
Campaña electoral y medios de comunicación. Narrativas y negacionismo

Iris Jave, IDEHPUCP

Contenidos

Introducción

1. Campañas electorales y los símbolos
2. Negacionismo y medios de comunicación
3. Claves desde la Comunicación política

Conclusiones

Introducción

- Relaciones entre medios, actores y ciudadanía son complejas: acción individual/ acción institucional.
- Las formas institucionales condicionan las decisiones y las relaciones.
- Las instituciones políticas establecen su relación con la ciudadanía a través de los Medios, ello determina/ permea su acceso/ comunicación con la ciudadanía.

1. Campañas electorales

1. Campañas electorales

- **Espacio de intercambio** de propuestas para gobernar (poder simbólico a poder real).
- **Se reaviva la agenda política,** mediante la apertura y/o cierre de temas
- **Aparecen (o se crean) problemas nuevos,** se solidifica debates políticos o facilita el retiro de tema.
- **Argumentos (lemas):** Oportunidades para comunicar la campaña.

1. Campañas electorales

Personalización

- Mensaje de gobierno es emitido por el/la líder
- La propuesta política es presentada por el/la líder

Nuevas tecnologías

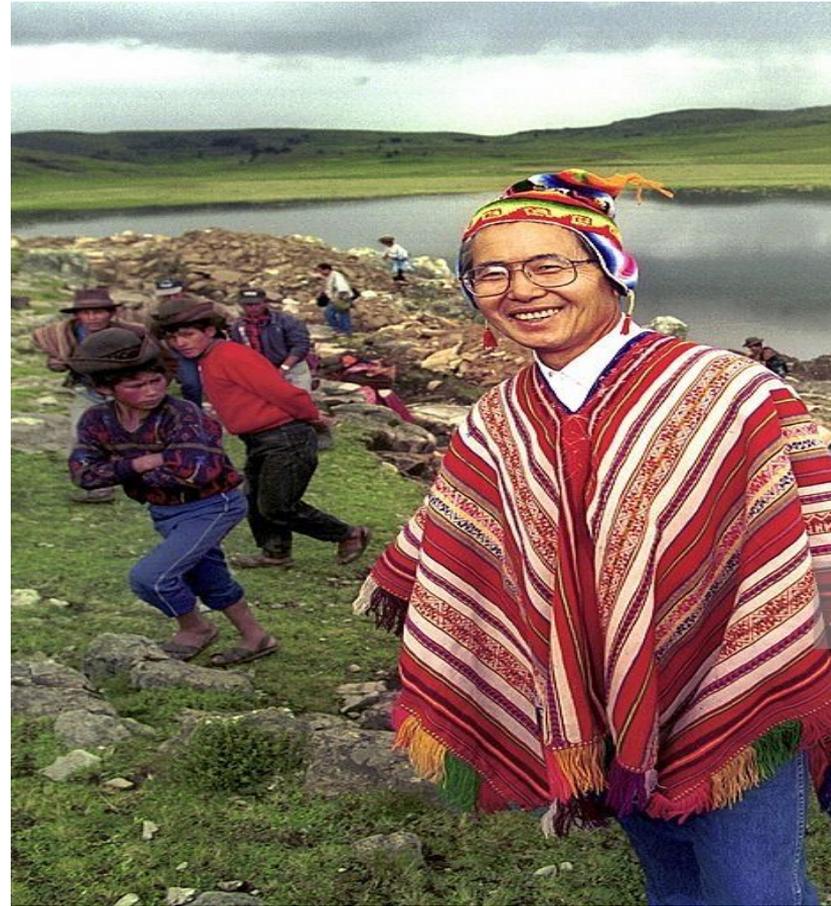
- Redes sociales, como espacio de elaboración, transmisión y retroalimentación de mensajes
- Mayor audiencia / desinformación

El mito

- Narrativa de campaña centrada en lo emocional / imagen / construcción

1.1 Construccinismo político

- Construcciones simbólicas para explicar acciones políticas.
- Crea escenarios simbólicos y/o políticos para justificar determinadas acciones.





