a ser la ruta de su gobierno en los primeros 100 días de gestión lo dio a conocer en actividades el interior del país. Desde el primer día de su gestión gubernamental, Pedro Castillo decidió posicionar una imagen de mandatario que está en las regiones y no detrás de un escritorio de Palacio de Gobierno.

Castillo se muestra como un Presidente que tiene el ritmo de actividades de un candidato para quien aún no ha terminado la campaña electoral. Se siente cómodo hablándole a la ciudadanía desde un estrado y en plazas llenas de simpatizantes como si estuviese en un mitin.

El 30 de julio del 2021, el maestro cajamarquino realizó la primera visita al interior del país como presidente de la República y viajó a la región Piura. En esa zona del norte del Perú se registró un fuerte sismo y, entonces, el jefe del Estado se trasladó hasta el lugar para evaluar los daños materiales. Allí, el auto oficial se detuvo en plena carretera, el Presidente de

República subió a la tolva del vehículo y, con un megáfono en la mano, dijo (Castillo, 2021) que él va a estar donde el pueblo lo necesite⁵.

El 11 de agosto del 2021, el jefe del Estado regresó a la región Piura a fin de entregar 19 millones de soles para los damnificados por el sismo y allí manifestó que nada ni nadie lo iba a distraer en su esfuerzo por trabajar a favor del Perú. Parte de su comunicación política fue posicionar en las regiones del Perú mensajes que resaltaran su imagen de Presidente que está en los lugares más recónditos escuchando y asistiendo a las familias desposeídas.

Los primeros 100 días de gobierno estuvieron marcados por la subida del dólar y el precio de los alimentos de la canasta básica familiar. En el Perú había una sensación de crisis económica no solo por la COVID 19 sino también por la llegada de Pedro Castillo al poder.

En respuesta, el 28 de agosto del 2021, el profesor viajó a Tacna dijo que su gobierno iba asumir, de una vez por todas, el costo del gas, del aceite y del pan y le pidió a la ciudadanía que tenga fe en su gobierno, el cual se iba a encargar del tema, pero no dio más detalles ni anuncios concretos al respecto⁶. De inmediato posicionó un mensaje que es también parte de su comunicación política: “la agenda del gobierno la pone el pueblo”.

Un aspecto que hay que resaltar en este análisis es que el jefe del Estado suele también viajar a Cajamarca, a su tierra natal, desde donde hace anuncios sobre obras que se llevarán a cabo en esa región. Por ser una zona donde él se ha desarrollado como profesor, campesino y rondero suele encontrar la atención de los ciudadanos en masa.

El 12 y 13 de setiembre del 2021, por ejemplo, desde Cajamarca enfatizó que a él nadie lo distraerá en su trabajo de luchar contra la COVID 19 y terminar contra las grandes desigualdades, el hambre, la miseria, el desempleo, la delincuencia y la corrupción. Una línea de acción de su comunicación política en los primeros meses de gestión estuvo relacionada a tener reuniones con alcaldes y gobernadores regionales del Perú a fin de poner en marcha una ruta de gestión gubernamental vinculada a la descentralización.

⁵ Castillo, P (2021, julio 30). *Presidente Castillo en Piura: estaremos donde el pueblo nos necesita*. Presidencia de la República del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/508986>

⁶ Castillo, P (2021, agosto 28). *Castillo en Tacna: la agenda del gobierno la pone el pueblo*. Presidencia de la República del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/513906>

En la ciudad Iquitos, región Loreto, el 24 de setiembre del 2021, el jefe del Estado clausuró el décimo quinto Gore Ejecutivo -una reunión con los 25 gobernadores regionales del Perú- y, en ese evento, sostuvo que su gobierno es el gobierno de las provincias y de las regiones y que está comprometido a que el presupuesto público llegue a cada rincón del país.

La iniciativa del mandatario de organizar reuniones con alcaldes y gobernadores regionales podría leerse también como la búsqueda de aliados políticos al interior del Perú, puesto que, en Lima, la capital donde se concentra el poder, sus opositores políticos no le daban tregua y posicionaban sus mensajes de crítica en los medios de comunicación.

El mes de octubre fue un mes clave para la comunicación política del Presidente de la República, pues impulsó como política pública una de sus promesas de campaña como es la Segunda Reforma Agraria, la cual busca mejorar comercialización de los alimentos que producen los agricultores en el Perú.

El 1 de octubre desde la ciudad de Ilo, en la región Moquegua, les respondió a sus detractores para decirles que la Segunda Reforma Agraria no implicará quitarles los terrenos a los empresarios para darle a los que no lo tienen⁷. En una ceremonia masiva que se llevó a cabo en las ruinas de Sacsayhuamán, en la región Cusco, el 3 de octubre del 2021, lanzó esa política gubernamental de manera simbólica y al día de hoy aún no se sabe a detalle cómo se llevará a cabo. Sin embargo, el jefe del Estado, a través de su comunicación política, ha logrado que el tema se afiance en la agenda del debate político a favor de su gobierno.

Otro tema que ha generado corriente de opinión es su propuesta de negociación de los contratos con el consorcio que explota y comercializa el gas de Camisea. Si bien es cierto, en campaña electoral Castillo dijo que iba a nacionalizar los recursos naturales del Estado, una vez instalado en Palacio de Gobierno cambió de postura y afirmó que la renegociación de contratos lo hará a través del diálogo. El 14 de octubre del 2021, desde la región San Martín, se dirigió a las amas de casa de la zona para decirles que su gobierno estaba trabajando con diferentes sectores para disminuir el precio del gas en el breve plazo, afirmó que uno de los

⁷ Castillo, P (2021, octubre 3). *Gobierno asegura que Segunda Reforma Agraria busca promover inclusión social de más de 2 millones de productores agrícolas.* Presidencia de la República del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/542182>

objetivos de su gestión es recuperar los recursos del Estado para ponerlos a disposición del pueblo, pero sin alzar la voz, sino conversando y buscando consensos⁸.

De esa manera, el 10 de noviembre del 2021, en la región Ayacucho, el mandatario refirió que su gobierno iniciaría una revolución energética para darles este gran recurso a todos los peruanos cueste lo que cueste⁹. El discurso del mandatario Castillo se tornó confrontacional el 10 de noviembre del 2021, día en que hizo un balance de los primeros 100 días de gestión al culpar a la oposición por no permitirle mostrar sus logros, debido al ruido político.

Desde la región Ayacucho, frente a sus simpatizantes, optó por desarrollar un mensaje que apelaba a la división de clases, pues sostuvo que, cuando un campesino entra al gobierno, le exigen que en 100 días resuelva todos los problemas del país. Refiriéndose a los líderes políticos que han gobernado el Perú, Castillo enfatizó que ellos en 200 años no trabajaron, que se dedicaron a robar, pero que cuando él habla de cambios necesarios le dicen radical.

4.3. Declaraciones a la prensa

El profesor cajamarquino dio declaraciones a la prensa en solo dos oportunidades. Desde que asumió el cargo, los medios de comunicación siguieron cada una de las actividades oficiales del jefe del Estado. Es así que el 19 de agosto del 2021, en una de sus visitas a la ciudad proyecto Bicentenario, en el distrito limeño de Ancón, el Presidente respondió a las preguntas que le formuló la prensa y, al ser interrogado sobre por qué no se les permite un trato más cercano con él, Pedro Castillo dijo que en campaña de segunda vuelta le dijeron que los medios de comunicación editan, cortan y tergiversan sus declaraciones. Parte de su estrategia de comunicación política fue victimizarse para tener un argumento de por qué se alejaba de la interpelación sobre sus decisiones de gobierno.

