



OLA NEOPOPULISTA

#20 | JUNIO 2026
América Latina

Chile
Los primeros cien días
de José Antonio Kast

Encíclica
Magnífica Humanitas
el Vaticano y la IA

Bolivia
La crisis que desgastó
al presidente Rodrigo Paz



Relato

Año 5 | Número 20
América Latina, junio de 2026

Dirección
Marcel Lhermitte

Edición
Elda Arroyo

Relato Podcast y Relato TV
Fabián Cardozo

Consejo Editorial
Elda Arroyo (México)
Fabián Cardozo (Uruguay)
Daniela Castillo (Colombia)
Francisco Córdova (Chile)
Andrea Cristancho (Colombia)
Lucio Guberman (Argentina)
Federico Irazabal (Uruguay)
Saudia Levoyer (Ecuador)
Marcel Lhermitte (Uruguay)
Luis Guillermo Velásquez (Guatemala)
Anabel Waigandt (Argentina)

Diseño
Gonzalo López

Diseño web
Mario Iván González Rojo

Contacto
revista@relatocompol.com

X
@relatocompol

Instagram
@relato_compol

Facebook
@relatocompol

TikTok
@relatocompol

YouTube
Relato

Linkedin
Relato ComPol

Dirección web
www.relatocompol.com

Colaboran en esta edición
Alexander Aldana (Guatemala)
Giacomo Caputto Carrara (Uruguay)
Jesús Castillo Molleda (Venezuela)
Diego Mota Orlob (Uruguay)
Imelda J. Muñoz Carvajal (México)
Daniela Tatiana Navarro Jaramillo (Colombia)
Nicolás Jofré Vergara (Chile)
Galvarino Riveros Escobar (Venezuela)
Giulianna Rodríguez Cuadros (Perú)
Franca Roibal Fernández (Argentina-Uruguay)
Felipe Sarmiento (Colombia)
Ivanna Torrico (Bolivia)
Milton Vela-Gutierrez (Perú)

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Contenidos

Editorial
Página 5

La política del empaque: cómo el fetichismo simbólico devoró el debate programático
| Daniela Tatiana Navarro Jaramillo
Página 7

Colombia 2026: entre la polarización y la gobernabilidad
| Carlos Felipe Sarmiento Rojas
Página 13

Perú 2026: Fragmentación política, polarización electoral y crisis de gobernabilidad
| Milton Vela-Gutiérrez
Página 17

La crisis electoral peruana: del cuestionamiento de la primera vuelta al desafío de reconstruir la gobernabilidad
| Julianna Rodríguez Cuadros
Página 23

Las riesgosas estrategias electorales del neopopulismo
| Marcel Lhermitte
Página 27

Del hecho al símbolo: las 4 capas de la crisis
| Elda Magaly Arroyo Macías
Página 33

Gobernar no es solo hablar: la crisis comunicacional que desgastó al gobierno de Rodrigo Paz en seis meses
| Ivanna Torrico
Página 41

El choque del discurso con la realidad y el costo de negar una crisis política
| Imelda J. Muñoz Carvajal
Página 47

El Vaticano entra en el tablero algorítmico: Magnífica Humanitas y la geopolítica de la IA
| Diego Mota Orlob
Página 51

El espejismo del like: marketing político, microsegmentación y la cacería algorítmica del deseo
| Galvarino Riveros Escobar
Página 57

La narrativa como estrategia unificadora: cómo los marcos narrativos integran las campañas aéreas y terrestres en las elecciones latinoamericanas
| Jesús Castillo Molleda
Página 63

De la cancha a la política: entre convencidos e instrumentalizados
| Giacomo Caputto Carrara
Página 71

El sibilino y el rabioso: Dos maneras de comunicar para un mismo marco ideológico
| Francisco Córdova Echeverría
Página 77

Los primeros cien días del gobierno de José Antonio Kast: ¿El renacer de la Nueva Gestión Pública o el ascenso de la CEOcracia?
| Nicolás Jofré Vergara
Página 85

Relato de gobierno. Ni tanto que queme al santo, ni tanto que no lo alumbre
| Alexander Aldana
Página 95

Bahamas: La ratificación de la continuidad en el archipiélago
Página 101

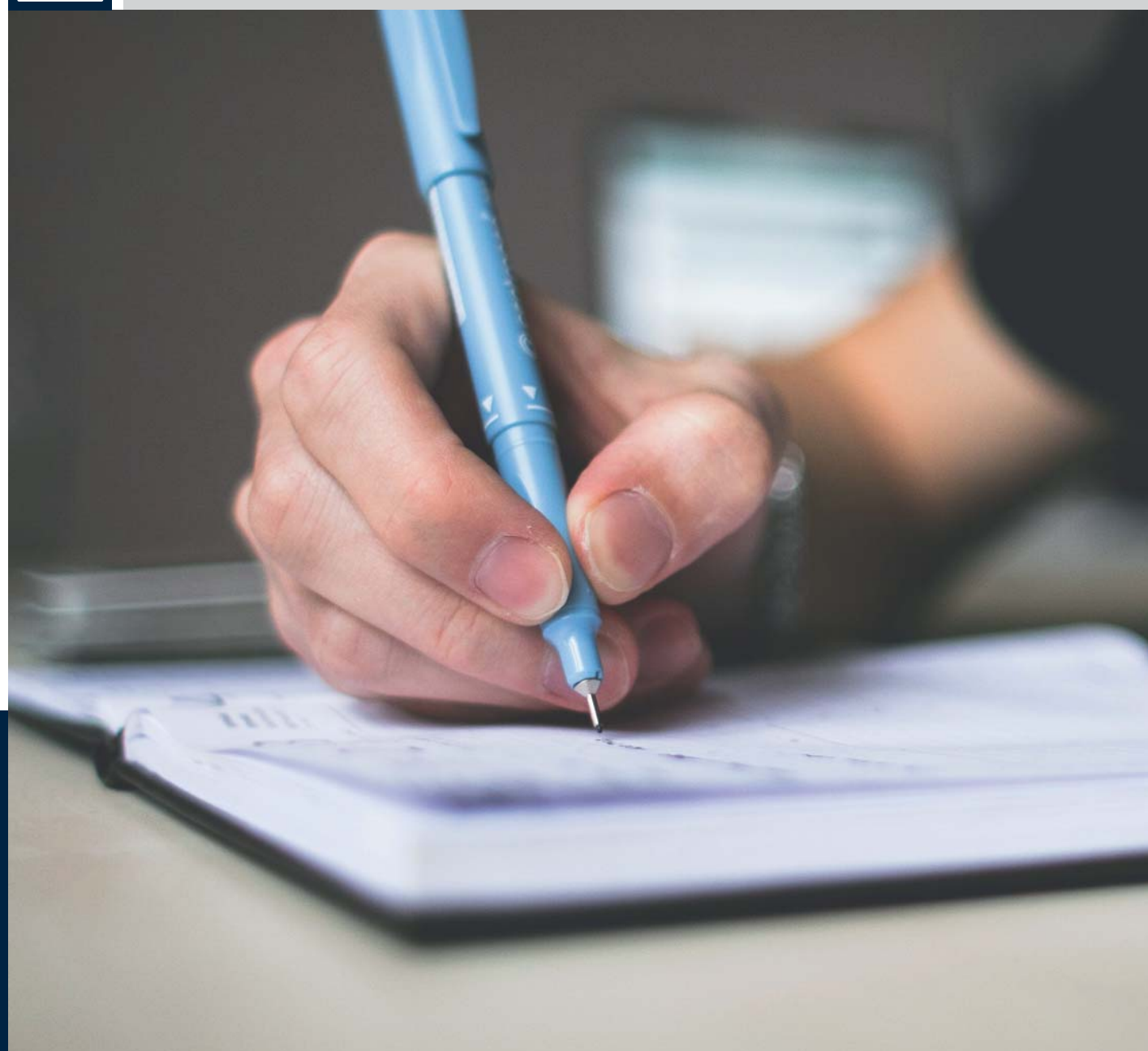
Antigua y Barbuda: La consolidación del "capitalismo de empoderamiento" ante la incertidumbre
Página 105

Barbados ratifica a Mia Mottley por tercera vez
Página 109

La ola Mamdani
| Franca Roibal Fernández
Página 113

Mapa Electoral
Página 117

Relato visual. El hombre pequeño que hizo temblar al sistema
Página 119



Ética, formación e investigación

El análisis de la política contemporánea en América Latina y el Caribe, así como la expansión del neopopulismo en algunos de nuestros países, exige herramientas conceptuales dinámicas, metodologías rigurosas y una comprensión profunda de las realidades locales. Desde **Relato**, en estos casi cinco años, hemos asumido el compromiso de ser un espacio abierto para el debate, la investigación y la formación en toda la región.

Hoy nos encontramos ante un hito fundamental en nuestra trayectoria: presentamos el número 20 de nuestra revista, en el que, entre otros temas, analizamos los actuales procesos políticos que acaban de acontecer en Perú y Colombia. Al mismo tiempo, ya estamos trabajando en la próxima edición, que les adelantamos vendrá con cambios, en coincidencia con el quinto aniversario que cumpliremos en septiembre.

A lo largo de este trayecto, hemos promovido la formación como uno de nuestros principales postulados. Uno de los objetivos fundacionales e irrenunciables de **Relato** es la enseñanza y la difusión de la comunicación política en la región, impartida por profesionales que cuentan con una doble condición: la docencia y la experiencia del trabajo de campo.

Creemos firmemente que democratizar el acceso al conocimiento es un paso indispensable para fortalecer una democracia tan golpeada y poco valorada en América Latina y el Caribe.

Es en ese marco que, durante este mes de junio, estamos impartiendo el curso *Comunicación Política 360: Estrategia, Relato y Ecosistemas Digitales* en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), en El Salvador, institución con la que mantenemos desde hace cuatro años un excelente vínculo profesional que se renueva año tras año.

También queremos destacar la celebración de un nuevo Espacio **Relato** en Uruguay, en el marco del Diploma de Comunicación Política que impartimos en la Universidad Claeh. Este espacio presencial tiene como objetivo fomentar el debate y el intercambio entre profesionales de la comunicación política.

En esta oportunidad, el pasado 25 de junio, en el local montevideano La Vaca Azul, los periodistas Andrés Reyes y Carlos Malan, junto con la diplomada en Gestión Cultural Katherine Manrique, moderados por la también periodista Patricia Pujol, intercambiaron reflexiones con los asistentes sobre el tema "*El partido detrás del partido: fútbol, dinero y geopolítica. Las reglas del juego real*".

Este encuentro, realizado en el marco del Mundial de Fútbol que se disputa en América del Norte, se transformó en un foro especializado de debate sobre las estructuras internas, las estrategias de trastienda y los intereses económicos que se articulan detrás del deporte.

A la par de la docencia y los eventos académicos, la investigación sigue siendo una de las principales premisas de nuestro equipo. En ese sentido, les anunciamos que nuestro colectivo se encuentra trabajando con entusiasmo en el desarrollo de nuevas investigaciones sobre comunicación sindical.

Somos conscientes de que los sindicatos, los gremios y los movimientos de trabajadores atraviesan actualmente profundas transformaciones comunicacionales y están obligados a adaptarse a las nuevas dinámicas laborales y a los flujos informativos de los entornos digitales. Por ello, hemos decidido dar un nuevo paso en esta materia. En la próxima edición les brindaremos más detalles sobre esta iniciativa.

La presentación de esta edición número 20 nos encuentra en un momento complejo para nuestra región y para el mundo. Por eso creemos que este esfuerzo editorial, que realizamos trimestralmente, mantiene plena vigencia y constituye un aporte valioso para comprender la coyuntura que vivimos.

Finalmente, queremos expresar nuestro agradecimiento a cada uno de los lectores, autores, investigadores, docentes, estudiantes y aliados institucionales que han confiado en **Relato** y han caminado junto a nosotros desde el primer número. La coyuntura política y comunicacional de América Latina y el Caribe nos exige estar más alertas, ser técnicamente más rigurosos y mantenernos más cohesionados que nunca.

Desde este equipo, renovamos con entusiasmo nuestro compromiso permanente con la ética, la formación y la investigación en comunicación política, convencidos de que este esfuerzo contribuirá a la formación de los nuevos profesionales que nuestro continente necesita.