Álvaro Vargas Llosa

@AlvaroVargasLI



Con autorización de Mario Vargas Llosa, que ha pedido el voto por [@KeikoFujimori](#) en la 2nda vuelta, hago público que la candidata se ha comunicado con él. Tras agradecerle el respaldo, le ha expresado su total acuerdo con las garantías democráticas que le pide en su artículo.

3:44 p. m. · 17 abr. 2021 · Twitter Web App

<https://www.facebook.com/watch/?v=236649598253561>

1.1 Construccinismo político

- *Construye* problemas, donde se cuenta con una solución previa.
- Busca legitimar hechos o relatos políticos (Decisión política, comunicación y acción política).



1.2 Campañas electorales - Características

- a. **Lazos de confianza:** busca algún sentido de identificación entre representante y representado.
- b. **Narrativa:** busca transmitir sentimientos que construyan esos lazos de confianza.



1.2 Características

- c. **Sensibilidad:** la construcción genera sentimientos de empatía, evita reacciones negativas.
- d. **Agenda de atributos:** frente a una agenda integral, ubicar temas que sirvan como referentes.
- e. **Ganar la interpretación:** la construcción se adelanta/ adecúa al contexto o lo “recrea”.



Verónica Mendoza

1 d · 🌐



¿"Rojita", yo? ¡Claro! Con este calor piurano... Aquí contenta y orgullosa con el sombrero que recibí en la comunidad campesina San Juan Bautista de Catacaos y los aretes de filigrana de artesanos de Catacaos. ¡Gracias! Tenemos una artesanía excepcional que merece todo el apoyo en asistencia técnica, créditos y promoción. Que tengan un buen día 😊



e. Ganar la interpretación

- Debate, interacción entre persona, argumento e imagen.
<https://www.youtube.com/watch?v=gxll9IPYFVE>
- Diálogo, polémica, candidatos en acción sobre temas de agenda.
- Doble cara, pueden tranquilizar o perturbar.
<http://www.youtube.com/watch?v=QazmVHA00os>
- Conflicto, «espectáculo de confrontación directa entre los contendientes».



1.2 Características

f. Puesta en escena

- **Capacidad simbólica**, la expresión de diversos elementos para transmitir la historia/un personaje a la audiencia.
- **Narrativa**, el mensaje se traduce en un relato que emocione y despierte conexiones con la audiencia.
- **Mensaje**, se construye sobre diversos contenidos y audiencias.

1.2 Características

















Pedro Castillo el día de las Elecciones Generales 2021 en Cajamarca.