El 20 de agosto del 2021, el mandatario peruano tuvo el segundo y último contacto con la prensa en los primeros 100 días de su gestión. Fue en la inauguración de la central de

⁸ Castillo, P (2021, octubre 14). *Presidente Castillo en San Martín: el gobierno trabaja para reducir el precio del gas y garantizar la cobertura de agua para los peruanos*. Presidencia de la República del Perú. de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/544527>

⁹ Castillo, P (2021, noviembre 10). *Presidente Castillo: en estos primeros 100 días hemos dado pasos claros para transformar la patria*. Presidencia de la República del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/553066>

oxígeno en el hospital Loayza. Allí, los periodistas le preguntaron sobre la subida en el precio de los alimentos de la canasta básica familiar y el jefe del Estado en una escueta declaración, afirmó que habrá sorpresas con el gas y con los alimentos de la población.

Canel (2006, p. 109) explica que, como parte de una doctrina moderna de liderazgo presidencial, el mandatario necesita apoyarse en su capacidad de comunicación para influir y persuadir a fin de que sus gobernados sigan los razonamientos y decisiones tomados por él. De esa manera, el Presidente legitima el ejercicio del poder.

El mandatario peruano, sin embargo, prefiere tener a la prensa al margen de su administración de gobierno. Si los periodistas le preguntan por temas coyunturales, Castillo se muestra visiblemente incómodo e intolerante. Su estrategia de comunicación no apunta a difundir por canales masivos aquellas decisiones de gobierno que afectarán a la ciudadanía. Al respecto, Canel (2006) advierte que un político que hoy no sabe comunicarse tiene escasas posibilidades de éxito.

La periodista Del Río (2021) indica que, al no dar conferencias ni entrevistas, el Presidente Castillo no se deja interpelar por nadie y que él solo da mensajes a la nación o discursos en distintas ocasiones, las cuales tienen como característica el monólogo en solitario frente a una barra de entusiastas que lo aplauden.

El analista político Calderón (2001) considera, además que, al rechazar la interpelación de la prensa, Castillo le da la espalda a la ciudadanía a la que se debe, porque, aunque los periodistas también pueden ser criticados, ello no es excusa para que el más alto funcionario del Estado no rinda cuentas a la población. La decisión del Presidente de la República de no dar declaraciones a la prensa repercutió en la opinión pública que le exigía mayor comunicación.

La empresa encuestadora Ipsos realizó el 12 y 13 de agosto del 2021 un sondeo a nivel nacional a 1,203 entrevistados a pedido del diario El Comercio. Así, cuando se le preguntó a los encuestados cómo debe ser la relación del Presidente de la República con la prensa, el 74% dijo que él debe dar periódicamente conferencias de prensa y atender entrevistas, además de mensajes y declaraciones en actividades oficiales. Un 19% consideró que debe comunicarse con la prensa solo a través de mensajes y declaraciones en actividades oficiales y un 7% no precisó.

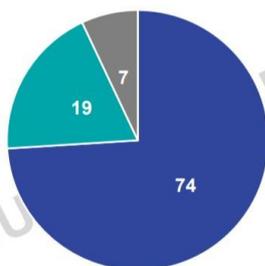
Figura 3: Ciudadanía pide mayor comunicación

SITUACIÓN POLÍTICA

Relación con la prensa

¿Cuál cree que **debe ser** la relación del Presidente de la República con la prensa? (%)

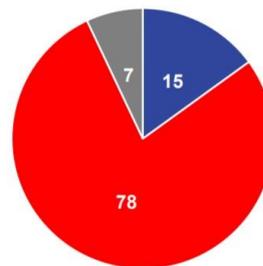
- Debe dar periódicamente conferencias de prensa y atender entrevistas, además de mensajes y declaraciones en actividades oficiales
- Debe comunicarse con la prensa solo a través de mensajes y declaraciones en actividades oficiales
- No precisa



Base: Total de entrevistados
 Perú, agosto del 2021

¿Cuál cree que es **actualmente** la relación del presidente Castillo con la prensa? (%)

- Adecuada, tiene una relación fluida con la prensa
- Inadecuada, no se comunica suficiente con la prensa
- No precisa



GAME CHANGERS



Fuente: Ipsos

Tabla 1: Discursos y objetivos de comunicación del Presidente

HERRAMIENTA	OBJETIVO DEL MENSAJE
Discurso inaugural	-Posicionar la imagen de campesino y maestro rural que por primera vez en la historia del Perú llegó a la Presidencia de la República.
Discurso en regiones	-Responder a las críticas de sus opositores. -Buscar aliados políticos en el interior del país (alcaldes y gobernadores regionales). -Impulsar políticas de Estado que forman parte de su propuesta de campaña como la Segunda Reforma Agraria y masificación del gas de Camisea.
Declaraciones a la prensa	-Que lo perciban como víctima del ataque de la prensa

Fuente: Elaboración propia en base a archivo documental de la Presidencia de la República del Perú

5. Manejo de crisis y respuestas del Presidente

El gobierno de Castillo estuvo marcado por la crítica que generó el nombramiento de ministros y funcionarios públicos con polémicos antecedentes. Ante la crisis política, el jefe del Estado optó por el largo silencio y le dio un espacio a sus detractores para que colocaran en agenda sus propios mensajes y estrategias de oposición.

5.1. Primera crisis: Guido Bellido

El mandatario empezó su gestión enfrentado la primera crisis de gobierno con el nombramiento de Guido Bellido Ugarte como premier. La designación del Primer Ministro no hubiese generado controversia entre los sectores políticos del Perú, sino fuera porque, hoy en día, Bellido enfrenta investigaciones en la Fiscalía por los presuntos delitos de apología, terrorismo y lavado de activos. Las críticas hacia las decisiones del jefe del Estado no se hicieron esperar, puesto que ese hecho evidenciaba la injerencia desde la sombra de Vladimir Cerrón Rojas en la toma de decisiones del gobierno, porque Bellido es parte del círculo de su confianza.

Siguiendo el plan de gobierno que presentó Perú Libre ante el Jurando Nacional de Elecciones (JNE) para los comicios generales del 2021, el profesor propuso nacionalizar los recursos estratégicos del Perú con un cambio de Constitución y, en ese sentido, sostuvo que el oro, la plata, el uranio, el cobre y el litio tienen que ser para los peruanos. Sin embargo, cuando llegó al poder, el Presidente de la República aseguró que respetará la inversión privada, pero las opiniones contrarias que al respecto hizo el premier Guido Bellido Ugarte en el escenario político agudizó la incertidumbre en el sector empresarial.

Si Castillo afirmó que él iba a buscar la reforma de la Constitución a través de un proyecto de ley, el cual presentaría ante el Congreso de la República, su Primer Ministro lo refutó abiertamente y al sostener que para elaborar una nueva Carta Magna había otras vías levantando así la desconfianza respecto a que si el gobierno estaba dispuesto a respetar las reglas constitucionales.

A pesar de las críticas que surgieron a nivel político y social, el mandatario no dio ninguna entrevista ni pronunciamiento público para explicar bajo qué criterios designó a Guido

Bellido Ugarte como premier. Al respecto, Canel (2007) indica que cuando a la crisis es grave no se puede optar por el silencio, pues éste sería interpretado como un intento de esconder la culpa. El politólogo Tuesta (2021, p. 18), por su parte, sostiene que ser cauteloso es una actitud muy frecuente en la política, pero no comunicar en el momento necesario y con claridad se convierte en un serio problema.