La política del empaque: cómo el fetichismo simbólico devoró el debate programático

La comunicación política dejó de vender programas de gobierno para vender símbolos. En una era donde la imagen pesa más que la coherencia, las narrativas de poder enfrentan el riesgo de derrumbarse cuando chocan con la realidad de los hechos.



Por Daniela Tatiana Navarro Jaramillo

El mesianismo de la resistencia y el peso de las alianzas

En la arena política colombiana el debate de ideas ha sido canjeado por una guerra de guerrillas simbólica. Ya no asistimos a la exposición de programas de gobierno, ni a la confrontación técnica de visiones de Estado; lo que hoy presenciamos es la puesta en escena de personajes milimétricamente diseñados para impactar el sistema límbico del electorado. La comunicación política en el país ha dejado de ser una herramienta de divulgación programática para convertirse en una sofisticada arquitectura de espejismos. Detrás de los eslóganes pegajosos, las imágenes de fuerza y los gestos calculados de cercanía subyacen contradicciones estructurales que amenazan con derrumbar los relatos que los mismos líderes han construido para legitimar su ambición.

Esta mutación del ejercicio público hacia lo puramente narrativo ha terminado por engendrar una profunda orfandad de coherencia. El votante ya no consume realidades tangibles o propuestas viables, sino ficciones identitarias empaquetadas en el mercado del marketing digital. Analizar a fondo la comunicación de figuras tan disímiles como Iván Cepeda, Abelardo de la Espriella y Paloma Valencia, permite entender que el poder en Colombia hoy no se gestiona, sino que se actúa en un teatro permanente. Pero, la gran pregunta que define el devenir democrático es: ¿qué sucede cuando el guión de marketing se estrella contra la cruda e incontestable realidad de los hechos?

La narrativa de Iván Cepeda y el petrismo es, quizás, el ejemplo más acabado de la construcción de una epopeya moral contemporánea. Su andamiaje discursivo se ha cimentado sobre la lógica de la confrontación contra las élites, presentándose como el azote de una oligarquía eterna y de las maquinarias tradicionales. Se trata de un relato de pureza moral, una cruzada del bien contra la corrupción histórica, donde el adversario no es un competidor con ideas diferentes sino un obstáculo ético que debe ser removido para que la historia avance hacia la redención y la liberación social.

No obstante, es en la cúspide de su ejercicio de poder donde esta narrativa empieza a mostrar sus fisuras más críticas. El discurso choca de forma violenta con la pragmática realidad de las alianzas que hoy sostienen su gobernabilidad. Resulta paradójico que la bandera del cambio social comparta tarima, componendas y ministerios con figuras emblemáticas del transformismo político tradicional como Roy Barreras, el camaleón de los partidos tradicionales. Esta narrativa se ve salpicada por los ruidos de corrupción y la gestión de personajes vinculados a escándalos dentro de la Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres o en cuestionadas administraciones como la de Daniel Quintero.

PRESIDENTE
**IVÁN
CEPEDA**

VOTO DECENTE



Foto: Facebook Iván Cepeda Castro

La comunicación política en el país ha dejado de ser una herramienta de divulgación programática para convertirse en una sofisticada arquitectura de espejismos

¿Cómo se puede sostener el relato de "fuera las élites y las maquinarias"

cuando el andamiaje del gobierno se edifica sobre los hombros y las mañas de los mismos actores que han manejado el clientelismo por décadas? Esta incoherencia convierte la épica del cambio en una simple transacción de conveniencia presupuestal y burocrática. El discurso de Cepeda sufre de una disonancia cognitiva: no es posible clamar contra las maquinarias corruptas mientras se aceita la propia con los mismos engranajes del pasado. La narrativa de la oligarquía se desmorona cuando el concepto de sectores populares termina siendo representado por las figuras más tradicionales del establecimiento.

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

La estética de la fuerza y la tentación de la jaula

En el extremo opuesto, Abelardo de la Espriella ha edificado un ecosistema comunicativo basado en fuerza, lujo y autonomía radical bajo el símbolo del tigre. Representa ferocidad sin concesiones, independencia y capacidad de imponerse en la selva política sin responder a jefes ni ataduras burocráticas. De la Espriella se vende como el *outsider* definitivo, un hombre que no le debe nada a la política porque su éxito económico viene desde afuera del Estado. Su eslogan de "Firmes por la Patria" se traduce como una promesa de orden jerárquico y mano firme contra los que denomina bandidos.

La contradicción a este relato es de tamaño monumental. Mientras se promociona como un rebelde indomable que desprecia la tibieza y la corrupción de los partidos tradicionales, su estrategia busca la validación, el aplauso y el aval en el corazón mismo del Centro Democrático. Surge entonces un dilema fundamental: ¿puede un tigre considerarse realmente libre si busca con ansia someterse a la disciplina y la jerarquía de una estructura partidista tradicional? Al intentar encajar sus garras en las maquinarias que critica, su narrativa de autonomía total sufre un golpe mortal.

Aquí el problema es estrictamente de identidad y coherencia performativa. El tigre que ruga con fiera contra la política tradicional termina buscando el refugio

seguro de una colectividad establecida para garantizar su viabilidad en las urnas. Esta disonancia revela que el traje de rebelde y salvador *outsider* es solo una prenda utilizada para maquillar una ambición política convencional que teme el frío de caminar en solitario sin el respaldo de un aparato partidista institucionalizado. Su propuesta comunicativa es innegablemente atractiva para un sector por su cuidada estética de poder, pero carece de solidez en su fundamento: es fácticamente imposible presentarse como el destructor del sistema y, de forma simultánea, postularse como el delfín consentido de una de las maquinarias más tradicionales de la derecha colombiana.

La utopía de la conciliación desde la trinchera

Paloma Valencia ha decidido ejecutar una compleja metamorfosis discursiva hacia la narrativa de la unidad y la sensatez bajo la tesis de que "en Colombia cabemos todos". Su estrategia busca reposicionarla ante la opinión pública como una figura conciliadora, capaz de gobernar desde el respeto a la diferencia y de suavizar las aristas más filosas y dogmáticas de su militancia histórica. Es un relato que apela a la madurez política e intenta rescatar del olvido un concepto que parecía triturado por el ruido ensordecedor de la polarización: el diálogo y el consenso nacional.

Pero el electorado colombiano, poseedor de una memoria histórica reciente, percibe



de inmediato una disonancia insalvable en esta puesta en escena. Resulta difícil para el ciudadano común comprar un relato de paz, armonía y convivencia proviniendo de quien ha sido, durante más de una década, uno de los arietes más confrontativos, vehementes y polarizantes de la derecha legislativa en Colombia. Su promesa de aprender a gobernar diferente choca con el peso específico de su propia trayectoria dentro de un partido que ha sido eje del establecimiento y de la confrontación ideológica radical en las últimas dos décadas.

El éxito de una campaña en nuestro contexto no se mide por la viabilidad de sus propuestas o por la profundidad de sus debates, sino por la capacidad del líder de sostener la mirada ante su propio relato sin que este se desmorone por el peso de sus alianzas bajo la mesa

La narrativa de la conciliación que maneja Valencia se percibe como una estrategia de supervivencia para migrar hacia un

centro político esquivo, en lugar de una convicción orgánica que el votante pueda digerir sin altas dosis de sospecha. Es el relato de la institucionalidad que se viste de seda pacifista para intentar sobrevivir en las rupturas, buscando convertirse en el refugio de aquellos sectores moderados que temen tanto al populismo de la izquierda como a la irrupción autoritaria del *outsider* felino.

Mientras Cepeda continúe ofreciendo una épica de liberación popular, pero mantenga pactos con los gamonales de siempre; mientras De la Espriella prometa una limpieza con la fuerza del tigre, pero busque el cobijo de una maquinaria tradicional; y mientras Valencia intente vender convivencia armónica desde un pasado construido en la trinchera ideológica, la comunicación política seguirá siendo una cáscara vacía, un envoltorio brillante para un producto defectuoso.

Estas incoherencias desnudan una preocupante realidad: habitamos en una democracia donde la imagen ha devorado por completo a la ética programática. El éxito de una campaña en nuestro contexto no se mide por la viabilidad de sus propuestas o por la profundidad de sus debates, sino por la capacidad del líder de sostener la mirada ante su propio relato sin que este se desmorone por el peso de sus alianzas bajo la mesa. El votante colombiano actual ha sido educado para no elegir administradores eficientes de lo público; elige, en cambio, en cual de todas las ficciones disponibles prefiere vivir y

sufrir. Y mientras la ciudadanía continúe comprando slogans publicitarios y mascotas totémicas en lugar de exigir coherencia programática, seguiremos siendo espectadores de este teatro de sombras donde los tigres, las palomas y los redentores cambian de máscara según sople el viento de la conveniencia electoral, dejando los problemas de la nación en el mismo lugar de siempre.

Ante este panorama, cabe interrogarse: ¿cuál de todas estas simbologías terminará por imponerse en la realidad del país? ¿Será la fiereza del felino indómito, la apacible y tardía metamorfosis de la paloma, o la gastada epopeya de la redención social la que logre capturar el espíritu de la época? O más bien, despojados de la ficción estética, ¿terminarán imponiéndose, las propuestas viables y los programas técnicos de gobierno, o será la maquinaria política tradicional la que vuelva a reclamar su trono en el ajedrez del poder? La última palabra la tiene un ciudadano acorralado por la incertidumbre: ¿se decidirá el votante por la fe ciega en un discurso idílico, o terminará rindiéndose ante el pragmatismo del voto útil y la inercia clientelista de las maquinarias que hoy, de reojo, observan cómo el empaque se consume a sí mismo?



Daniela Tatiana Navarro Jaramillo (Colombia) es comunicadora social y periodista, especializada en análisis político, opinión pública y periodismo escrito. Como columnista independiente, ha colaborado en medios digitales como *Las2Orillas* y *Al Poniente*. Es autora de la crónica "Cuba: entre el sol y la sombra", seleccionada para el libro antológico *Fuera de foco*.

In: Daniela N. (<https://www.linkedin.com/in/daniela-n-7960431a6/>)