2. Negacionismo y medios de comunicación

EL DIARIO DEL
BICENTENARIO

#NODEJESDEUSAR **TUMASCARILLA**

GUARDEMOS DISTANCIA

Perú 21



DIRECTORA PERIODÍSTICA
ANO XVIII N.º 6809

CECILIA VALENZUELA
SÁBADO 10 DE ABRIL DEL 2021

S/1.50

MARINA LA VICÉJUMA
ENTREGA COLECCIÓN DEL
BICENTENARIO

**DE LA UNDE: LA
MALA HERENCIA
MILITAR Y EL
DRAMA DEL
NIÑO**

RECLAME GRATIS
TODOS LOS DOMINGOS

Delatando la mala herencia
militar y el drama de El Niño



COMICIOS 2021

**¿Cómo
llegamos al
bicentenario?**
PÁG. 2



EN LA ENTREVISTA CENTRAL
**Una encerrona
con Marco
Sifuentes**
PÁGS. 10 Y 11

CUIDADO SENDERO LUMINOSO ESTARÁ PRESENTE EN ESTAS ELECCIONES

PÁGS. 4 Y 8

**HOY CÉSAR LUNA VICTORIA, GABRIEL ORTIZ DE ZEVALLOS, CARLOS BRUCE,
SONIA CHIRINOS, ABRAHAM LEVY Y CECILIA VALENZUELA**

Perú21.TV

diarioperu21

Perú21.pe

@peru21noticias

www.peru21.pe

0



**PIENSA EN
TU FUTURO
NO AL COMUNISMO**



LA RAZÓN

www.larazon.pe / Año XVIII / N° 8154 • Director: MARTÍN VALDIVIA RODRÍGUEZ

EL DIARIO DE LA VERDAD

LIMA, MARTES 27 DE ABRIL DEL 2021

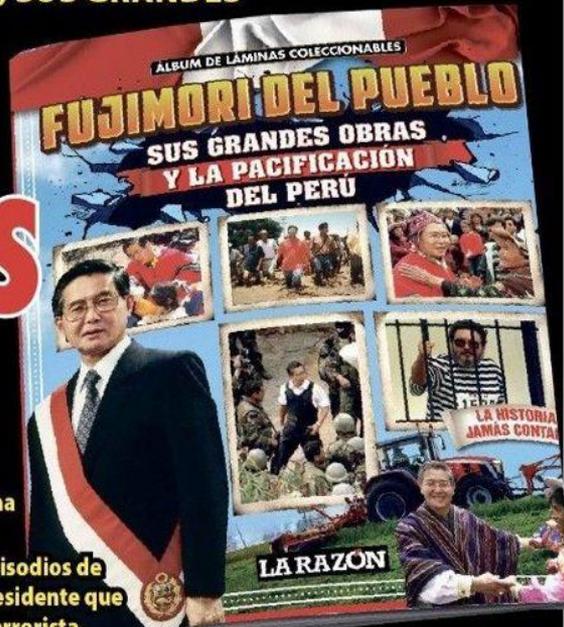
PRECIO: S/ 0.80

COLECCIONABLE "FUJIMORI DEL PUEBLO, SUS GRANDES OBRAS Y LA PACIFICACIÓN DEL PERÚ"

RECLAMA HOY, GRATIS TU ÁLBUM



- » Todos los días recibirás una lámina en fino papel couché.
- » Esta edición de lujo contendrá episodios de lo que fue la gestión del único presidente que logró liberar al Perú del flagelo terrorista.



TITULAR DE LA PCM NO SERÁ FUJIMORISTA, ASEGURA LIDERESA DE FUERZA POPULAR

KEIKO ASEGURA QUE TENDRÁ GABINETE INDEPENDIENTE



3. Negacionismo - Campañas negativas

Crean o profundizan sentimientos y actitudes negativas hacia otro partido o candidato.



<https://trome.pe/actualidad/pedro-castillo-abuchean-a-candidato-de-peru-libre-durante-paseo-proselitista-en-mesa-redonda-video-nczp-noticia/>

3. Negacionismo - Campaña negativa

- **Efecto miedo:** Busca generar temor, preocupación sobre el candidato contrario.
- **Ataque:** Crea sentimientos negativos en el candidato contrario.



3. Negacionismo - Campaña negativa

- Yuxtaposición, comparar a un candidato respecto a otro.

<https://www.youtube.com/watch?v=3G6yuQkh2o4>

- Ataques implícitos, parten de ataques hacia el adversario pero no se mencionan directamente.

<https://www.youtube.com/watch?v=ww9L4EiaLw8>

¿Qué tipo de prensa tendremos si gobierna Perú Libre? ¿La que...

LA MÁS VARIADA PROGRAMACIÓN...

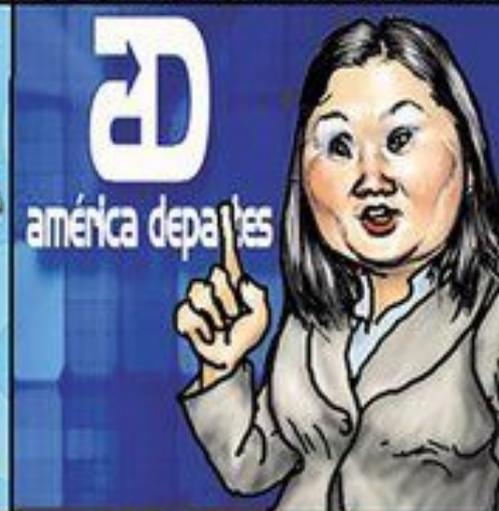
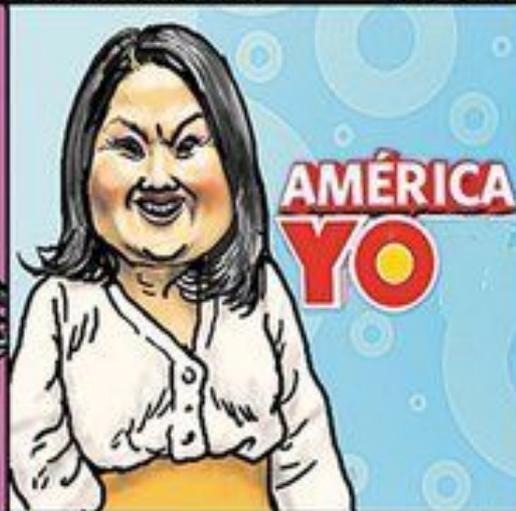
...CON NUESTRA DEMOCRACIA