El mandatario Castillo no escuchó a los actores de la sociedad peruana que pedían la renuncia del Primer Ministro y agudizó la crisis cuando publicó en su cuenta de Twitter una fotografía despachando con él. La imagen fue interpretada como un apoyo total del Presidente al Premier, pese a la crítica. Tanaka (2021, p. 14), historiador y sociólogo peruano, apuntó que, en los primeros cuatros meses de gestión, el mandatario peruano demostró no tener plena conciencia sobre la precaria de su situación de su gobierno, sino que hasta la desafió.

Figura 4. Reunión entre Pedro Castillo y Guido Bellido



Fuente: Twitter Pedro Castillo

Sin embargo, el punto de inflexión se dio cuando el entonces presidente del Consejo de Ministros difundió en redes sociales un mensaje relacionado a Camisea en el que prácticamente amenazaba a la empresa explotadora y comercializadora del gas con nacionalizar el recurso natural, sino renegociaba el reparto de utilidades a favor del Estado. Esa afirmación contradecía la ruta de gestión de Castillo quien usó la comunicación política

para enmendarle la plana a su Premier a través de Twitter. El Presidente comunicó que cualquier renegociación de contratos se daría con respeto irrestricto al Estado de derecho y velando por los intereses nacionales. Así pudo contener un posible ahuyentamiento de la inversión de capitales en el Perú.

Figura 5. Presidente desmiente a Premier



Fuente: Twitter Pedro Castillo

En ese aspecto, recogiendo a Edelman citado por Canel (2007, p. 244) recuerda que en política las crisis se agravan por el papel que juega la existencia de adversarios; en lo inesperado la oposición ve una oportunidad de retar la competencia de quien gobierna, porque, agrega, los eventos activan la reacción y respuesta de unos rivales que busquen siempre como minar la capacidad de gestionar la incidencia. Así mismo, Tuesta (2021) afirmó que el jefe de Estado, al momento de enfrentar una crisis, parece tener un problema de la indefinición que lo minimiza como mandatario, lo oscurece como líder y pierde el respeto ciudadano y de sus propios enemigos políticos.

La crítica de la oposición iba en ascenso y la permanencia del Premier en el Ejecutivo era insostenible. El presidente Castillo tardó 69 días en tomar la decisión de aceptar la renuncia del entonces Premier y reestructurar su gabinete para poder aplacar la crisis de gobierno. La decisión fue comunicada al país a través de un mensaje a la Nación.

5.2. Segunda crisis: Héctor Béjar

El gobernante del Perú nombró como ministro de Relaciones Exteriores al sociólogo Héctor Béjar Rivera, de 86 años de edad, quien, en su juventud, integró la guerrilla del Ejército de

Liberación Nacional entre 1960 y 1970. El entonces Canciller generó una crisis política y de gobierno cuando la prensa dio a conocer las polémicas declaraciones que dio en una conferencia virtual organizada por el colectivo de izquierda en el Perú.

En ese foro, Béjar dijo que el terrorismo en el Perú lo inició la Marina de Guerra del Perú y que, aunque no podía demostrarlo, estaba convencido de que Sendero Luminoso ha sido en gran parte obra de la CIA y de los servicios de inteligencia. Estas afirmaciones provocaron una batahola de críticas y rechazo en el ámbito político y social, debido a que el Perú sufrió crueles ataques terroristas.

El mandatario Castillo es también jefe supremo de las Fuerzas Armadas y, pese a ello, mantuvo total silencio durante la crisis política que generó las declaraciones del entonces canciller Héctor Béjar Rivera. No se pronunció en defensa de los militares caídos en la lucha contra el terrorismo ni mucho menos buscó los debidos canales de comunicación para informarle a la opinión pública cuál iba a ser su postura en torno al futuro del ahora ex ministro de Relaciones Exteriores. Dejó que la crisis política y de gobierno se expandiera por 19 días. Durante ese tiempo, Castillo le dio el tiempo y el espacio para que la oposición en el Congreso de la República alistara una moción de censura -herramienta de control político que ejerce el Legislativo- en contra Héctor Béjar Rivera, pero antes de que eso sucediera, el ministro de Relaciones Exteriores renunció al cargo el 17 de agosto del 2021.

5.3. Tercera crisis: Iber Maraví

El 28 de julio del 2021, el profesor Iber Maraví Olarte juramentó como ministro de Trabajo y Promoción del Empleo. Su designación provocó críticas en el sector político del Perú cuando la prensa peruana dio a conocer sus presuntos vínculos con el Comité Nacional de Reorientación y Reconstitución (Conare), la facción radical del magisterio, y con el Movimiento por la Amnistía y los Derechos Fundamentales (Movadef), brazo político de fachada del grupo terrorista Sendero Luminoso. Aunque Maraví negó tales hechos, las bancadas parlamentarias de oposición presentaron una moción para interpellarlo. El gobierno de Pedro Castillo Terrones enfrentaba así una nueva crisis política que se fue agravando con los días, pues Iber Maraví Olarte se rehusaba a renunciar argumentando que tenía el respaldo del mandatario.

Sobre el caso Maraví, el Presidente no dio ningún pronunciamiento público. Se mantuvo al margen de la crítica y del control político llevado a cabo por el Congreso de la República. En plena crisis, Iber Maraví publicó en su cuenta de Twitter una fotografía estrechando la mano de Castillo en una visita que éste hizo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. La imagen fue interpretada como un espaldarazo del jefe del Estado a su entonces Ministro. Tuesta (2021) escribió que no hay registro en el Perú del inicio de un gobierno con tantos problemas ocasionado principalmente por el propio Presidente de la República sobre todo en el nombramiento del gabinete y otros puestos públicos que, a su parecer, eran equivocadas, erráticas y demostraban una falta de criterios mínimos.

Figura 6. Apoyo de Castillo a ministro Iber Maraví.



Fuente: Twitter Iber Maraví

Canel (2006, p. 244) refiere que las visibilidades mediáticas de la crisis política retan de manera particular las capacidades del líder y de la intuición, porque ambos se dan conocer con más claridad cuando tienen que reaccionar ante algo que no tenían previsto. Por ello, el modo cómo se responde a un suceso habla ciertamente de la capacidad de gestión de la intuición y de la personalidad de su líder. En ese contexto, y antes de perder un ministro por decisión del Congreso, Castillo decidió hacer cambios en su gabinete e Iber Maraví fue separado del cargo, aunque el daño a su imagen de líder de gobierno estaba hecho.

5.4. Cuarta crisis: Luis Barrantzuela

El abogado Luis Roberto Barrantzuela Vite fue nombrado ministro del Interior el 6 de octubre del 2021. Su designación generó corrientes de críticas, pues Barrantzuela Vite es socio fundador de un estudio de abogados que defendía en los tribunales al dueño de Perú Libre, Vladimir Cerrón Rojas, al ex premier, Guido Bellido Ugarte y al congresista oficialista Guillermo Bermejo Rojas en los casos que éstos enfrentan por presuntos delitos de lavado de activos y supuestos vínculos con agrupaciones terroristas.

El 31 de octubre en el Perú se celebra el Día de los Muertos y el Día de la Canción Criolla y, entonces, se realizan festejos masivos. Para evitar los contagios por la COVID 19, el gobierno prohibió las reuniones sociales. Sin embargo, ese día, un canal de televisión registró que en la casa del Ministro del Interior se desarrollaba una fiesta con invitados y con música a todo volumen. Es decir, una autoridad que debía velar por la seguridad y el cumplimiento de las normas sanitarias de lucha contra el coronavirus en el Perú, infringía las propias normas dictadas por el gobierno al que pertenecía. Desatado el escándalo, y ante la indignación ciudadana, el Presidente peruano se mantuvo en silencio, no formuló pronunciamiento alguno y continuó con sus actividades oficiales en la región Cajamarca.