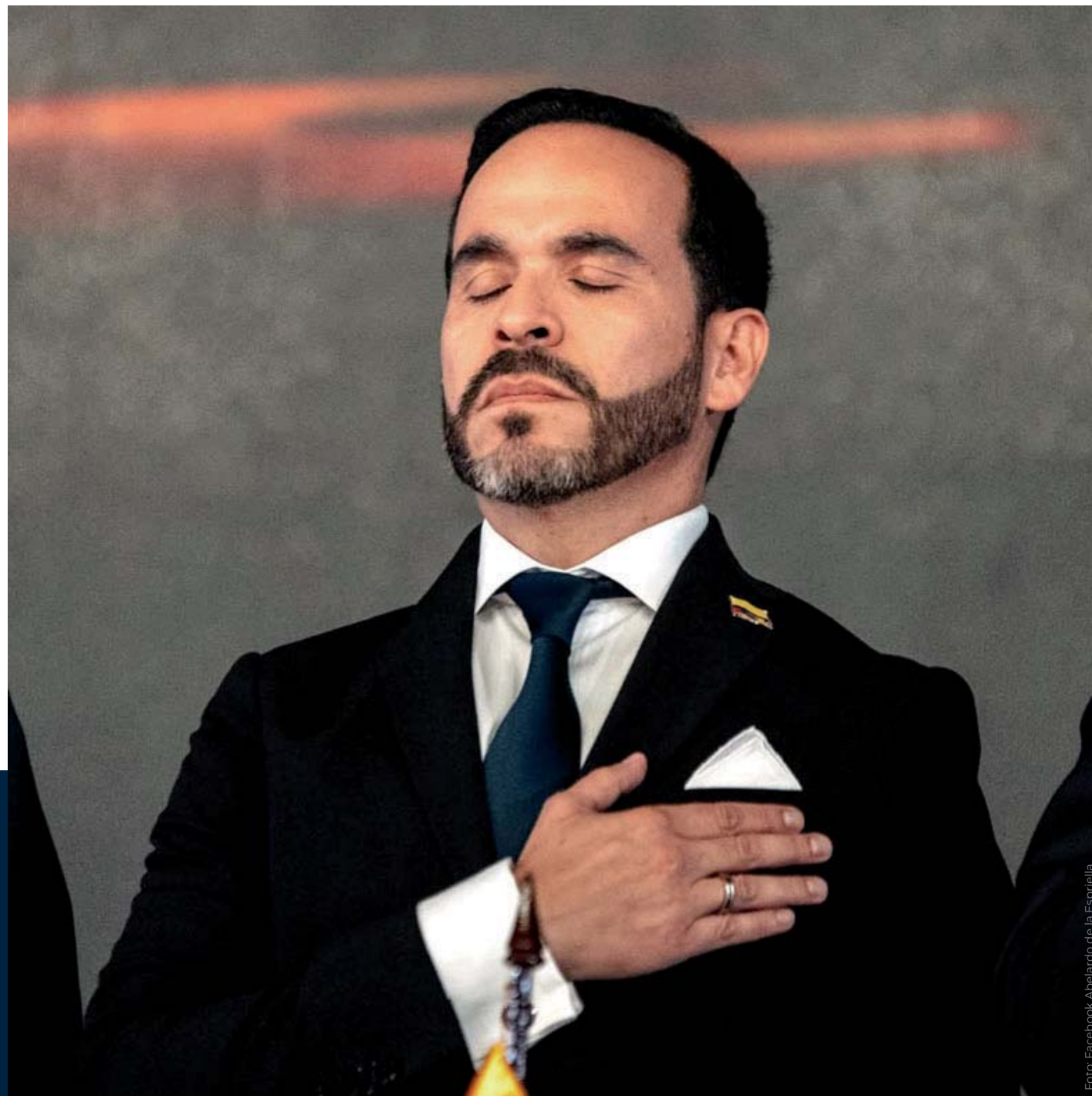


Foto: Facebook Abelarado de la Espriella

Colombia 2026: entre la polarización y la gobernabilidad

La elección presidencial de Colombia afianzó la tendencia de campañas basadas en contenido viral, registrando símbolos patrios y frases coloquiales de fácil recordación en el electorado, supliendo los debates en medios de comunicación centrados en los programas de gobierno.



Por Carlos Felipe Sarmiento Rojas

Las pasadas elecciones que definieron al presidente de Colombia para el periodo 2026-2030, dieron como ganador al candidato de ultraderecha Abelarado de la Espriella con una votación de 12.955.542, con un margen inferior al 1% frente a su adversario progresista, Iván Cepeda, quien obtuvo 12.708.712 adhesiones.

La campaña electoral se caracterizó por un lenguaje de señalamiento, la usencia de debates de los candidatos de cara a los electores y el uso de tecnología para la generación de contenido

La campaña electoral se caracterizó por un lenguaje de señalamiento, la usencia de debates de los candidatos de cara a los electores y el uso de tecnología para a la generación de contenido que vislumbró un cambio frente a los procesos proselitistas de reuniones en plaza pública.

La llegada a la Casa de Nariño de Abelarado de Espriella con nacionalidad estadounidense, constituye un aliado que

suma Estados Unidos en Latinoamérica, con la política exterior de Donald Trump, que se ha caracterizado por retomar las banderas pregonada por la Doctrina Monroe de 1823, en alineación a las necesidades geopolíticas vigentes.

En las primeras declaraciones del mandatario estadounidense después de conocidos los escrutinios, refirió que los candidatos que tienen su apoyo público han ganado, la aseveración tiene sustento derivado que este resultado, se suma al de países como Chile, Argentina, Honduras y Perú en donde se han elegido candidatos que tuvieron su respaldo.

La elección de Colombia plasma un desafío de gobernabilidad que supere los señalamientos e improperios que tuvieron lugar durante la campaña

La elección de Colombia plasma un desafío de gobernabilidad que supere los señalamientos e improperios que tuvieron lugar durante la campaña, por escenarios de diálogo y proposición



Foto: Facebook Abelardo de la Espriella

que incluyan a todos los sectores políticos, étnicos, sociales y empresariales que busquen un tejido de unión priorizando sus similitudes.

La conformación del Congreso de la República resultado de las pasadas elecciones del mes de marzo de 2026, ubicaron como primera fuerza al progresismo, con 67 curules entre Senado y Cámara, lo cual vislumbra un capital político que será decisivo en su papel de oposición.

Durante la última década la oposición política ha tenido una incidencia en la opinión pública, la realizada por el

Centro Democrática al gobierno de Juan Manuel Santos que produjo la derrota del plebiscito, la del progresismo a Iván Duque que incidió en la victoria de Gustavo Petro.

El panorama colombiano durante las pasadas cuatro elecciones ha mostrado virajes: en primer lugar, el apoyo hacia Juan Manuel Santos en su segundo mandato respaldando el proceso de paz, posteriormente la elección de Iván Duque apoyado por su antagonista Álvaro Uribe, quien desaceleró la implementación del acuerdo paz, para el cuatrienio de 2022 a 2026, la victoria de Gustavo Petro bajo

las banderas del progresismo y su compromiso con la implementación de lo acordado y la reciente elección de Abelardo de la Espriella, quien prometió dismantelar elementos claves del acuerdo de paz como la JEP (Jurisdicción Especial para la Paz) y propuestas polémicas como la construcción de megacárceles.

Estos hechos que en apariencia son contradictorios al mirarse de manera más detallada reflejan las dos posiciones políticas latentes en el país, las cuales han logrado alternarse de manera democrática el poder. Esto ha demostrado la vigencia y fortaleza de las instituciones colombianas.

El Congreso tiene como primera fuerza al progresismo, con 67 curules entre Senado y Cámara, lo cual vislumbra un capital político que será decisivo en su papel de oposición

La elección presidencial de 2026 en Colombia tuvo una participación ciudadana récord histórica del 63,59%, la más concurrida desde la

promulgación de la Constitución Política de 1991, las cuales pese al aumento de la participación aún está distante de un porcentaje cercano al 100%, como suele ocurrir en sistemas democráticos que tienen reglamentado el voto obligatorio, como es el caso de Uruguay.

El nuevo gobierno tendrá como desafío principal responder a esa votación logrando una gobernabilidad robusta que priorice el diálogo tanto de sus simpatizantes como de sus opositores, garantizando los derechos de manera igualitaria sin ninguna distinción política, que merme las prevenciones que ha generado el presidente electo al proponer considerar el retiro de Colombia, tanto de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), así como Organización Estados Americanos (OEA) y del Sistema Interamericano de Protección de Derechos Humanos, mecanismos que han sido fundamentales ante las violaciones de derechos humanos.



Carlos Felipe Sarmiento Rojas (Colombia) es PhD. Human Rights. Universidad Autónoma de Tlaxcala. Experto senior en Derechos Humanos para la Cooperación Alemana al Desarrollo Sustentable. Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México. Miembro del Grupo de Investigación de Teoría y Filosofía Política (UACM).

Ig: @Felipesarmiento | X: @FeliSarmiento



Perú 2026: Fragmentación política, polarización electoral y crisis de gobernabilidad

Las elecciones presidenciales peruanas de 2026 constituyen una expresión de la profunda crisis institucional que atraviesa el país. La fragmentación partidaria, la debilidad de las organizaciones políticas, la polarización social y territorial, así como la creciente desconfianza ciudadana hacia las instituciones democráticas, configuran un escenario particularmente complejo para la gobernabilidad.



Por Milton Vela-Gutierrez

El presente artículo analiza las características centrales del proceso electoral, la conformación de la segunda vuelta presidencial entre Keiko Fujimori y Roberto Sánchez, las dinámicas territoriales del voto y los desafíos que enfrentará el próximo gobierno en un contexto de alta incertidumbre política.

Introducción

La democracia peruana atraviesa uno de los períodos más complejos de su historia reciente. La sucesión de presidentes, la confrontación permanente entre el Poder Ejecutivo y el Congreso, el deterioro de la confianza ciudadana y la debilidad de los partidos políticos han configurado una crisis de representación que se manifiesta con especial intensidad en el proceso electoral de 2026.

Las elecciones presidenciales han puesto nuevamente en evidencia la incapacidad del sistema político para construir liderazgos con amplios niveles de legitimidad social. Los candidatos que alcanzaron la segunda vuelta lo hicieron con porcentajes históricamente reducidos, reflejando un escenario de extrema fragmentación electoral.

Más allá de la competencia entre Keiko Fujimori y Roberto Sánchez, el proceso electoral revela tensiones estructurales que involucran aspectos institucionales, territoriales, económicos y culturales que condicionan el futuro de la democracia peruana.

La crisis de los partidos políticos

Uno de los principales problemas de la democracia peruana es la progresiva desaparición de organizaciones políticas sólidas y programáticas.

Durante las últimas décadas, los partidos tradicionales fueron reemplazados por agrupaciones personalistas cuya existencia depende principalmente de la figura del candidato. Esta situación ha generado una alta volatilidad electoral y una creciente dificultad para construir proyectos políticos de largo plazo.

La presencia de treinta y cinco candidatos presidenciales en la elección de 2026 constituye una muestra evidente de esta realidad. Lejos de representar una mayor pluralidad democrática, la proliferación de candidaturas refleja la ausencia de mecanismos efectivos de articulación política y representación ciudadana.

Como consecuencia, los gobiernos llegan al poder con bases electorales reducidas y con escasa capacidad para construir consensos políticos duraderos.

Fragmentación electoral y déficit de legitimidad

La segunda vuelta presidencial entre Keiko Fujimori y Roberto Sánchez constituye un hecho inédito en la historia política reciente del país.



Las elecciones presidenciales han puesto nuevamente en evidencia la incapacidad del sistema político para construir liderazgos con amplios niveles de legitimidad social

Ambos candidatos lograron clasificar al balotaje con porcentajes reducidos de votación, situación que, si bien cumple

con los requisitos legales establecidos por la normativa electoral, genera interrogantes sobre la legitimidad política de origen.

La legalidad electoral no necesariamente garantiza legitimidad política. Los gobiernos requieren niveles significativos de respaldo ciudadano para implementar reformas y ejercer autoridad política de manera efectiva.

Cuando los candidatos llegan al poder representando a una minoría del electorado, la gobernabilidad se vuelve más compleja y los incentivos para la confrontación política aumentan considerablemente.

Los dos Perú: geografía, identidad y voto

Uno de los fenómenos más relevantes del proceso electoral ha sido la consolidación de patrones territoriales diferenciados de votación.

Por un lado, los principales centros urbanos y las regiones con mayores niveles de desarrollo económico han mostrado una tendencia favorable a opciones asociadas con la estabilidad económica y el orden institucional.

Por otro lado, amplias zonas rurales y regiones históricamente postergadas han expresado un respaldo significativo a candidaturas que prometen cambios estructurales y una mayor inclusión social.

Uno de los principales problemas de la democracia peruana es la progresiva desaparición de organizaciones políticas sólidas y programáticas

Esta división no puede interpretarse únicamente desde categorías ideológicas tradicionales. En realidad, expresa desigualdades acumuladas durante décadas, vinculadas al acceso diferenciado a

servicios públicos, infraestructura, oportunidades económicas y presencia efectiva del Estado.

El denominado “Perú profundo” continúa percibiendo que el crecimiento económico nacional no ha generado beneficios proporcionales para amplios sectores de la población.

Polarización y narrativas del miedo

La campaña presidencial estuvo marcada por una lógica de confrontación basada más en el rechazo al adversario que en la promoción de propuestas programáticas.

El antifujimorismo y el anticomunismo se consolidaron como los principales ejes discursivos de la campaña. En lugar de debatir modelos de desarrollo, estrategias de crecimiento económico o reformas institucionales, gran parte del esfuerzo comunicacional se concentró en advertir sobre los riesgos que representaría la victoria del adversario.

Este fenómeno no es exclusivo del Perú. Diversas democracias contemporáneas muestran una creciente tendencia hacia la política de identidades negativas, donde los ciudadanos votan más para evitar el triunfo de un rival que para respaldar una propuesta específica.

Sin embargo, en el caso peruano, esta dinámica adquiere características particulares debido a la debilidad institucional y a la persistente crisis de representación.