Carlincaturas

21
276
899



La República



Expreso 24

EL DIARIO DEL BICENTENARIO #NODEJESDEUSAR TUMASCARILLA

GUARDEMOS DISTANCIA

Perú 21 S/1.50

DIRECTORA PERIODÍSTICA: CECILIA VALENZUELA
AÑO XVIII N° 6825
JUEVES 20 DE ABRIL DEL 2021

ENCUESTA DE DATUM
EL 49% DE LOS ELECTORES AÚN ESTÁ PENSANDO POR QUIÉN VOTAR

NADIE ESTÁ FIJO

PÁGS. 2-4

¿SERÁ QUE YA LO CONOCERÉ?
En la tierra de Cerrón, Perú Libre tiene baja votación **PÁG. 6**

PARA FRENAR EL COVID
Gobierno comprará mascarillas y las repartirá gratuitamente **PÁG. 14**

HOY MÓNICA DELTA, CÉSAR ASTUDILLO, SALCEDO, ALFREDO FERRERO, ALDO MARIÁTEGUI, CAMILA BOZZO, LUIS GIL Y PANC DE PIÉROLA

EJECUTIVO PROMULGARÁ LEY
Trabajadores podrán retirar el total de su CTS **PÁG. 9**

www.peru21.pe @peru21noticias Peru21.pe



www.trome.pe | Whatsapp 929-665-767 | facebook.com/tromepe | @tromepe

trome

AÑO 19 Nº 7112
LUNES 12 DE ABRIL 2021

HOY GANA \$500

EN LA PÁGINA 25
HOY GRATIS CARTILLA

LA MAMÁ MÁS

\$200,000 EN PREMIOS

- 1 premio de \$1,000,000
- 2 premios de \$500,000
- 3 premios de \$1,000
- 4 premios de \$1,000
- 1410 gift cards de \$1,000

PROFESOR PEDRO CASTILLO VINO DE ATRÁS Y ESTÁ CASI FIJO EN SEGUNDA VUELTA



PERÚ LIBRE TENDRÍA 28 CURULES, ACCIÓN POPULAR 23 Y FUERZA POPULAR 16

EL DIARIO DEL BICENTENARIO

#NODEJESDEUSAR TUMASCARILLA

Perú 21

HOY VALERIE VÁSQUEZ DE VELASCO, MARTÍN NARANJO, ALDO MARIÁTEGUI, CAMILA BOZZO, PATRICIA TEULLEY Y GONZALO ELÍAS

UN HOMBRE EN LA LUNA

JAIME BAYLY

PÁGS. 12-13

DIRECTORA PERIODÍSTICA: CICILIA VALENZUELA
AÑO XVIII Nº 6811 LUNES 12 DE ABRIL DEL 2021

S/1.50



GESTIÓN

SE VIENE BATALLA DE PERSONEROS POR LOS VOTOS

Conteo rápido: Castillo lidera y todavía hay disputa por el segundo lugar

Resultado electoral: conteo rápido al 90%



- Pedro Castillo ganó en 17 regiones, Keiko en tres, López Aliaga en dos y De Soto y Lescano en una.
- JNE dice que resultados finales de la Presidencia y del Parlamento recién se conocerán en mayo.
- Primeros resultados revelan que futuro Congreso será fraccionado, con al menos once agrupaciones políticas.
- Se prevé que el dólar iniciará semana al alza y que haya mayor volatilidad en la bolsa limeña.

Pedro Castillo tomó con calma los resultados y esperará las cifras oficiales. El resto de postulantes siguió esa línea, pero Keiko Fujimori demandó consensos para enfrentar al populismo y a la izquierda radical. López Aliaga señaló que maneja sus propios resultados y otra vez habló de fraude. **Páginas 2, 4, 6, 8, 10, 13**

¿Quién es Pedro Castillo, la gran sorpresa de las elecciones de Perú?