Canel (2007) precisa que en crisis el mensaje que hay que posicionar es que se le presta la atención debida, que los más altos cargos están directamente implicados y que se controla la situación a fin de reducir el riesgo y los perjuicios. Ante el silencio del Presidente quien asumió la comunicación política del gobierno fue la premier, Mirtha Vásquez Chiquilín. El 2 de noviembre del 2021, el titular del Interior, dejó el cargo y recién el jefe del Estado se comunicó a través de su cuenta de Twitter para informarle a la ciudadanía que había aceptado dicha renuncia para garantizar la gobernabilidad del país.

Figura 7. Presidente acepta renuncia de Barrantzuela



Fuente: Twitter Pedro Castillo

Tabla 2: Reacción presidencial a crisis de gobierno

CRISIS	REACCIÓN PRESIDENCIAL	DÍAS QUE LE TOMÓ ENFRENTAR EL CONFLICTO
Caso Guido Bellido: contradicciones con la línea de gobierno de Castillo.	Guardó silencio	69 días
Caso Héctor Béjar: declaraciones en contra de la Marina de Guerra del Perú	Guardó silencio	19 días
Caso Iber Maraví: presunta relación con terroristas	Guardó silencio	69 días
Caso Luis Barranzuela: Fiesta en plena pandemia	Guardó silencio	2 días

Fuente: Elaboración propia en base a archivo periodístico sobre crisis que marcaron el gobierno de Castillo

6. Redes sociales

El mandatario peruano tiene a su nombre tres redes sociales: Twitter, Facebook e Instagram. El contenido que desarrolla para lograr una comunicación política va de acuerdo al lenguaje y característica de cada plataforma. Instagram, sin embargo, es la red menos utilizada por Castillo y no presenta mayor número de publicaciones.

6.1. Facebook

La cuenta de Facebook del jefe del Estado tiene 490 mil seguidores. En la portada no hay ninguna descripción y va acompañada de una fotografía de uno de sus mensajes a la nación, así como de otras imágenes en las que se le aprecia en contacto con niños y ancianos del interior del Perú.

En ese espacio consignó un hashtag #SiempreConElPueblo que es el slogan de su gobierno. El mandatario peruano emplea esta red, principalmente, para transmitir sus actividades en vivo y está sujeta a la señal simultánea del canal del Estado TV Perú. Cada enlace es presentado con la voz (*en off*) del periodista de la televisora nacional que no necesariamente aparece frente a las cámaras. Durante las transmisiones no hay interrupciones ni interacción con el Presidente de la República.

Canel (2013) explica que el éxito de Barack Obama, el ex presidente estadounidense, quien revolucionó las redes sociales, consistió que no hacía publicidad en sus plataformas sociales, sino que él daba la impresión de ser un político que dialogaba con sus potenciales electores, es decir, desarrolló una especie de atención personalizada para que el ciudadano se sintiera escuchado. En el caso del mandatario Castillo, Facebook es usado como una especie de canal de televisión por donde él muestra sus acciones de gobierno, sus discursos y algunas declaraciones que le brinda al periodista del canal del Estado, pero sin interrogantes sobre temas de coyuntura.

El Presidente peruano no le habla a sus seguidores ni desarrolla una comunicación que apele a la acción y a la participación ciudadana. No construye comunidad ni plantea conversaciones alrededor de un tema de interés vinculado a su gobierno o a la país. En esta red social difundió los discursos que él ofreció en cada comunidad del interior del país que visitó, mostró la entrega de obras y transmitió su participación en ceremonias castrenses y eventos internacionales. Sin embargo, esas actividades de gobierno son propaladas en Facebook sin el aporte de nuevos datos y sin explicaciones sobre los objetivos que perseguían para la buena marcha del país.

En los primeros 100 días de gobierno, Castillo hizo 175 publicaciones, de las cuales 95 fueron transmisiones en vivo. Las que tuvieron más “me gusta” fueron: el saludo de cumpleaños que le hizo su esposa Lilia Paredes (34 mil me gusta), su visita a la Piura tras el terremoto

que sufrió la región (32 mil me gusta) y la ceremonia de asunción de mando (31 mil me gusta).

El informe que dio en la región Ayacucho sobre su gestión en los primeros días de gobierno tuvo el mayor número de comentarios (6,5) seguido por la publicación en la que anunció a Ricardo Belmont como asesor de su despacho (5,2). Ambos temas fueron también los más compartidos por sus seguidores en Facebook. El Presidente de la República acompañó sus publicaciones con la creación de 19 hashtag, los más usados fueron: #GobiernoDelBicentenario, #IIRegormaAgraria y #LoHacemosPorTi.

Tabla 3. Comunicación del Presidente en su cuenta de Facebook

SEGUIDORES	NUMERO DE PUBLICACIONES	TRANSMISIONES EN VIVO	HASHTAG	INTERACCIÓN
490,000	175	95	19	0

Fuente: Elaboración propia en base a la página de Facebook de Castillo

Tabla 4. Respuesta a publicaciones del Presidente en Facebook

TEMAS	MAYOR NÚMERO DE "ME GUSTA"	SECTOR DE INTERÉS	DÍA DE PUBLICACIÓN
Saludo de cumpleaños de su esposa Lilia Paredes	34 mil	Personal	19/10/2021
Visita de Castillo a Piura por terremoto	32 mil	Gobierno	30/07/2021
Asunción de mando	31 mil	Gobierno	28/07/2021
Anuncio de Ricardo Belmont como asesor de su despacho	29 mil	Gobierno	18/10/2021
Agradecimiento al Congreso por el voto de confianza a Guido Bellido	28 mil	Gobierno	27/08/2011
Reunió con el entrenador de la selección peruana de fútbol, Ricardo Garecca	27 mil	Deporte	7/10/2021
Su primer vacunación contra la COVID 19	24 mil	Salud	6/08/2021

Reunión con el economista Julio Velarde del Banco Central de Reserva BCR	20 mil	Economía	13/08/2021
--	--------	----------	------------

Fuente: Elaboración propia en base a la página de Facebook de Castillo

Tabla 5. Comentarios a publicaciones del Presidente en Facebook

TEMAS	PUBLICACIÓN CON MAYOR NÚMERO DE COMENTARIOS	SECTOR DE INTERÉS	DÍA DE PUBLICACIÓN
Informe de primeros 100 días de gobierno	6,5	Gobierno	10/11/2021
Anuncio de Ricardo Belmont como asesor de su despacho	5,5	Gobierno	18/10/2021
Saludo de cumpleaños de su esposa Lilia Paredes	4,3	Personal	19/10/2021
Juramentación de gabinete de Mirtha Vásquez	4,3	Gobierno	6/10/2021
Acompaña a Guido Bellido que iba al Congreso para lograr el voto de confianza.	3,5	Gobierno	26/08/2021
Saludo de bienvenida de Mirtha Vásquez como nueva premier	3,2	Gobierno	6/10/2021
Mensaje a la Nación del 6 de septiembre del 2021	3,1	Gobierno	6/09/2021