Crisis institucional y desconfianza ciudadana

La incertidumbre posterior a la segunda vuelta presidencial ha contribuido a profundizar la percepción de fragilidad institucional.

Las acusaciones de fraude, los cuestionamientos al proceso electoral y los retrasos en la proclamación de resultados han alimentado un clima de desconfianza que afecta la legitimidad del sistema democrático.

La problemática, sin embargo, trasciende el proceso electoral. Durante la última década, el Perú ha experimentado una sucesión de crisis políticas que han debilitado la confianza ciudadana en prácticamente todas las instituciones públicas.

La ciudadanía observa con preocupación una realidad caracterizada por presidentes destituidos, congresos altamente impopulares, escándalos de corrupción recurrentes y una limitada capacidad estatal para resolver los problemas cotidianos de la población.

Gobernabilidad: el gran desafío

Independientemente del resultado electoral final, el próximo gobierno enfrentará importantes desafíos de gobernabilidad.

RELATO

La fragmentación parlamentaria, la ausencia de mayorías estables, la polarización social y la debilidad de las instituciones dificultarán la implementación de políticas públicas de largo plazo.

Cuando los candidatos llegan al poder representando a una minoría del electorado, la gobernabilidad se vuelve más compleja y los incentivos para la confrontación política aumentan considerablemente

La experiencia reciente demuestra que la estabilidad política no depende exclusivamente del liderazgo presidencial, sino también de la capacidad de construir acuerdos entre los distintos actores políticos y sociales.

En este contexto, la gobernabilidad requerirá fortalecer los mecanismos de diálogo político, promover reformas institucionales y recuperar progresivamente la confianza ciudadana en la democracia.

Conclusiones

Las elecciones presidenciales de 2026 constituyen mucho más que una competencia entre dos candidatos.

Representan la manifestación visible de problemas estructurales que afectan la calidad de la democracia peruana.

La fragmentación partidaria, la polarización política, las desigualdades territoriales y la creciente desconfianza ciudadana configuran un escenario complejo para el futuro del país.

La principal tarea del próximo gobierno será reconstruir puentes entre los distintos sectores de la sociedad, fortalecer las instituciones democráticas y generar condiciones para una gobernabilidad sostenible.

El reto no consiste únicamente en ganar una elección, sino en recuperar la capacidad del sistema político para representar efectivamente a una sociedad diversa, exigente y profundamente desencantada con sus dirigentes.

Referencias bibliográficas

Tanaka, M. (2023). *La democracia peruana en tiempos de crisis*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Tuesta Soldevilla, F. (2022). *Partidos políticos y representación en el Perú contemporáneo*. Lima: PUCP.

Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Cómo mueren las democracias*. Barcelona: Ariel.

Vergara, A. (2023). *República Fragmentada*. Lima: Planeta.

Crabtree, J. (2021). *Perú: élites del poder y captura del Estado*. Lima: Debate.



Milton Vela-Gutierrez (Perú) es profesor en Marketing Estratégico, Político y Comunicación Política, en áreas de grado y postgrado en la Universidad de Lima. Consultor y analista en campañas políticas y gestión gubernamental, con especialización en prospectiva. Estudios en Maestría en Marketing Político y Comunicación Estratégica, posgrado en Marketing Comercial, diplomado Internacional en Marketing Político y campañas Electorales, especialista en Investigación de Mercados, diplomado en Comunicación en Crisis Políticas y Gerencia de Campañas Electorales.



La crisis electoral peruana: del cuestionamiento de la primera vuelta al desafío de reconstruir la gobernabilidad

Concluida la segunda vuelta presidencial del 7 de junio, el Perú enfrenta una situación que va más allá de la disputa ocurrida entre Keiko Fujimori y Roberto Sánchez.



Por Giulianna Rodríguez Cuadros

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Independientemente de quién va resultando ganadora- hasta el cierre de esta edición-, el país atraviesa una de las mayores crisis de confianza de las últimas décadas, que afecta tanto al sistema electoral como a las instituciones democráticas responsables de garantizar la estabilidad política.

La preocupación central ya no es solo quién gana las elecciones, sino si el resultado será aceptado por la ciudadanía, los actores políticos y los distintos sectores sociales. La confianza, indispensable para el funcionamiento democrático, se ha convertido en la principal víctima de este proceso.

La confianza, indispensable para el funcionamiento democrático, se ha convertido en la principal víctima de este proceso

Esta crisis se gestó mucho antes de la jornada electoral. Durante años se acumularon factores que erosionaron la credibilidad institucional: la sucesión de presidentes, la confrontación entre poderes del Estado, los escándalos de corrupción, la debilidad de los partidos y la percepción de que la democracia dejó

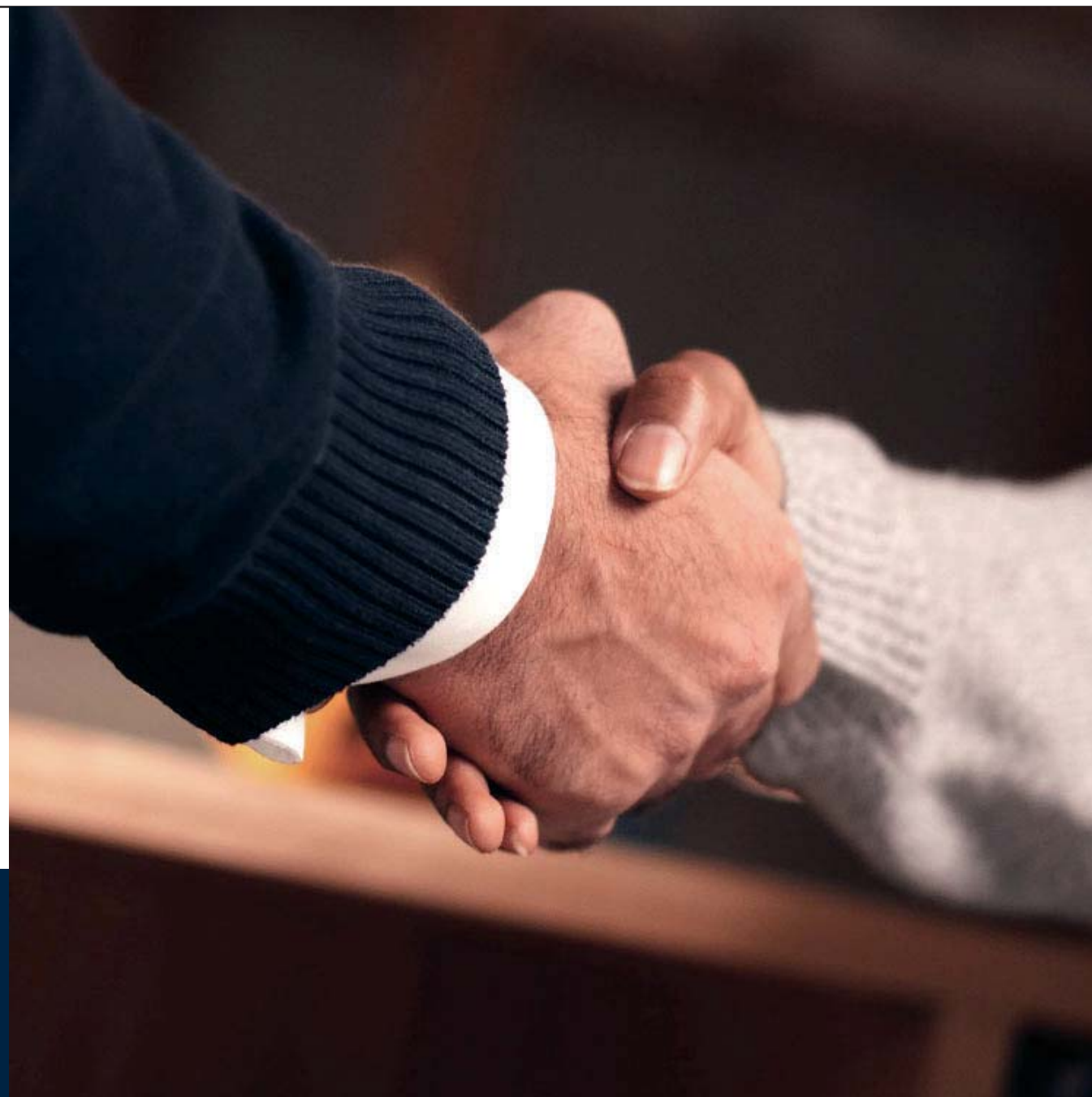
de responder a las demandas ciudadanas. Los problemas surgidos durante la primera vuelta aceleraron ese deterioro.

Las dificultades logísticas, las demoras en la difusión de resultados, las denuncias de irregularidades y las deficiencias comunicacionales de los organismos electorales generaron incertidumbre y fueron aprovechadas por distintos sectores políticos. El hecho más significativo fue la renuncia del jefe de la ONPE en pleno proceso electoral, un episodio sin precedentes que evidenció la fragilidad institucional y profundizó las dudas sobre la capacidad del Estado para conducir una elección sin cuestionamientos.

A ello se sumó la difusión anticipada de discursos de fraude. Diversos actores políticos instalaron la idea de que una eventual derrota solo podía explicarse por irregularidades o manipulación electoral. Estas narrativas, amplificadas por redes sociales, debilitaron aún más la confianza ciudadana y prepararon el terreno para una crisis postelectoral.

Los escenarios posteriores a la segunda vuelta muestran que el riesgo no desaparecerá con la proclamación de la ganadora; podría incluso agravarse.

Dado que Fujimori obtendría la victoria, el principal riesgo sería la conflictividad social. Sectores de izquierda, organizaciones vinculadas al expresidente Pedro Castillo, movimientos sociales y otros



grupos cuestionan la legitimidad del resultado y promueven movilizaciones similares a las registradas entre diciembre de 2022 y marzo de 2023. La estrecha diferencia prevista por las encuestas, junto con las narrativas de fraude, vienen gestando protestas e intensa presión política sobre el nuevo gobierno. Aunque ambos escenarios (Fujimori o Sánchez) presentaban amenazas diferentes, compartirían un mismo problema: la fragilidad institucional. El desafío de fondo no era quién llegaría al poder, sino la incapacidad del sistema político para generar consensos mínimos que permitan gestionar democráticamente las diferencias.

El desafío de fondo no es quién llegue al poder, sino la incapacidad del sistema político para generar consensos mínimos que permitan gestionar democráticamente las diferencias

La experiencia reciente muestra que la deslegitimación de los procesos electorales suele traducirse en mayor inestabilidad política y dificultades para gobernar. Cuando amplios sectores dejan de confiar en las reglas democráticas, aumentan las posibilidades de radicalización, proliferan los discursos antisistema y ganan espacio las soluciones autoritarias.

La campaña de segunda vuelta tampoco ayudó a revertir esta situación. Mientras Fuerza Popular, de Keiko Fujimori, concentró gran parte de su estrategia en advertir sobre los riesgos de un gobierno de izquierda sin ofrecer una propuesta renovada, Juntos por el Perú, de Roberto Sánchez, intentó proyectar moderación mediante acuerdos de gobernabilidad y un nuevo plan de gobierno. Sin embargo, el debate público siguió dominado por acusaciones cruzadas, cuestionamientos al proceso electoral e incertidumbre sobre el resultado.

La verdadera prueba para la democracia peruana comenzará después de conocer formalmente a la ganadora. Superar la crisis postelectoral exigirá más que una proclamación oficial de resultados. Será necesario que Fujimori envíe señales claras de moderación, diálogo e inclusión. La conformación de un gabinete plural, la búsqueda de acuerdos políticos y el compromiso

con el Estado de derecho serán claves para reducir la polarización.

Asimismo, los organismos electorales deberán reforzar la transparencia y mejorar su comunicación para recuperar credibilidad. Combatir la desinformación, explicar con claridad cada etapa del proceso y fortalecer los mecanismos de fiscalización ciudadana serán tareas fundamentales.

La responsabilidad tampoco recaerá únicamente en el próximo gobierno. Los partidos políticos, el sector privado, los medios de comunicación, las organizaciones sociales y la academia deberán contribuir a construir consensos básicos sobre democracia, estabilidad y desarrollo.