197 visualizaciones · 12 abr 2021

👍 12 💬 2 ➔ COMPARTIR ⚙️ GUARDAR ...



CNN en Español ✓
2,25 M de suscriptores

SUSCRIBIRME

☰ Menú

ELBOCÓN

TRENDS



Elecciones 2021, EN VIVO: Pedro Castillo la gran sorpresa según Boca de Urna

Lo más llamativo del día de Pedro Castillo fue que llegó a votar montado en una yegua.



infobae

AMÉRICA ARGENTINA MÉXICO COLOMBIA TENDENCIAS DEPORTES

Lunes 12 de Abril de 2021

Últimas noticias Coronavirus Joe Biden ESPN Cultura Newsletters

AMÉRICA LATINA

Quién es Pedro Castillo, el candidato de izquierda y maestro de escuela que fue la sorpresa en las elecciones en Perú

Según los sondeos a boca de urna y el conteo rápido de actas, el docente rural y sindicalista de 51 años tiene un lugar asegurado en la segunda vuelta

11 de Abril de 2021

MUNDO

Destacan sorpresivo liderazgo de Pedro Castillo



Mundo LR

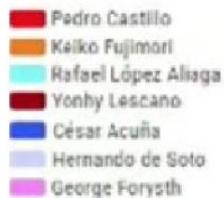
🐦 larepublica_pe
ediciondigital@glr.pe

12 Abr 2021 | 4:05 h

Actualizado el 12 de Abril 2021 | 4:05 h

3. Claves desde la Comunicación política

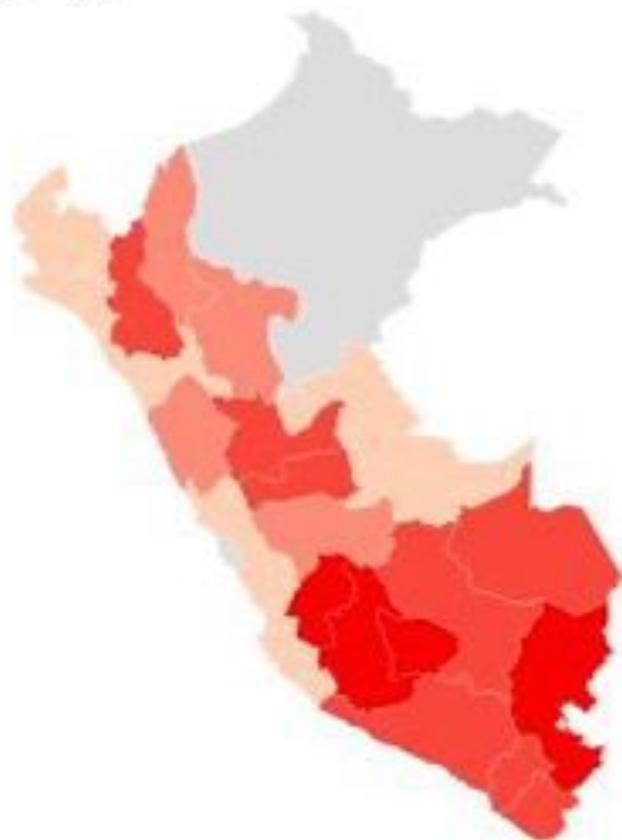
Candidato más votado por regiones



Fuente: América TV / Ipsos Perú

1. **Cajamarca**
2. **Amazonas**
3. **San Martín**
4. **Ancash**
5. **Lima provincias**
6. **Huancavelica**
7. **Ayacucho**
8. **Arequipa**
9. **Apurímac**
10. **Moquegua**
11. **Tacna**
12. **Puno**
13. **Cusco**
14. **Madre de Dios**
15. **Junín**
16. **Pasco**
17. **Huánuco**