Fuente: Elaboración propia en base a la página de Facebook de Castillo

Tabla 6. Publicaciones del Presidente más compartidas en Facebook

TEMAS	PUBLICACIONES MÁS COMPRATIDAS	TIPO DE PUBLICACIÓN
Anuncio de Ricardo Belmont como asesor de su despacho	5,2	Fotografía
Presentación de informe de 100 primeros días de gestión	4,9	Video
Agradecimiento al Congreso por	4,5	Fotografía

voto de confianza		
Mensaje a la Nación del 6 de septiembre del 2021	3,1	Video
Acompaña a Guido Bellido que iba al Congreso para lograr el voto de confianza.	3,5	Fotografía
Lanzamiento de la Segunda Reforma Agraria en Cusco	2,7	Video
Inicio de obras de servicios básicos para tres distritos de Lima	2,5	Fotografía
Reunión con autoridades y organizaciones civiles en Purús, región Ucayali	2,5	Video
Discurso en cumbre CELAC, México	2,3	Video

Fuente: Elaboración propia en base a la página de Facebook de Castillo

6.2. Twitter

El mandatario peruano abrió su cuenta de Twitter en febrero del 2021 y, al día de hoy, tiene 398,501 seguidores. En esta red social se presenta como profesor, rondero, dirigente social y jefe del Estado hasta el 2026. Las fotos que conforman la portada de su espacio en red están relacionadas al día en que asumió el cargo, así como a sus diferentes viajes al interior del país. Su cuenta de Twitter no está ligada a Facebook ni a la web oficial de la Presidencia de la República del Perú.

Desde el 28 de julio hasta el 10 de noviembre del 2021, el jefe del Estado escribió 107 tuits en las que le habla a la ciudadanía, sobre todo a los más oprimidos y les asegura que no los defraudará. Castillo usa su cuenta para difundir sus actividades oficiales, sus decisiones inmediatas ante un desastre natural, sobre la gestión de su gobierno ante el estallido de conflictos sociales, así como sobre las jornadas de vacunación que se llevan a cabo en el Perú contra la COVID 19.

Es frecuente encontrar en las redes sociales de los políticos una comunicación que busca la visibilidad de la tarea administrativa sin tener en cuenta que los canales de la Web 2.0 no deben ser centro de información, sino su distribuidor. Las redes sociales, explica, deben

estimular la confianza, la capacidad de escucha y la supervisión por parte de los ciudadanos (Rubio, 2015, p. 69). En los primeros días de gestión, el mandatario peruano promulgó dos leyes importantes: una a favor de la agricultura; y otra en protección de los enfermos de cáncer. Y lo informó en Twitter con anuncios (*flyers*) que explicaban en resumen en qué consistían las normas, pero no desarrolló una historia humana, un testimonio del beneficiario a quien, por ejemplo, la ley le iba a cambiar la vida.

El Presidente Castillo, o el responsable de administrar sus redes (*community manager*), difunde en Twitter lo que él como autoridad quiere comunicar mas no lo que sus seguidores necesitan para interactuar con el político y así ser parte de un gobierno participativo. Rubio (2015) precisa que los ciudadanos en los canales Web 2.0 no buscan información, ni opinión ni propaganda política ni tampoco consumen datos, sino que busca historias. Los tuits del mandatario más comentados estuvieron relacionados a la agenda política y económica del Perú como su asunción de mando (20,1), la designación del economista Julio Velarde como presidente del Banco Central de Reserva (19,6), la conformación de su segundo gabinete ministerial y temas vinculados al gas de Camisea (12,5).

Pese a ser temas centrales de administración de gobierno, Castillo no interactuó con los seguidores de su cuenta. Hay que precisar, sin embargo, que en sus redes sociales existe un importante número de comentarios con ataques, burlas y críticas hacia el jefe del Estado. El tuit con más me gusta (53,1) está relacionado a las felicitaciones de Castillo a Francesco de la Cruz, quien ganó el Mundial de Globos 2021 (*Balloon World Cup*), un particular evento deportivo en el que los jugadores deben evitar que un globo caiga al piso.

A través de esta red social, Castillo también anunció el traslado del ex asesor presidencial Vladimiro Montesinos Torres de la Base Naval del Callao, donde purgaba prisión por corrupción, hacia una cárcel común, así como también la muerte del terrorista Abimael Guzmán, líder de Sendero Luminoso, quien fue condenado a cadena perpetua.

En los primeros meses de gestión, el Presidente generó polémica cuando comunicó que Ricardo Belmont, ex alcalde de Lima, iba a ser asesor de su despacho. Este personaje de la política peruana difunde en redes sociales un discurso machista, xenófobo y homofóbico e informaciones falsas sobre la pandemia y la vacuna contra la COVID 19 y, entonces, para la

opinión pública era inconcebible que una persona que no respetaba los derechos del otro formara parte del gobierno. Ante la ola de críticas, Belmont tuvo que dar un paso al costado.

Fernández (2011) refiere que Twitter es fundamental para comprender la mecánica de la agenda política, asimismo, busca prever la temática de mayor trascendencia en la agenda mediática que le permitiera interactuar con la población. En ese sentido sostiene que analizar las etiquetas (*hashtags*) dominantes y las tendencias (*trading topic*) de una sociedad en un momento dado permite hacer interesantes inferencias sobre los temas que preocupan a los ciudadanos y a los medios (Fernández, 2011, p. 93). Las etiquetas que creó y más uso el profesor Castillo fueron *##justiciasocial* *#GobiernoDelBicentenario*, *#GobiernoDelPueblo*, *#TrabajandoPorElPueblo*, *#GasNatural* y *#LoHacemosPorTi*. No usa las tendencias para vincular su Twitter a los temas de interés de la comunidad en la red.

Como parte de su interacción, el mandatario retuiteó principalmente la cuenta de la Presidencia de la República (72 veces), de ministerios (15 veces), de ministros de Estado (8 veces), de TV Perú (7 veces), de la agencia de noticias oficial Andina (4 veces) y de personajes de la política exterior que difundían alguna actividad o reunión oficial con él (7 veces).

Tabla 7. Comunicación del Presidente en su cuenta de Twitter

SEGUIDORES	TUITS	RETUITS	MENCIONES	HASHTAG	INTERACCIÓN
398,501	107	114	29	27	0

Fuente: Elaboración propia en base a la página de Twitter de Castillo

Tabla 8. Temas con más comentarios a tuits del Presidente

TEMAS	NÚMERO DE COMENTARIOS	SECTOR DE INTERÉS	DÍA DE PUBLICACIÓN
Juramentación de primer gabinete	7,807	Deporte	30/07/201
Anuncio de Ricardo Belmont como asesor del despacho presidencial	6,119	Gobierno	18/10/201
Anuncio sobre la muerte de Abimael Guzmán	5,422	Justicia	11/09/2021
Traslado de Vladimiro Montesinos a una cárcel común	4,868	Gobierno	25/08/2021

Asunción de mando	4,646	Gobierno	28/07/ 2021
Desmiente a Guido Bellido sobre gas de Camisea	4,601	Gobierno	26/9/2021

Fuente: Elaboración propia en base a la página de Twitter de Castillo

Tabla 9. Temas con más “me gusta” a tuits del Presidente por sector de interés

TEMAS	NÚMERO DE ME GUSTA	NÚMERO DE RETUIS	SECTOR DE INTERÉS
Felicitaciones a ganador del Mundial del Globo 2021	53,1	6,653	Deporte
Anuncio de la muerte de Abimael Guzmán	21,3	4,811	Justicia
Ceremonia de asunción de mando	20,1	4,239	Gobierno
Designación de Julio Velarde en el BCR	19,6	3,093	Gobierno
Traslado de Vladimiro Montesinos a una cárcel común	17,6	4,189	Gobierno
Anuncio sobre nuevo gabinete	14,8	2,205	Gobierno
Renuncia de ministro del Interior	13,8	3,472	Gobierno
Desmiente a premier Guido Bellido sobre Gas de Camisea	12,5	3,063	Gobierno
Reunión con el entrenador de la selección peruana de fútbol en Palacio de Gobierno	12,5	1,368	Deporte
Medalla en concurso femenino de matemáticas	12,4	1,435	Educación
Juramentación de nuevo ministro del Interior	12,2	1,019	Gobierno

Fuente: Elaboración propia en base a la página de Twitter de Castillo

7. Conclusiones

Como parte de su comunicación política, el mandatario peruano posicionó en sus discursos mensajes para resaltar su imagen de profesor y campesino rural que por primera vez llegaba al poder en la historia del Perú y los usó como un punto de inflexión entre el pasado y el presente para marcar el inicio del cambio que prometió en campaña electoral.