El Perú necesita recuperar la capacidad de resolver sus conflictos dentro de las instituciones y no mediante la confrontación permanente, pues el verdadero desafío será demostrar que el país aún puede resolver sus diferencias dentro de las reglas democráticas.



Giuliana Rodríguez Cuadros (Perú) es comunicadora social y maestra en gestión pública. Cuenta con más de quince años de experiencia en diferentes entidades gubernamentales de Perú. Es consultora en organismos internacionales. Experta en asuntos públicos, resolución de crisis y conflictos. Ejerce docencia en la maestría en Gobierno y Políticas Públicas de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y en la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres (USMP), entre otras.

Tw: @GiulianaRC | Ig: @giuliana_rodriguez_cuadros
In: @Giuliana Rodríguez Cuadros



Foto: Facebook De La Esprilla

Las riesgosas estrategias electorales del neopopulismo

En un contexto de fragmentación social, se redefine la competencia electoral a través de liderazgos más personalizados, mediáticos y tecnopolíticos, distintos al populismo clásico del siglo XX.



Por Marcel Lhermitte

El triunfo de Abelardo De la Espriella en las elecciones presidenciales de Colombia es el último caso de un candidato que se convierte en jefe de Estado utilizando las estrategias neopopulistas en América Latina y el Caribe. La espectacularización de la política, la polarización y la figura del *outsider* campeon por la región, con el impulso de Donald Trump.

La democracia contemporánea en América Latina y el Caribe atraviesa una profunda crisis de intermediación y apoyo popular, según los estudios del Latinobarómetro. El desgaste y la falta de credibilidad que padecen los partidos políticos, sumado a la incapacidad de las instituciones –entre ellas los congresos– para canalizar las demandas de la ciudadanía, ha generado un escenario de desafección que es propicia para la aparición de *outsiders*. Esto abre la puerta a un preocupante auge de "democracias delegativas" o modelos iliberales, donde estos líderes, una vez en el poder, interpretan su triunfo como un cheque en blanco para pasarle por encima a los contrapesos del Estado y gobernar sin límites institucionales.

En este contexto de fragmentación social, el espacio público está comenzando a ser colonizado por nuevos liderazgos neopopulistas que reconfiguran las dinámicas tradicionales de la competencia electoral. A diferencia del populismo clásico del siglo XX, anclado en estructuras corporativistas, movilizaciones de masas y discursos ideológicos densos, el

neopopulismo del siglo XXI emerge como un fenómeno predominantemente tecnopolítico, estético y personalizado.

La clave del éxito de estos nuevos personajes radica en su capacidad para traducir la indignación ciudadana en potentes narrativas antisistema

La clave del éxito de estos nuevos personajes no radica únicamente en la explotación retórica del malestar social, sino en su capacidad para traducir la indignación ciudadana en potentes narrativas antisistema, desinformación y polarización. Esta desinformación programática se ejecuta de forma tan masiva que ya no busca convencer con argumentos racionales, sino saturar el ecosistema informativo a través de la posverdad para desacreditar de forma preventiva a la prensa, la academia y a las agencias de *fact-checking*, acusándolas de ser herramientas al servicio de las élites.

El núcleo de su estrategia consiste en la construcción de un relato de autenticidad hiperpersonalizado, donde el candidato se posiciona como un *outsider* radical frente a una élite o "casta" percibida como corrupta e ineficiente. Así, las redes sociales y los ecosistemas digitales dejan de ser



exclusivos canales de difusión, sino los laboratorios donde se presentan identidades políticas basadas en el entretenimiento y la confrontación, utilizando una cuidada y estratégica microsegmentación de audiencias para hacer llegar el mensaje.

El neopopulismo contemporáneo deja en segundo plano las propuestas concretas y los programas de gobierno y pone el énfasis en la personalización, la confrontación y el entretenimiento dirigido al votante.

Bienvenidos al show

Un candidato que canta, otro que baila, uno que es divertido. Tal como si fueran los nuevos *influencers* de la política contemporánea, estos personajes proponen

empatizar con segmentos ciudadanos sin la intermediación de un partido político, es más, en muchos casos renegando contra ellos. Se trata de una completa apuesta por la hiperpersonalización y el rechazo de las viejas maquinarias clientelares políticas, de las que, a pesar de su declarado rechazo, no dudan en utilizar.

Ese hiperpersonalismo tiene una fuerte presencia digital que se usa en forma estratégica para llegar a determinadas audiencias microsegmentadas, pero, además es una herramienta sumamente valiosa para conectar de forma directa, emotiva y sin filtros con la ciudadanía, salteándose a la prensa tradicional.

RELATO

En cuanto al relato de campaña y las narrativas electorales en general, la estrategia les marca posicionarse como un *outsider* antisistema, cansado de la política y los políticos tradicionales, descreídos del sistema democrático y de las instituciones en general, que presuntamente están dominadas por una “casta” a la que nadie quiere enfrentar.

Las redes sociales y los ecosistemas digitales dejan de ser exclusivos canales de difusión, sino los laboratorios donde se presentan identidades políticas basadas en el entretenimiento y la confrontación

La construcción del relato continúa con la constitución de un héroe, que viene desde fuera del sistema, ataviado como un ciudadano más, que tiene la honorable misión de limpiar las instituciones, para que dejen de robarles sus ganancias a las personas de bien.

Pero claro, esta misión divina no está exenta de peligros, ya que del otro lado se encuentra el villano, que puede ser nominado con el *frame* del comunismo,

la casta o los mismos de siempre, que no son ni más ni menos que aquella élite que a lo largo de los años ha impedido el desarrollo efectivo de los pueblos de América Latina y el Caribe.

La estrategia del *storytelling* nos marca que el héroe se enfrentará con el villano y que no escatimará fuerzas para ello, por lo que se explotará el enojo de los votantes, se apelará a la frustración acumulada durante años, basada en que el actual sistema y sus instituciones no han satisfecho las demandas de la ciudadanía.

El miedo también forma parte de la estrategia narrativa. Miedo al comunismo, pero no la ideología, sino su marco cognitivo instalado, que apela fundamentalmente a la pérdida de libertades, al tiempo que desde el relato del emisor la propuesta es la libertad. En casos recientes, este miedo se amarra a una economía política muy clara: la promesa de un punitivismo penal de mano dura, el orden absoluto a través de megacárceles y una reducción radical del Estado, combinando la estridencia digital con soluciones autoritarias muy populares ante la inseguridad.

Instalado el relato, el escenario será el de la polarización continua entre héroe y villano, y entre sus huestes, lo cual se potencia a niveles insospechados en la comunicación digital, en donde la desinformación, los bots y los trolls también hacen su trabajo, muchas veces desde la máscara que proporciona el anonimato.



La estética, el entretenimiento, la espectacularización de la política es otra de las líneas estratégicas. El héroe incluso puede ser un tigre o un león y va a reemplazar el discurso programático por la estridencia propositiva. No importa el qué, sino la forma. Gana relevancia la puesta en escena, la cultura del meme y las acciones que generen alta viralidad.

La alta polarización y basar las estrategias en el conflicto permanente tiene como consecuencias el debilitamiento de la democracia y de sus instituciones

En cuanto al tipo de oratoria se busca un lenguaje que sea altamente comprensible por toda la sociedad, el uso de palabras que generen conflicto con sus adversarios, con el sistema o con la misma prensa, o al menos que produzcan impacto mediático o con potencial para ser viralizadas.

Como nos enseñó Pierre Bourdieu y aprendieron muy bien los nuevos candidatos neopopulistas, “el que nombra, domina”. Ponerle nombre a las situaciones y a los adversarios, el dominar desde el relato político, lleva a que estos personajes tengan mayores posibilidades de alcanzar sus objetivos.

Un último y lamentable elemento que no puede ser ignorado, porque también es utilizado en esta estrategia es la injerencia externa, el apoyo explícito que llega desde la Casa Blanca de Donald Trump.

El mandatario republicano no ha tenido reparos en ser explícito en el apoyo a estos candidatos, pero además ha prometido determinados apoyos si gana tal o cual postulante y se ha enfrentado o ha criticado a líderes latinoamericanos de los países en cuestión que tienen ideologías de izquierda o progresistas.

¿Y entonces?

Es claro que el escenario político latinoamericano se está reconfigurando a partir del triunfo en las urnas de candidatos y candidatas neopopulistas que están apelando no solo a la persuasión, sino a la manipulación para alcanzar sus objetivos. El tránsito desde la plaza pública tradicional al laboratorio algorítmico no es solo un cambio de canal, sino una alteración directa a la democracia.

Como profesionales de la comunicación política debemos entender que no todo vale, que debe haber límites éticos a la hora de gestionar campañas electorales. Si nuestra disciplina se reduce a optimizar técnicamente el agravio, el miedo y la mentira, nos volvemos cómplices de la degradación institucional. La alta polarización y basar las estrategias en el conflicto permanente tiene como consecuencias el debilitamiento de la democracia y de sus instituciones. El gran desafío actual

para la comunicación política es diseñar estrategias capaces de competir en el mundo digital sin renunciar a la deliberación, encauzando el descontento ciudadano hacia el fortalecimiento del sistema, en lugar de hacia su destrucción.

La nueva injerencia de Estados Unidos en América Latina y el Caribe que lidera el presidente Trump, en lo que él considera que es su espacio de influencia, antiguamente también denominado patio trasero, tiene intereses políticos y comerciales que favorecen exclusivamente a la potencia del norte.

América Latina y el Caribe se enfrenta a un escenario peligroso donde la política del espectáculo corre el riesgo de vaciar de contenido a las repúblicas. Queda en manos de los ciudadanos y de los verdaderos demócratas la tarea de mirar más allá de la estridencia de las pantallas, desenmascarar los falsos mesianismos y exigir una comunicación política que construya puentes en lugar de levantar muros, antes de que el show termine por devorarse la libertad de nuestros pueblos.



Marcel Lhermitte (Uruguay). Periodista, licenciado en Ciencias de la Comunicación y magíster en Comunicación Política y Gestión de Campañas Electorales. Ha sido consultor en campañas electorales en América Latina, el Caribe y Europa. Asesor de legisladores y gobiernos locales en Iberoamérica. Director del colectivo latinoamericano de comunicación política Relato. Coordinador del Diploma de Comunicación Política de la Universidad Claeh. Autor de los libros *La Reestructura. La comunicación de gobierno en la primera presidencia de Tabaré Vázquez*, *La campaña del plebiscito de 1980. La victoria contra el miedo* y *Los ecos del No. Las elecciones internas de 1982*.

X: @MLhermitte | Ig: @marcel_lhermitte



Del hecho al símbolo: las 4 capas de la crisis

La experiencia demuestra algo distinto: las crisis rara vez destruyen reputaciones únicamente por lo que ocurrió. Las destruyen por lo que las personas interpretan, sienten y simbolizan a partir de ese hecho.



Por Elda Magaly Arroyo Macías

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

La mayoría de los gobiernos y actores políticos siguen enfrentando las crisis públicas como si el problema principal fuera la falta de información. Por eso, ante un escándalo, un colapso institucional, una filtración, una falla operativa o una controversia digital, la respuesta suele ser inmediata: emitir datos, publicar comunicados, difundir aclaraciones o intentar “desmentir” la conversación pública.

Sin embargo, la experiencia latinoamericana demuestra algo distinto: las crisis rara vez destruyen reputaciones únicamente por lo que ocurrió. Las destruyen por lo que las personas interpretan, sienten y simbolizan a partir de ese hecho. Ahí es donde muchos modelos tradicionales de comunicación comienzan a quedarse cortos.

Toda crisis pública relevante se desarrolla simultáneamente en cuatro niveles: el hecho, la interpretación, la emoción y el símbolo

En escenarios de alta exposición pública, hiperconectividad y polarización emocional, la crisis ya no opera solamente como un evento informativo, se presenta como un fenómeno narrativo multidimensional y eso obliga a replantear la manera en que entendemos la contención comunicacional.

Durante años, gran parte de la comunicación institucional se estructuró bajo una lógica racional: si el gobierno explicaba correctamente lo

ocurrido, la ciudadanía comprendería el contexto y disminuiría el conflicto, pero las dinámicas contemporáneas de conversación digital alteraron esa ecuación. Hoy, los algoritmos priorizan emoción sobre precisión, la indignación viaja más rápido que la evidencia, las percepciones se consolidan antes que las verificaciones y las audiencias interpretan los acontecimientos desde marcos emocionales, identitarios e ideológicos preexistentes.