Votación regional de Pedro Castillo - Conteo Rápido Ipsos América



Votación regional de Keiko Fujimori - Conteo Rápido Ipsos América



BOCA DE URNA



LIMA

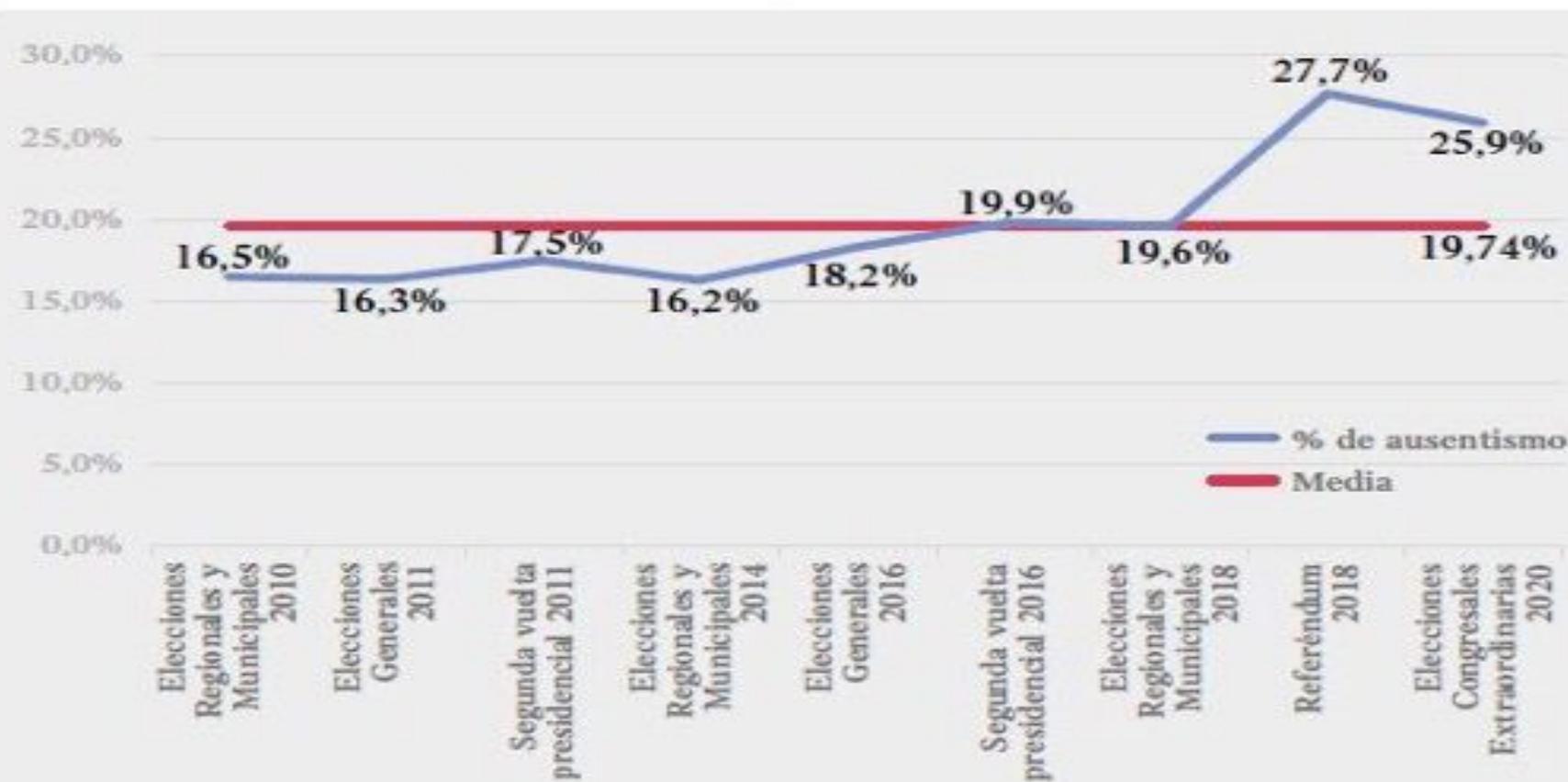




APURÍMAC



GRÁFICO 48. Ausentismo en procesos electorales, 2010-2020.



Fuente: ONPE. Elaboración propia.