Sus alocuciones en el ámbito nacional e internacional fueron de índole conciliador y sirvieron para que la ciudadanía y los inversionistas lo percibieran como un líder político que no era un peligro para la democracia ni para la constitucionalidad como se deslizó en las elecciones de segunda vuelta. Sin embargo sus declaraciones políticas se contradecían con los mensajes que llevaba a las plazas públicas generando desencuentros con sus detractores.

El Presidente optó por desarrollar su comunicación política en el interior del Perú desde donde realizó anuncios de gobierno y respondió a sus opositores políticos que, en Lima, capital del Perú, ganaban espacio para la crítica en contra su liderazgo. De esa manera, Pedro Castillo se mostró como un mandatario que seguía en campaña electoral y no como una máxima autoridad que estuviese gestionado un país para todos los peruanos, incluso para aquellos que no votaron por él, situación que lo ha desacreditado ante la opinión pública por su doble discurso carente de planes y propuestas concretas.

Mostrarse como un gestor que no gobierna desde un escritorio de Palacio de Gobierno fue positivo para la imagen del Presidente; sin embargo Pedro Castillo usó sus actividades de gobierno para ubicar mensajes de división de clases entre ricos y pobres, entre limeños y provincianos, entre empresarios y obreros, y suele usar la frase: “yo gobierno con el pueblo” como un escudo con el cual busca eludir los cuestionamientos que hay en contra de su administración.

En los primeros 100 días de gestión, Pedro Castillo Terrones, ha logrado posicionar en el debate político dos propuestas de su campaña: la Segunda Reforma Agraria y la masificación del gas de Camisea. Aunque no ha desarrollado mensajes para explicar en qué consistirán ni cómo se llevarán a cabo, el mandatario peruano se apresuró en lanzar ambas políticas de Estado de manera simbólica, y en ceremonias masivas, para que así existiera la percepción de que él está cumpliendo con sus principales promesas electorales en corto plazo. Esta

estrategia comunicacional ha tenido como propósito disminuir la crítica de sus opositores, buscando proyectar a la ciudadanía la imagen de un estadista que cumple lo que promete, llevando a cabo sus planes de gobierno y respetando las vías constitucionales.

Respecto a las diferentes crisis políticas que se dieron en el periodo de tiempo analizado, la máxima autoridad peruana se mantuvo en silencio y no le explicó a la opinión pública el porqué de sus polémicas decisiones. El Presidente enfrentó los casos de crisis de gobierno recién cuando se vio presionado por los congresistas de oposición que alistaban mociones de censura e interpelación en contra ciertos integrantes de su gabinete. Sus acciones de respuesta a las crisis las hizo sólo a través de Twitter, pero lamentablemente esta estrategia no ha funcionado ya que ha generado más críticas a sus constantes evasivas.

Una de las posibles explicaciones a los problemas de comunicación que enfrenta el jefe del Estado es que él ha apostado por no tener consultores políticos con experiencia y, sobre todo, con autonomía en su gobierno. El Presidente se ha rodeado de personas de confianza, cuyo mérito es pertenecer al círculo partidario de Perú Libre y, ello, no lo ayuda a diseñar estrategias de comunicación con autocrítica y perspectiva de país. Pedro Castillo Terrones es un político desconfiado, se muestra aislado de la realidad política y no tiene a su lado a verdaderos expertos que lo ayuden a desarrollar herramientas de comunicación para tender puentes de diálogo y consenso en una nación fragmentada.

El jefe del Estado mantiene una relación conflictiva con la prensa y se muestra ante la opinión pública como víctima de los medios de comunicación. No admite preguntas ni cuestionamientos a su gobierno. En los primeros meses de gestión, el presidente Castillo no dio ninguna entrevista, una estrategia de comunicación política equivocada, porque, de esa manera, no logró reducir la distancia entre él y la ciudadanía que le permitiera afianzar una gestión participativa.

Usó Facebook como un canal de comunicación para difundir sus actividades oficiales a través de la transmisión de la señal del canal de Estado. La estrategia de comunicación del presidente Castillo en esa red fue la de visibilizar su labor administrativa. No interactuó con sus seguidores ni desarrolló una Web 2.0 para estimular la confianza y la escucha al ciudadano. Twitter es la red social que el mandatario peruano más usó para hacer anuncios de gobierno e informar sobre su agenda de actividades. No está ligada a Facebook ni a la

web oficial de la Presidencia de la República del Perú, matriz a donde podrían llegar a sus simpatizantes en busca de mayor información gubernamental. En este espacio tampoco desarrolló una relación fluida con sus seguidores ni propuso temas que le interesaran a sus seguidores. El jefe del Estado no siguió las tendencias de Twitter para saber más sobre lo que le preocupa al ciudadano, perdiendo una oportunidad de maximizar las ventajas de las redes sociales mencionadas.

En tiempos de crisis y desconfianza hacia los partidos políticos en el Perú, el Presidente de la República ha optado por seguir patrones de comunicación tradicional en el que los mensajes de comunicación se desarrollan de manera unidireccional y sin escuchar a población ni afianzando el liderazgo que le exige la ciudadanía.

De esta manera los 100 primeros días de gestión de Pedro Castillo Terrenos representan para él un periodo de aprendizaje gubernamental que no termina y que lo ha llevado a desperdiciar el capital electoral que tuvo al momento de ganar las elecciones, debido a la falta de una política comunicacional coherente y planificada, así como a la falta de expertos en estrategias comunicacionales que puedan brindarle la asesoría oportuna.

8. Limitaciones y prospectiva

Una de las limitaciones que se enfrentó para la elaboración del TFE es el escaso material académico que existe en torno a Pedro Castillo Terrones, quien es en sí un político nuevo en el Perú y que tomó notoriedad como líder sindical en la huelga magisterial del 2017 durante la gestión del ex presidente Pedro Pablo Kuczynski. Desde entonces desapareció del panorama político hasta el 2021 cuando participó en las elecciones presidenciales como candidato del partido Perú Libre.

A partir de la polarización social y económica que marcó la segunda vuelta electoral en el Perú, un grupo de destacados historiadores y sociólogos del Instituto de Estudios Peruanos analizó el balotaje y lo plasmó en un libro titulado *El Profe*, el único registro bibliográfico que hay sobre Pedro Castillo.

El dicho material de estudio se trata de explicar cuáles fueron los motivos que llevó a una parte de población peruana a votar por el profesor cajamarquino, un candidato que aparecía en las encuestas en el bolsón “otros” y que, de pronto, pasó a competir con la candidata de

Fuerza Popular, Keiko Fujimori Higuchi, hasta hacerse del máximo poder de gobierno del Perú.