En ese contexto, responder únicamente con información técnica suele resultar insuficiente, porque la crisis no se desarrolla en una sola dimensión, pues ocurre simultáneamente en varias capas de percepción pública. El Modelo de Contención Narrativa de 4 Capas parte de una hipótesis central: toda crisis pública relevante se desarrolla simultáneamente en cuatro niveles: el hecho, la interpretación, la emoción y el símbolo.

Comprender esas capas permite diagnosticar mejor el riesgo reputacional y, sobre todo, intervenir de manera estratégica antes de que una crisis se convierta en identidad pública permanente.

Primera capa: El hecho

La primera capa de toda crisis corresponde al hecho. Es la dimensión objetiva del acontecimiento, aquella donde se encuentran los datos verificables, la cronología de los eventos, los documentos, la evidencia técnica y los elementos observables que permiten reconstruir lo ocurrido. Es el territorio de la información comprobable y el punto de partida de cualquier estrategia de contención narrativa.



Pensemos en un puente recién inaugurado que presenta fallas estructurales pocos días después de haber sido puesto en operación. Desde la perspectiva del hecho, la crisis parece relativamente sencilla: existe una obra pública, se detecta una falla y corresponde explicar sus causas, alcances y posibles soluciones. Sin embargo, la percepción pública no se detiene en la dimensión técnica.

A partir de ese momento, el acontecimiento comienza a transformarse. Lo que inició como una falla constructiva puede convertirse rápidamente en una percepción de incompetencia gubernamental; después generar miedo, frustración o indignación entre la población; y finalmente consolidarse como un

símbolo de ineficiencia institucional o pérdida de confianza pública. Es decir, el hecho deja de ser únicamente un hecho.

Las crisis públicas no erosionan legitimidad únicamente por el hecho material que las origina, sino por las conclusiones narrativas que la sociedad extrae de ellas

Por eso esta primera capa es indispensable, pero insuficiente. Constituye el punto de partida de la crisis, no su desenlace. Los datos son necesarios para explicar lo ocurrido, pero las crisis contemporáneas no se desarrollan exclusivamente en el terreno de los datos. Se expanden hacia la interpretación, la emoción y el significado simbólico que las personas atribuyen a los acontecimientos. Y es precisamente ahí donde comienzan los verdaderos desafíos para la comunicación estratégica.

Segunda capa: La interpretación

La segunda se refiere a lo que las personas creen que ocurrió. Es la capa de la interpretación, donde los hechos dejan de ser únicamente acontecimientos verificables y comienzan a adquirir significado social. Aquí emerge una de las premisas centrales de este modelo: las crisis no se desarrollan en los hechos, sino en las interpretaciones que las personas construyen a partir de ellos. La ciudadanía rara vez procesa la información como un expediente técnico. Lo hace a través de experiencias previas, emociones acumuladas, creencias políticas, prejuicios, niveles de confianza institucional y narrativas que ya existen en el espacio público.

Por ello, una misma crisis puede producir interpretaciones completamente distintas según quién la observe. Siguiendo con el ejemplo del puente, este puede ser entendido por las autoridades como un problema técnico susceptible de reparación. Sin embargo, para una parte de la ciudadanía puede convertirse rápidamente en evidencia de improvisación gubernamental; para otros, en una muestra de corrupción; y

para algunos más, en la confirmación de que las instituciones son incapaces de cumplir lo que prometen.

Una crisis rara vez construye una narrativa desde cero, con frecuencia activa, refuerza o confirma percepciones previas

Es precisamente en esta capa donde aparece el verdadero riesgo político. Las crisis públicas no erosionan legitimidad únicamente por el hecho material que las origina, sino por las conclusiones narrativas que la sociedad extrae de ellas. Lo que comenzó como una falla en una obra pública puede terminar siendo leído como incompetencia; un error administrativo puede convertirse en símbolo de abandono; y una decisión desafortunada puede consolidar percepciones de autoritarismo, opacidad o insensibilidad.

La interpretación opera bajo una lógica compleja: las personas tienden a incorporar la información nueva dentro de creencias que ya poseen. Por ello, una crisis rara vez construye una narrativa desde cero. Con frecuencia activa, refuerza o confirma percepciones previas. Si una institución arrastra antecedentes de opacidad, cualquier incidente será leído bajo ese marco. Si existe una percepción acumulada de corrupción, incluso errores menores pueden interpretarse como evidencia de prácticas indebidas.



Foto: facebook Carlos Manzo

Por esta razón, la contención narrativa no puede limitarse a proporcionar datos. En esta etapa la comunicación requiere capacidad de reencuadre. Es decir, la habilidad para explicar el contexto, ofrecer marcos alternativos de comprensión y disputar el significado del acontecimiento antes de que una sola interpretación se convierta en dominante.

La pregunta deja de ser qué ocurrió y pasa a ser qué significa para la opinión pública que haya ocurrido. Quien logre responder primero esa pregunta tendrá una ventaja en la construcción de la percepción colectiva. Muchas instituciones fracasan porque responden a interpretaciones con más información técnica. Creen que los datos corrigen automáticamente las percepciones.

Cuando una narrativa ya comenzó a consolidarse, la disputa deja de ser informativa y se convierte en consolidar el sentido. En política, perder la batalla por el significado suele ser mucho más costoso que perder la discusión sobre los hechos.

Tercera capa: La emoción

Una vez que las interpretaciones comienzan a consolidarse, la crisis ingresa a una dimensión mucho más compleja: la emoción. En esta etapa, la conversación pública deja de estar impulsada únicamente por información o significados y comienza a movilizarse por sentimientos.

La ciudadanía no procesa las crisis como lo haría un informe técnico. Las vive, las experimenta y las incorpora a partir de sus preocupaciones, expectativas y experiencias previas. Por

ello, detrás de una crisis suelen aparecer emociones como frustración, enojo, miedo, incertidumbre, decepción o sensación de abandono. Son estas emociones las que terminan determinando, en gran medida, la intensidad de la reacción social.

Detrás de una crisis suelen aparecer emociones como frustración, enojo, miedo, incertidumbre, decepción o sensación de abandono. Son estas emociones las que terminan determinando, en gran medida, la intensidad de la reacción social

En los ecosistemas digitales contemporáneos, además, la emoción posee una capacidad de propagación extraordinaria. Las plataformas están diseñadas para favorecer aquellos contenidos que generan interacción y pocas cosas producen más interacción que una reacción emocional intensa. La indignación se comparte, la frustración conecta y el miedo moviliza, mientras que la rabia organiza comunidades. La percepción de injusticia convoca solidaridades inmediatas, por ello, muchas crisis no se

expanden por la gravedad objetiva de los hechos, sino por la intensidad emocional que logran despertar.

Volvamos al ejemplo del puente. Desde la lógica técnica, el problema podría limitarse a una evaluación de daños, una investigación de responsabilidades y un plan de reparación. Sin embargo, para quienes utilizan diariamente esa infraestructura, el acontecimiento puede generar miedo por su seguridad, enojo por el uso de recursos públicos, frustración ante la aparente incapacidad institucional o incertidumbre respecto a la calidad de otras obras gubernamentales. En ese momento, la conversación deja de tratar exclusivamente sobre concreto, ingeniería o supervisión. Comienza a tratar sobre confianza.

Uno de los errores más frecuentes de la comunicación gubernamental consiste en responder a una emoción colectiva con frialdad técnica. Cuando una institución se limita a proporcionar datos mientras la ciudadanía expresa preocupación, enojo o temor, corre el riesgo de ser percibida como distante, insensible, arrogante o desconectada de la experiencia cotidiana de las personas. La información puede ser correcta y, aun así, resultar insuficiente para contener la crisis.

Esto ocurre porque las emociones no buscan únicamente respuestas. También buscan reconocimiento. Antes de aceptar una explicación, las personas necesitan sentir que su preocupación ha sido comprendida. Ignorar esa dimensión suele profundizar el conflicto y alimentar nuevas interpretaciones negativas sobre la institución.



La empatía debe entenderse como una herramienta estratégica de contención narrativa y no solamente como una obligación ética. Empatizar no implica asumir culpas inexistentes ni renunciar a la defensa institucional. Significa reconocer el impacto que un acontecimiento tiene sobre las personas y demostrar que la organización comprende las preocupaciones que la crisis ha generado.

En esta capa, la pregunta central ya no es qué ocurrió ni qué significa lo ocurrido. La pregunta es qué está sintiendo la ciudadanía como consecuencia de ello. Comprender esa respuesta resulta fundamental, porque las emociones suelen convertirse en el combustible que impulsa la siguiente etapa de la crisis: la construcción de símbolos capaces de

trascender el acontecimiento original y redefinir la percepción pública de una institución.

Cuarta capa: El símbolo

Es la capa más compleja y, al mismo tiempo, la más peligrosa para cualquier gobierno, institución o figura pública. Es el momento en que la crisis deja de ser un acontecimiento específico para convertirse en una representación colectiva de algo mucho más grande. Hasta este punto, la conversación ha transitado por los hechos, las interpretaciones y las emociones. Sin embargo, cuando una crisis permanece activa durante suficiente tiempo o logra conectar con percepciones previamente existentes, ocurre una transformación fundamental: el acontecimiento deja de ser evaluado por sí mismo y comienza a funcionar como símbolo.

RELATO

La ciudadanía ya no observa únicamente lo que ocurrió. Comienza a atribuirle un significado estructural. El hecho se convierte en evidencia de una narrativa más amplia. El puente que presentó fallas deja de ser un problema de ingeniería y ahora se centra en la identidad de la institución. La ciudadanía ya no está juzgando un error específico. Está juzgando lo que cree que ese error dice sobre el conjunto.

En términos narrativos, la crisis se convierte en una metáfora. El acontecimiento funciona como una prueba visible de creencias más profundas sobre el poder, la autoridad, la capacidad institucional o la honestidad de quienes gobiernan. Y una vez que una crisis alcanza esta dimensión simbólica, resulta mucho más difícil revertir sus efectos. Esto ocurre porque los símbolos poseen una capacidad de permanencia superior a los hechos. Los datos pueden corregirse. Las investigaciones pueden concluir. Las obras pueden repararse. Sin embargo, cuando una crisis se convierte en símbolo, comienza a formar parte de la memoria colectiva. Se transforma en una referencia que será utilizada para interpretar acontecimientos futuros.

En muchos casos, una crisis específica termina convirtiéndose en símbolo de corrupción, abandono institucional, incapacidad gubernamental o falta de sensibilidad política. A partir de ese momento, cualquier nuevo incidente es interpretado a través de ese marco previo, profundizando el desgaste reputacional y reduciendo los márgenes de confianza de la institución. Por ello, cuando una crisis alcanza la capa simbólica, la disputa

deja de ser exclusivamente comunicacional. Lo que está en juego ya no es solamente la cobertura mediática ni la conversación digital. Lo que comienza a erosionarse es la legitimidad. Se comprometen la identidad pública, la capacidad de liderazgo y la confianza institucional que sostienen la gobernabilidad.

Aquí ya no basta informar. Tampoco es suficiente corregir interpretaciones o reconocer emociones. La tarea central consiste en reconstruir sentido. Es necesario ofrecer una nueva narrativa capaz de disputar el significado que la crisis ha adquirido y restablecer la coherencia entre la identidad que la institución pretende proyectar y la percepción que la ciudadanía tiene de ella.

Esta es la razón por la que algunas crisis sobreviven durante años aun después de haber sido resueltas operativamente. Lo que permanece no es el hecho. Lo que permanece es el símbolo. Y una vez que una institución pierde el control de los símbolos que la representan, comienza a perder también el control de la percepción pública sobre la que descansa su legitimidad.



Elda Arroyo (México) es periodista y comunicadora con más de veinte años de experiencia, especializada en seguridad y gestión pública. Licenciada en Letras Hispánicas por la Universidad de Guadalajara y magíster en Administración Pública. Ha trabajado en medios como *Milenio Diario*, *Notisistema* y el *Eastern Group* de Los Angeles, California. Su enfoque estratégico en Seguridad, Gestión y Atención de Crisis es clave en la comunicación gubernamental. Fue coordinadora de Comunicación en la Secretaría de Seguridad de Jalisco, México y actualmente es directora de Comunicación Social del Gobierno de Tlaxiaco. Ha sido docente en universidades de América Latina, contribuyendo a la formación de nuevas generaciones de comunicadores.