Conteo rápido a nivel regional - Ipsos Perú/América TV

Región	Castillo	Fujimori	de Soto	López Allaga	Lescano	Mendoza	Acuña	Urresti	Humala	Forsyth	Otros	%conteo
Amazonas	25.7%	13.9%			10.3%		8.4%		10.2%		31.5%	93.3%
Ancash	19.6%	14.0%		10.0%	9.0%		9.4%				38.0%	76.5%
Apurímac	49.3%	8.1%		6.0%	10.8%	8.3%					17.5%	86.7%
Arequipa	31.3%		16.7%	8.7%	12.4%	7.6%					23.3%	100.0%
Ayacucho	51.8%	6.9%		5.0%	8.8%	9.4%					18.1%	88.2%
Cajamarca	39.1%	12.7%		7.0%	7.9%		9.6%				23.7%	100.0%
Callao		16.3%	14.8%	15.1%				9.8%		8.2%	35.8%	98.0%
Cusco	37.4%		7.0%	5.7%	10.2%	19.7%					20.0%	92.5%
Huancavelica	54.9%	4.4%			9.8%	7.0%			4.0%		19.9%	95.7%
Huánuco	32.5%	12.9%		12.9%	8.3%		6.3%				27.1%	98.0%
Ica	12.0%	16.9%		12.6%	11.1%			9.6%			37.8%	71.1%
Junín	20.5%	14.7%	10.2%	10.3%	11.2%						33.1%	90.7%
La Libertad	12.0%	17.7%	10.2%	12.5%			18.2%				29.4%	92.3%
Lambayeque	10.0%	21.2%	8.3%	17.1%	11.4%						32.0%	92.0%
Lima		15.0%	15.7%	16.7%		8.0%		8.1%			36.5%	94.9%
Lima Province	16.2%	22.1%	7.6%	12.6%				8.4%			33.1%	91.1%
Loreto		18.3%			13.4%		10.5%	9.4%		13.8%	0.3%	86.0%
Madre de Dios	37.2%	10.7%		6.5%	11.1%	6.5%					28.0%	92.5%
Moquegua	33.4%		7.1%	7.0%	18.2%	8.2%					26.1%	87.0%
Pasco	34.7%	12.8%		7.6%	12.1%	6.9%					25.9%	100.0%
Piura	8.8%	27.1%	9.6%	10.5%			10.3%				33.7%	81.7%
Puno	44.2%	4.0%	3.9%		30.2%	5.7%					12.0%	79.2%
San Martín	22.9%	15.5%		10.3%	11.3%		9.0%				31.0%	69.6%
Tacna	36.3%		7.0%	7.9%	16.6%	7.5%					24.7%	90.9%
Tumbes	6.3%	39.9%		9.0%	8.0%		9.7%				27.1%	93.5%
Ucayali	14.8%	22.4%				8.7%	9.4%	10.8%			33.9%	82.0%



Pedro Castillo, docente y rondero. Natural de Chota, Cajamarca.



Pedro Castillo como dirigente de SUTEP:

https://www.youtube.com/watch?v=WFTAqdLvqTg&ab_channel=FUERZAINFORMATIVA



Sección conoce a tu candidato de la Agencia de Noticias Andina:
https://www.youtube.com/watch?v=jRVjq7IXKAM&ab_channel=AgenciadeNoticiasAndina

Cajamarca: Pedro Castillo lanzó su precandidatura a la Presidencia de la República por Perú Libre



Yoyse Machuca

@larepublica_pe
yoyse.machuca@glr.pe

28 Oct 2020 | 22:14 h

Actualizado el 28 de Octubre 2020 | 22:14 h



Lanzamiento de candidatura de Pedro Castillo - Chota, Cajamarca, 2020



Mitin de Pedro Castillo en Huamanga, Ayacucho - marzo 2021

Conclusiones

1. Las campañas buscan que el electorado se identifique con el candidato, mediante una serie de estrategias.
2. El electorado busca un cambio, eso se expresa en todas las elecciones.
3. Castillo, fue un “factor sorpresa” para los medios de Lima; es un dirigente con trayectoria política (gremial).
4. Las regiones encontraron una identificación con el candidato Castillo, debido a su procedencia y su trayectoria.
5. Las campañas negativas marcaron el rol de los actores políticos y de los medios de comunicación.
6. Las narrativas negacionistas ocuparon la cobertura de los medios.