Otra de las limitaciones fue el acceso a las fuentes primarias para poder ubicar los discursos que dio el jefe del Estado en los primeros días de su gobierno, puesto que por la COVID 19 hay limitaciones para visitar archivos de bibliotecas y de periódicos en Lima, a los que hoy se pueden acceder sólo a través del pago de una suscripción. Además, la página web de la Presidencia de la República del Perú no está actualizada ni presenta facilidad de acceso y comprensión para el usuario.

Se considera finalmente que este TFE puede servir para el inicio de más estudios sobre el estilo de comunicación política del presidente Pedro Castillo Terrones que, por no tener una estrategia diseñada debidamente con ayuda de especialistas, no puede enfrentar el ruido político ni los serios cuestionamientos a su gestión. En apenas siete meses de instalado en el poder ha sorteado un primer pedido de vacancia para ser inhabilitado como Presidente.

El mandatario peruano se muestra como un político de rasgos autoritarios que no respeta el trabajo de la prensa ni está dispuesto a dar explicaciones a la ciudadanía sobre sus decisiones de gobierno y usa el discurso de división de clases en su defensa al sostener que la oposición lo critica, porque, según sus afirmaciones, no acepta que un campesino lleve las riendas del mando del Perú.

Referencias bibliográficas

Aira, T (2015). *La comunicación política*. UOC

Asensio, R., Camacho, G., González, N., Grompone, R., Mocosó, M., Pajuelo, R., Peña, O., Sosa, P. y

Vásquez, Y. (2021). *El Profe: cómo Castillo se convirtió en presidente del Perú y qué pasará a continuación*. Instituto de Estudios Peruanos (IEP)

Canel, M. (2006). *Comunicación política, una guía para su estudio y práctica*. Tecnos

Canel, M. (2007). *Comunicación de las instituciones públicas*. Tecnos

- Crespo, I., Garrido, A., Carletta, I. y Riorda, M. (2011). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña, candidatos, medios y electores en una nueva era*. Biblos
- Banda, G. (2021, julio 29). *Si Castillo le concede el premierato (a Cerrón), se va a poner de espaldas a la opinión pública/Entrevistado por María Elena Castillo*. La República. Recuperado de: https://impreso.larepublica.pe/impreso/larepublica-lima/29-07-2021#lr_impreso18
- Barranzuela, M. (2021, octubre 31). *Ministro Barranzuela armó una fiesta pese a estar prohibido*. Latina. Recuperado de: <https://www.latina.pe/noticias/latina-noticias/ministro-luis-barranzuela-armo-una-fiesta-pese-a-estar-prohibido>
- Béjar, H. (2021, agosto 15). *¡Exclusivo! Béjar: los dislates de un canciller que fue el primero en ser retirado del gabinete. Panorama/Reportaje de Marco Vásquez*. Panorama. Panamericana Televisión. Recuperado de: <https://panamericana.pe/panorama/politica/329831-exclusivo-ideas-canciller-hector-bejar>
- Bellido, G. (2021, agosto 9). *Hay que ver el mejor camino para poder tener Constitución acorde a estos tiempos/ Entrevistado por Enrique Castillo*. Canal N. Recuperado de: <https://canaln.pe/actualidad/guido-bellido-hay-que-ver-mejor-camino-poder-tener-constitucion-acorde-estos-tiempos-n437947>
- Benites, A. y Quiliche, S. (2021, agosto 3). *¿Palabra de maestro? Doble discurso y (des) aciertos en los primeros días del gobierno de Pedro Castillo*. Instituto de Democracia y Derechos Humanos de la Pontificia Universidad Católica del Perú (IDEHPUC). Recuperado de: <https://idehpucp.pucp.edu.pe/analisis1/palabra-de-maestro-doble-discurso-y-desaciertos-en-los-primeros-dias-del-gobierno-de-pedro-castillo/>
- Calderón, A. (2021, agosto 16). *Se hacen las víctimas. El Comercio*.

Castillo, P. (2021, julio 28). *Mensaje de la Nación del presidente Pedro Castillo (28 de julio 2021)*.

Presidencia de la República del Perú.

[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2049663/Mensaje a la nacion presidente Pedro Castillo.pdf.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2049663/Mensaje_a_la_nacion_presidente_Pedro_Castillo.pdf.pdf)

Castillo, P. (2021, julio 30). *Presidente Castillo en Piura: "estaremos donde el pueblo nos necesita"*.

Presidencia de la República del Perú. Recuperado

de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/508986-presidente-castillo-en-piura-estaremos-donde-el-pueblo-nos-necesita>

Castillo, P. (2021, agosto 11). *Presidente Castillo en Piura: trabajar por el Perú significa atender a las*

familias más desposeídas. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de:

<https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/510816-presidente-castillo-en-piura-trabajar-por-el-peru-significa-atender-a-las-familias-mas-desposeidas>

Castillo, P. (2021, agosto 14). *Presidente Castillo: ha llegado el momento de las provincias y de las*

regiones. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de:

<https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/511499-presidente-castillo-ha-llegado-el-momento-de-las-provincias-y-de-las-regiones>

Castillo, P. (2021, agosto 20). *Inauguración de la central de oxígeno del Hospital Loayza*. Presidencia

de la República del Perú. Recuperado de: [https://www.youtube.com/watch?v=S--](https://www.youtube.com/watch?v=S--xpxeOUbM)

[xpxeOUbM](https://www.youtube.com/watch?v=S--xpxeOUbM)

Castillo, P. (2021, agosto 28) *Presidente Castillo en Tacna: la agenda del gobierno la pone el pueblo*.

Presidencia de la República del Perú. Recuperado

de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/513906-presidente-castillo-en-tacna-la-agenda-del-gobierno-la-pone-el-pueblo>

Castillo, P. (2021, septiembre 6). *Mensaje del presidente Pedro Castillo*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2158397/06.09.2021%20-%20MENSAJE%20A%20LA%20NACION.pdf.pdf>

Castillo, P. (2021, septiembre 12) *Presidente Castillo anuncia reinicio de trabajos en carretera Guineamayo-La Palma de Cajamarca que fue abandonada hace años*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/521729-presidente-castillo-anuncia-reinicio-de-trabajos-en-carretera-guineamayo-la-palma-de-cajamarca-que-fue-abandonada-hace-dos-anos>

Castillo, P. (2021, septiembre 13). *Presidente Castillo. Gobierno trabaja en luchar contra la pandemia para reactivar la economía y retornar a clases presenciales*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/522325-presidente-castillo-gobierno-trabaja-en-luchar-contr-la-pandemia-para-reactivar-la-economia-y-retornar-a-clases-presenciales>

Castillo, P. (2021, septiembre 20). *Intervención del presidente Pedro Castillo ante la OEA*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2192591/Intervencion_del_presidente_Pedro_Castillo_ante_la_OEA.pdf.pdf

Castillo, P. (2021, septiembre 21). *Intervención del presidente Pedro Castillo en la Asamblea General*

de la ONU. Presidencia de la República del Perú

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2194433/intervencion_del_presidente_castillo_en_onu_setiembre_2021.pdf.pdf

Castillo, P. (2021, septiembre 24). *Presidente Castillo. Este es el gobierno de las provincias y las*

regiones del Perú. Presidencia de la República del Perú. Recuperado

de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/528606-presidente-castillo-este-es-el-gobierno-de-las-provincias-y-las-regiones-del-peru>

Castillo, P. (2021, octubre 1). *Presidente Castillo: segunda reforma agraria promoverá conectividad*

y tecnología para los agricultores. Presidencia de la República del Perú. Recuperado

de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/542182-presidente-castillo-segunda-reforma-agraria-promovera-conectividad-y-tecnologia-para-los-agricultores>

Castillo, P. (2021, octubre 3). *Gobierno asegura que Segunda Reforma Agraria busca promover*

inclusión social de más de 2 millones de productores agrícolas. Presidencia de la República

del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/542182-presidente-castillo-segunda-reforma-agraria-promovera-conectividad-y-tecnologia-para-los-agricultores>

Castillo, P. (2021, octubre 6). *Mensaje del presidente Castillo.* Presidencia de la República del Perú.