X: @elda_arroyo | Ig: @eldaarroyo



Gobernar no es solo hablar: la crisis comunicacional que desgastó al gobierno de Rodrigo Paz en seis meses

El gobierno de Rodrigo Paz ha cometido varios errores de gestión en apenas seis meses de administración. Algunos vinculados a decisiones políticas, otros relacionados con improvisación, falta de coordinación interna y dificultades para anticipar conflictos sociales.



Por Ivanna Torrico

Sería ingenuo pensar que una crisis de esta magnitud puede explicarse únicamente desde la comunicación. Porque también es cierto algo fundamental en política: no existe estrategia comunicacional capaz de sostener indefinidamente una gestión que presenta problemas estructurales, desorden interno o errores de conducción.

La comunicación puede ordenar, explicar, contener o administrar una crisis, pero no puede reemplazar a la gestión. Y cuando las decisiones políticas fallan, tarde o temprano la narrativa también se rompe.

No existe estrategia comunicacional capaz de sostener indefinidamente una gestión que presenta problemas estructurales, desorden interno o errores de conducción

Sin embargo, esta columna no busca analizar los errores estructurales del gobierno de Paz, sino concentrarse en otro problema que terminó acelerando el desgaste político de su administración: la crisis comunicacional que en apenas seis meses debilitó seriamente la credibilidad oficial.

Porque además de gestionar mal algunos conflictos, el gobierno también los comunicó mal.

Y en política, los errores de comunicación rara vez son solamente errores de forma, casi siempre terminan revelando problemas más profundos como desorden interno, falta de estrategia, improvisación o incapacidad para entender el clima social. Eso es precisamente lo que comenzó a mostrar el gobierno de Rodrigo Paz poco tiempo después de haber llegado al poder.

La crisis política que hoy enfrenta su administración no puede explicarse únicamente por la conflictividad social, la presión económica o el desgaste natural de gobernar. Parte importante del problema tiene que ver con la manera en que el gobierno decidió comunicar, reaccionar y relacionarse con la opinión pública. O, más precisamente, con su incapacidad para construir una estrategia de comunicación coherente, ordenada y creíble.

Uno de los errores más frecuentes en política consiste en creer que un vocero y un responsable de comunicación cumplen exactamente la misma función. Parece una diferencia menor, casi semántica, pero en realidad puede marcar la distancia entre un gobierno que ordena la conversación pública y otro que simplemente reacciona a ella.

El vocero habla; el responsable de comunicación piensa, diseña y organiza el sistema desde el cual ese mensaje adquiere sentido. El primero tiene un rol visible; el segundo, uno estratégico. El primero transmite una posición; el segundo construye las condiciones para que esa posición tenga coherencia, oportunidad y efecto.

Y justamente ahí parece haber estado uno de los principales puntos ciegos del gobierno de Paz.



Lo que se percibe desde fuera no es únicamente un problema de vocería. Es algo más profundo: un déficit de estrategia, de coordinación, de lectura del ecosistema comunicacional contemporáneo y de construcción de un relato político. Un relato político no es propaganda ni un simple eslogan; es la narrativa que explica hacia dónde va un gobierno, cuáles son sus prioridades, qué sentido tienen sus decisiones y por qué la ciudadanía debería acompañarlas. Sin ese marco interpretativo, las acciones aparecen aisladas y pierden capacidad de generar confianza y legitimidad. A ratos, la gestión ha dado la impresión de tener acciones, pero no relato; presencia, pero no conducción; respuestas, pero no anticipación. El gobierno de Paz parece carecer de una narrativa coherente que articule sus decisiones y les otorgue un horizonte político reconocible para la población.

La Ley 1720¹ terminó convirtiéndose en uno de los ejemplos más evidentes de ese problema. Más allá de su contenido técnico o de sus intenciones políticas, el gobierno nunca logró explicar con claridad qué buscaba, por qué era necesaria ni cuáles serían sus efectos reales. La norma apareció en medio de rumores, interpretaciones cruzadas y desinformación, mientras la administración reaccionaba tarde y sin capacidad de ordenar la conversación pública.

La pregunta inevitable es cómo una ley de semejante sensibilidad política no fue socializada adecuadamente. ¿Cómo un gobierno que recién comienza su gestión no anticipó el impacto político y social que tendría una medida de esa magnitud? La política no solo consiste en aprobar normas; consiste también

1 - La Ley N° 1720, promulgada el 10 de abril de 2026, autorizaba al Instituto Nacional de Reforma Agraria a convertir, de forma voluntaria y gratuita, la clasificación de una pequeña propiedad agraria titulada en propiedad mediana. La ley generó un fuerte rechazo de sectores campesinos, indígenas y sindicales, que la consideraron una amenaza a la seguridad de la tierra, por lo que fue derogada en mayo de 2026.

en construir legitimidad alrededor de ellas. Y cuando eso no ocurre, el vacío termina siendo ocupado por miedo, sospecha y conflicto.

Ese vacío comunicacional fue agravándose con errores concretos que terminaron debilitando todavía más la credibilidad gubernamental.

En tiempos donde cualquier afirmación puede ser verificada en minutos, un gobierno no puede darse el lujo de comunicar sin rigor.

El gobierno de Paz parece carecer de una narrativa coherente que articule sus decisiones y les otorgue un horizonte político reconocible para la población

Algo que ocurrió con la difusión de un video antiguo de Evo Morales, presentado inicialmente como si correspondiera al contexto actual. Aunque el material era real, no pertenecía a este año. Y en comunicación política, sacar de contexto información audiovisual termina teniendo un costo enorme. Porque la ciudadanía no solo juzga la veracidad absoluta de un contenido; también evalúa la intención con la que se utiliza.

En una época marcada por la desinformación y las *fake news*, los gobiernos deberían ser los primeros interesados en cuidar estándares mínimos de verificación. De hecho, plataformas

como Bolivia Verifica y Chequea Bolivia han mostrado repetidamente cómo la circulación de contenido fuera de contexto alimenta polarización y deteriora la confianza pública.

Pero probablemente el episodio más delicado fue el manejo de la muerte de un ciudadano durante los enfrentamientos con la Policía el pasado sábado 23 de mayo. Mientras la investigación todavía intentaba establecer responsabilidades, el vocero presidencial salió públicamente a negar que la persona hubiera fallecido. Horas después, la información fue desmentida por la propia realidad.

Ese tipo de errores no son menores. Cuando un gobierno comunica apresuradamente sobre hechos vinculados a violencia o pérdida de vidas humanas, el daño institucional puede ser profundo. Porque la ciudadanía espera prudencia, verificación y empatía. Y cuando ocurre lo contrario, lo que se erosiona no es solo una conferencia de prensa: es la credibilidad completa del aparato estatal.

La comunicación de crisis exige protocolos claros. La primera regla debería ser simple: nunca afirmar algo que todavía no fue plenamente confirmado. En contextos de tensión social, cada palabra pesa.

A ello se sumaron episodios que terminaron transmitiendo una imagen de improvisación. Uno de los más comentados ocurrió durante un mensaje presidencial, cuando una parte que debía haber sido editada salió al aire. Con el micrófono aún abierto, se escuchó la frase: "¿Cuadra o no cuadra? No estuvo muy lúcido, pero..."². El video se viralizó rápidamente y dejó la sensación de desorden interno y escaso control de la comunicación presidencial.

2 - <https://www.youtube.com/watch?v=uZVb0j9vVU>



Puede parecer un detalle menor, pero en política los detalles construyen percepción. Y cuando estos errores se acumulan, terminan afectando la imagen de liderazgo, profesionalismo y capacidad de gestión que todo gobierno necesita proyectar. También comenzaron a repetirse los anuncios de mensajes presidenciales en horarios que nunca se cumplían.

Conferencias convocadas con retrasos constantes, declaraciones anunciadas y postergadas o transmisiones improvisadas terminaron afectando la relación entre el gobierno, la prensa y la ciudadanía

Conferencias convocadas con retrasos constantes, declaraciones anunciadas y postergadas o transmisiones improvisadas terminaron afectando la relación entre el gobierno, la prensa y la ciudadanía. Porque incluso el manejo del tiempo comunica. Y cuando un gobierno transmite desorganización en cuestiones básicas, inevitablemente proyecta desorganización en asuntos más complejos.

RELATO

Ese es uno de los problemas más frecuentes en muchos gobiernos latinoamericanos. Todavía persiste la idea de que comunicar consiste únicamente en mostrar actividades, inaugurar obras, publicar fotografías o emitir declaraciones. Pero gobernar hoy exige algo mucho más complejo.

Las redes sociales cambiaron radicalmente la lógica de la comunicación pública. Hoy una narrativa no se impone por jerarquía institucional, sino por velocidad, viralidad y capacidad de simplificación. Un video editado, un rumor o una frase mal dicha pueden instalarse en cuestión de minutos. Y un gobierno que no entiende ese terreno no solo llega tarde, llega derrotado.

Por eso la comunicación pública ya no puede depender de improvisaciones ni de pequeños círculos políticos. Requiere estrategia, monitoreo permanente, segmentación de públicos, manejo de crisis y equipos especializados capaces de anticipar escenarios.

Porque comunicar no es solamente hablar.

Comunicar implica entender cómo circula la información, cómo se forma la opinión pública y cómo una decisión gubernamental puede ser comprendida, deformada o rechazada según el contexto en que se presenta.

Y precisamente en las crisis es donde se desnuda la calidad de una estructura comunicacional. Una crisis mal manejada no solo erosiona imagen; deteriora autoridad.

Eso parece estar ocurriendo con el gobierno de Rodrigo Paz. Muchas veces la comunicación

oficial luce improvisada, fragmentada o reactiva. En lugar de ordenar la agenda, parece correr detrás de ella. En lugar de fijar interpretación, responde cuando la interpretación ya fue instalada por otros.

Y quizá el problema de fondo sea precisamente ese: el gobierno intentó enfrentar una crisis política compleja únicamente desde la reacción comunicacional, sin comprender que la comunicación no reemplaza a la conducción política ni corrige automáticamente los errores de gestión.

Porque ningún discurso puede sostener indefinidamente la falta de coordinación, la improvisación o la ausencia de estrategia.

Al final, la política deja una lección simple y brutal: no basta con hablar. Hay que saber qué decir, cuándo decirlo, cómo decirlo y, sobre todo, por qué decirlo.

Cuando eso falla, no fracasa solamente la comunicación.

Empieza a resquebrajarse también la autoridad.



Ivanna Torrico (Bolivia) es licenciada en Ciencias de la Comunicación y magíster en Marketing Político. Columnista especializada en comunicación política y analista en ese ámbito. Su experiencia incluye participación en misiones de observación electoral internacional. Socia de ACEIPOL, un espacio dedicado a la profesionalización de la política, donde se impulsan estrategias innovadoras y análisis profundos sobre el panorama político contemporáneo.

X: @Ivanna_Torrico | Ig: @ivannatorrico

BLA
BLA
BLA

El choque del discurso con la realidad y el costo de negar una crisis política

La comunicación no sustituye los resultados, pero una mala estrategia agrava la percepción de fracaso. A través de crisis en seguridad, salud y desastres, y los casos de Chihuahua y Sinaloa en México, demostramos que negar la realidad destruye la confianza y que la empatía debe preceder a la estadística. Existe una máxima en la comunicación pública que los gobiernos suelen olvidar en momentos de crisis: la comunicación no sustituye los resultados, pero una mala estrategia de difusión sí puede agravar la percepción de fracaso. En la historia de la gestión pública, especialmente en México, el intento de imponer una narrativa de control frente a realidades evidentes ha cobrado facturas de legitimidad muy altas.