Recuperado de:

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2236305/Mensaje%20a%20la%20Naci%C3%B3n%20del%20presidente%20Pedro%20Castillo.pdf>

Castillo, P. (2021, octubre 12). *Presidente Castillo: “he dado indicaciones a los ministros para que reciban a los alcaldes y puedan canalizar sus necesidades”*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/543968-presidente-castillo-he-dado-indicaciones-a-los-ministros-para-que-reciban-a-los-alcaldes-y-puedan-canalizar-sus-necesidades>

Castillo, P. (2021, octubre 14). *Presidente Castillo en San Martín: “el gobierno trabaja para reducir el precio del gas y garantizar la cobertura de agua para los peruanos”*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/544527-presidente-castillo-en-san-martin-el-gobierno-trabaja-para-reducir-el-precio-del-gas-y-garantizar-la-cobertura-de-agua-para-los-peruanos>

Castillo, P. (2021, octubre 25). *Presidente Castillo: respetamos la institucionalidad del país, la Constitución y el equilibrio de poderes*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/548627-presidente-castillo-respetamos-la-institucionalidad-del-pais-la-constitucion-y-el-equilibrio-de-poderes>

Castillo, P. (2021, noviembre 10). *Presidente Castillo: en estos primeros 100 días hemos dado pasos claros para transformar la patria*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://www.gob.pe/institucion/presidencia/noticias/553066-presidente-castillo-en-estos-primeros-100-dias-hemos-dado-pasos-claros-para-transformar-la-patria>

Castillo, P. (2021, noviembre 10). *Discurso del presidente Pedro Castillo por los 100 días de gobierno*. Presidencia de la República del Perú. Recuperado de: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2389892/Discurso-del-presidente-Pedro-Castillo%20-100-dias-de-Gobierno.pdf.pdf>

Del Río, P. (2021, septiembre 19). No habemus Presidente. *El Comercio*.

Fernández, C. (2011). *Partidos políticos 2.0: mandatos para la nueva acción política*. Diálogo político.

Fernández, C. (2014). *Comunicación en campaña, dirección de campañas electorales y marketing político*. Pearson

García, R. y Pehuén, I. (2015). *Los primeros 100 días de gobierno como dispositivo comunicacional, la planificación estratégica de la comunicación y la gestión real de la dirigencia estatal, para posicionar al gobierno frente a la opinión pública*. Universidad Nacional de la Plata.

Ipsos (2021, agosto). *Estudio de opinión El Comercio*. [Conjunto de datos]. Recuperado de:
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-08/6980821INF_V3_13Ago21.pdf

Jurando Nacional de Elecciones (JNE). Voto informado: candidatos EG 2021. Plan de gobierno de Perú Libre. Recuperado de:
<https://declara.jne.gob.pe/ASSETS/PLANGOBIERNO/FILEPLANGOBIERNO/16542.pdf>

Mancera, A. y Pano, A. (2013). Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter. *Círculo de lingüística aplicada a la comunicación* (Tomo 56), 53-80.

Maraví, I. (2021, septiembre 3). *Otro terrorista reconoció como mando de Sendero a Iber Maraví/Investigación de Ángel Páez*. La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/2021/09/02/iber-maravi-otro-terrorista-reconocio-como-mando-de-sendero-luminoso-al-ministro-de-trabajo/>

Maraví, I. (2021, setiembre 29). *Iber Maraví: atestado policial del 2021 revela nueva acusación por terrorismo/Investigación de Graciela Villasís*. El Comercio. Recuperado de:

<https://elcomercio.pe/politica/actualidad/iber-maravi-atestado-policia-del-2004-revela-nueva-acusacion-por-terrorismo-noticia/>

Maraví, I. (2021, septiembre 29). *Dos terroristas declararon que el ministro Iber Maraví era miembro de Sendero Luminoso*/Investigación de Oscar Libón. El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/politica/gobierno/dos-senderistas-declararon-que-el-ministro-iber-maravi-era-miembro-de-sendero-luminoso-gabinete-bellido-pedro-castillo-vladimir-cerron-noticia/>

Maraví, I. (2021, septiembre 29). *Documentos vinculan a ministro Iber Maraví con atentados terroristas*/Investigación de Oscar Libón. El Comercio. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/politica/iber-maravi-atestados-policiales-lo-vincularon-con-atentados-cometidos-por-terroristas-edith-lagos-y-arturo-morote-en-ayacucho-noticia/>

Maraví, I. (2021, octubre 4). *Dos testigos de Iber Maraví eran terroristas y escaparon de la cárcel*/Investigación de Ángel Páez. La República. Recuperado de: <https://larepublica.pe/politica/2021/10/03/iber-maravi-dos-testigos-suyos-eran-terroristas-y-escaparon-de-la-carcel-sendero-luminoso/>

Mendé, B. y Smith C. (1999). *Reflexiones de la comunicación política: un espacio de confrontación*. Comunicar (13), 201-208

Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE). Presentación de resultados elecciones generales y Parlamento Andino 2021.
<https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/EG2021/EleccionesPresidenciales/RePres/T>

Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE). Presentación de resultados. Segunda elección presidencial 2021.

<https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/SEP2021/EleccionesPresidenciales/RePres/T>

Pajuelo, R. (2021). Nuevos demonios y viejos redentores. Una elección en tres vueltas. *El Profe: cómo Castillo se convirtió en presidente del Perú y qué pasará*. Instituto de Estudios Peruanos (IEP).

Perú Libre (2021, mayo 16). Plan de gobierno: Perú al bicentenario sin corrupción. Recuperado de: <http://perulibre.pe/plan-bicentenario.pdf>

Reyes, M., O' Quínn, J., Morales, J. y Rodríguez, E. (2011, enero-abril). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios públicos* (14), 85-101

Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Revista Ciencia Política* (2), 96-111

Rubio, R. (2015). Las redes sociales: el frontdesk del gobierno abierto. *La profesionalización de la comunicación política*. Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert

Segado, F., Díaz, J. y Lloves, B. (2015). Líderes latinoamericanos en Twitter. Viejas costumbres para nuevos medios en tiempos de crisis políticas. *Latina de Comunicación Social* (70), 156-173. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1040uni/10es.html>

Rueda, A. y Pano, A. (2013). Nuevas dinámicas discursivas en la comunicación política en Twitter. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* (56), 53-80

Tanaka, M. (2021, noviembre 5). Los Primeros 100 días. *El Comercio*.

Tanaka, M. (2021, noviembre 30) Decisiones estratégicas. *El Comercio*.

Tuesta, F. (2021, agosto 6). Un funcionario como tú. *El Comercio*.

Tuesta, F. (2021, setiembre 3). El sonido del silencio. *El Comercio*.

Tuesta, F. (2021, septiembre 28). Muy poco gobierno. *El Comercio*.

Tuesta, F. (2021, noviembre 9). Profe no, alumno. *El Comercio*.