Por Imelda J. Muñoz Carvajal

En situaciones en donde el discurso oficial choca de frente con la experiencia cotidiana del ciudadano, la negación de la crisis no la diluye, sino que la convierte en un canal para arraigar la desconfianza. El ejercicio del poder requiere una constante sincronización entre lo que se procesa desde los centros de mando y lo que se vive en el territorio, una sincronía que suele romperse cuando la prioridad institucional se desvía hacia la protección de la imagen antes que hacia la gestión técnica de la verdad.

Para comprender la dinámica de la comunicación de crisis en el ámbito nacional, es necesario observar cómo el centralismo y la rigidez discursiva muestran vulnerabilidades estructurales en tres terrenos críticos: la seguridad pública, la gestión de salud y las contingencias por fenómenos naturales. En el ámbito de la seguridad, la tendencia tradicional ha sido la de apoderarse de los éxitos y convertirlos en patrimonio político, mientras que, por otro lado, se fragmenta la responsabilidad de los incidentes críticos.

Al incrementarse las variables delictivas, el uso de marcos de referencia basados en la herencia administrativa o la categorización de eventos de alto impacto como hechos aislados produce una pérdida del control de la agenda pública. El costo estratégico de esta postura es el divorcio inmediato entre el emisor institucional y la población que experimenta el riesgo en cotidianidad.

En el terreno de la salud, la prisa por reactivar los sectores económicos o por mitigar el

alarmismo social suele traducirse en asimetrías informativas y en el desdén hacia las métricas epidemiológica rigurosas. Cuando la experiencia comunitaria no cuadra con los registros oficiales, la autoridad pierde la rectoría de la información, transfiriendo la autoridad discursiva a actores no institucionales.

Una comunicación estratégica puede contener la percepción de inseguridad, mientras que una respuesta deficiente fulmina la credibilidad y la gobernabilidad

Por último, en lo respectivo a las contingencias naturales, el optimismo burocrático suele operar como un factor de retraso en la activación de protocolos logísticos. Minimizar el impacto inicial a través de discursos para salvaguardar el indicador de eficiencia genera un vacío informativo que es colonizado de inmediato por datos y narrativas alternas, comprometiendo gravemente la capacidad de resiliencia del aparato estatal.

Los eventos recientes en Chihuahua y Sinaloa son claros ejemplos de cómo los entornos de alta intensidad y visibilidad internacional ponen a prueba a las instituciones, en este caso particularmente a las mexicanas. En Chihuahua, el fallecimiento de dos



agentes de la Agencia Central de Inteligencia de Estados Unidos (CIA, por sus siglas en inglés) tras un operativo no autorizado expuso fallas de coordinación y generó un escándalo que sugiere injerencia extranjera en el país. En Sinaloa, la salida del gobernador debido a acusaciones de delincuencia organizada en Nueva York agravó la crisis política. Estos hechos demuestran que una comunicación estratégica puede contener la percepción de inseguridad, mientras que una respuesta deficiente fulmina la credibilidad y la gobernabilidad.

Al ser la seguridad una percepción abstracta y multidimensional, los gobiernos maduros no deben intentar maquillar la

realidad. Al contrario, la verdadera gobernanza radica en explicar de forma clara y metodológica cómo se están ejecutando los recursos en el territorio.

En este mismo contexto, la delimitación de competencias institucionales es evaluada habitualmente por la opinión pública como una estrategia de deslinde. Para el ciudadano afectado, las fronteras de la ley carecen de relevancia frente a la necesidad de protección colectiva. Además, cuando los diferentes órdenes de gobierno emiten declaraciones contradictorias en la prensa, el impacto de la crisis original se duplica al evidenciar la ausencia de un “cuarto de guerra” unificado. La estandarización de

RELATO

procesos exige la consolidación de un vocero técnico único mientras dure la contingencia para garantizar el control.

Por otra parte, el análisis de contingencias de orden público de carácter sistémico nos muestra un escenario donde el nivel de confianza acumulado de manera previa a la crisis condiciona por completo el índice de comprensión y aceptación del mensaje emitido durante la emergencia. Un error recurrente en la gestión de expectativas es la emisión de llamados prematuros al restablecimiento de la normalidad operativa, apremiando la apertura de sectores educativos, comerciales, políticos o gubernamentales cuando los indicadores de riesgo en territorio siguen activos. Existe una frontera muy estrecha entre la contención del pánico y la desconexión con la realidad de la población.

Una correcta estrategia de comunicación en crisis debería, idealmente, informar desde la realidad y con líneas enfocadas hacia la estabilización del entorno. Por el contrario, emitir mensajes contradictorios dentro de una misma jornada destruye la brújula social y visibiliza una reactividad gubernamental supeditada al pulso de las plataformas digitales en lugar de a la inteligencia de campo.

La lección en este sentido es clara: la consistencia discursiva y la coordinación interna del gabinete son indispensables para evitar la dispersión de la confianza pública, para ello es necesario partir de tres acciones básicas: primero, la indexación

de la crisis, entendida como el reconocimiento explícito y oportuno de la contingencia, es el prerrequisito técnico para la activación de cualquier estrategia de control de daños.

Negar el riesgo anula la capacidad del Estado para coordinar la acción colectiva. En segundo lugar, la precedencia de la dimensión humana sobre la métrica exige que la empatía anteceda siempre a la presentación de estadísticas. El uso de datos frente a incidentes con víctimas activas genera un rechazo sistemático por violar los principios de oportunidad política y dignidad humana.

Finalmente, el monopolio de la iniciativa informativa en ecosistemas de saturación digital es el único mecanismo para evitar que los vacíos informativos oficiales sean ocupados por el rumor o la propaganda de actores al margen de la ley. Retener el control de la agenda requiere asumir los costos políticos inherentes en favor de la preservación de la credibilidad institucional.



Imelda J. Muñoz Carvajal (México) es periodista y maestrante en Gobierno Electrónico por la Universidad de Guadalajara, con más de quince años de experiencia en comunicación estratégica, medios informativos y gestión de proyectos. Su trayectoria abarca la conducción de equipos de prensa, comunicación de crisis y análisis de audiencias, así como la creación de contenido multiplataforma para instituciones públicas y privadas. Actualmente combina su labor profesional con investigación académica en comunicación gubernamental, modernización administrativa y uso de tecnologías digitales para fortalecer la relación entre ciudadanía y gobierno.

X: @imeldamunoz | Ig: @imelda_munozc | In: Imelda Muñoz



El Vaticano entra en el tablero algorítmico: *Magnifica Humanitas* y la geopolítica de la IA

"La inteligencia artificial es política". Esta es una afirmación que creo y sostengo pero que hoy cobra una dimensión histórica sin precedentes. El pasado 25 de mayo de 2026, el mundo fue testigo de un hito fundamental en la gobernanza tecnológica global: la publicación de *Magnifica Humanitas*, la primera encíclica del Papa León XIV.



Por Diego Mota Orlob

En un contexto marcado por la aceleración de la cuarta revolución industrial, impulsada por la inteligencia artificial, el Sumo Pontífice ha lanzado un mensaje urgente sobre la necesidad de proteger la dignidad de la persona humana frente a los algoritmos. Este documento no es solo una guía pastoral; es un profundo tratado ético y, sobre todo, una declaración política y comunicacional de primer nivel que nos interpela a todos los que trabajamos en la intersección entre tecnología, sociedad y poder.

Analizar *Magnifica Humanitas* exclusivamente desde la teología sería un error de miopía analítica; estamos ante un magistral acto de comunicación política. Todo gran discurso o posicionamiento público, para ser efectivo, debe contar una historia memorable, y el *storytelling* de esta encíclica está diseñado con una precisión asombrosa.

En primer lugar, el *timing* es un elemento estratégico. La firma del documento conmemora el 135 aniversario de *Rerum Novarum* del Papa León XIII, la encíclica que fundó la doctrina social de la Iglesia frente a los abusos de la revolución industrial. Al establecer este paralelismo histórico, León XIV utiliza la intertextualidad para encuadrar la inteligencia artificial no como un simple avance técnico, sino como un

cambio de época que amenaza con replicar la explotación laboral y la desigualdad sistémica del siglo XIX, pero ahora a escala algorítmica.

Analizar *Magnifica Humanitas* exclusivamente desde la teología sería un error de miopía analítica; estamos ante un magistral acto de comunicación política

En segundo lugar, el documento rompe la barrera del nicho religioso al dirigirse a "todas las personas de buena voluntad". Esta es una estrategia de comunicación inclusiva que busca posicionar al Vaticano como un actor geopolítico y una autoridad moral global en el debate tecnológico. El Papa emplea recursos narrativos sumamente eficaces: contrapone la construcción de una "nueva Torre de Babel" tecnológica frente a la necesidad de ver en el otro "un rostro y no una función". Además, acuña un concepto que dominará la agenda pública: "desarmar la inteligencia artificial". Este *framing* o encuadre es muy efectivo, ya que no



rechaza la tecnología por ser antagónica a la humanidad, sino que exige liberarla de las lógicas monopolísticas y de la carrera armamentista que actualmente la gobiernan.

León XIV aborda temáticas que venimos advirtiendo con urgencia desde la comunicación y la ciencia de datos: el impacto destructivo en el mundo laboral, la extrema automatización que expone a muchos a una inactividad forzada, las implicancias psicológicas en los más jóvenes debido a las redes sociales, y la inadmisible delegación de decisiones letales a sistemas de armamento autónomo.

En el núcleo de todas estas advertencias yace una cuestión ética fundamental que destruye el mito de Silicon Valley: la tecnología no es neutral, los algoritmos son articulados bajo las lógicas sociales y económicas en las que nacen, y de eso es muy difícil escapar. El Papa reafirma esta postura al advertir que la IA siempre adopta las características, sesgos y propósitos de quienes la conciben, la financian y la regulan.

El sesgo algorítmico es, esencialmente, una desviación de los resultados que perpetúa prejuicios históricos. Si dejamos que la tecnología

sea guiada exclusivamente por la maximización de beneficios económicos, corremos el riesgo de automatizar la discriminación y generar un abismo de desigualdad inmanejable. El Pontífice es claro: invocar la ética en abstracto ya no es suficiente. Se requiere una regulación estricta, transparencia y una voluntad política contundente que subordine el orden económico a la dignidad humana. Ningún algoritmo, por más sofisticado que sea, puede tener el poder de hacer moralmente aceptable una guerra o decidir el valor de una vida humana.

León XIV utiliza la intertextualidad para encuadrar la IA como un cambio de época que amenaza con replicar la explotación laboral y la desigualdad sistémica del siglo XIX, pero ahora a escala algorítmica

El impacto de la encíclica se entiende mejor si se considera el lenguaje

cuasi-religioso de parte de la industria de IA, conceptos como: "singularidad" como apocalipsis tecnológico, "alineación" como relación creador-criatura, AGI como promesa mesiánica de abundancia, "riesgo existencial" como juicio final. Investigadores han descrito estas corrientes (agrupadas en el acrónimo TES-CREAL) como estructuralmente religiosas pese a presentarse como racionales: hay caída, redención, iniciados, profetas y una urgencia inminente que justifica decisiones drásticas. *Magnifica Humanitas* puede leerse como una "recuperación de jurisdicción simbólica": la institución que durante siglos formuló las preguntas últimas sobre el sentido humano reclama ese lugar frente a narrativas de salvación y catástrofe tecnológica.

La inteligencia artificial forma ya parte del repertorio cotidiano de la comunicación de gobierno y de las campañas electorales: generación de discursos, segmentación de mensajes, bots conversacionales y contenido sintético que puede producir narrativas parcial o completamente falsas, creídas y difundidas como si fueran verdaderas. Pero el salto más drástico ocurrió en el plano militar. Según análisis publicados tras la Operación Resolución Absoluta -que en enero de 2026 culminó con la captura de Nicolás Maduro y su traslado al USS Iwo Jima- y tras



el ataque conjunto de Estados Unidos e Israel que, el 28 de febrero de 2026, mató al líder supremo iraní Alí Jameneí, ambas operaciones se enmarcaron en una doctrina "IA-first" que integra fusión de inteligencia, simulación y selección de objetivos mediante sistemas algorítmicos que priorizan la letalidad y la velocidad por encima de variables políticas y sociales.

La tecnología no es neutral, los algoritmos son articulados bajo las lógicas sociales y económicas en las que nacen, y de eso es muy difícil escapar

Ese mismo 28 de febrero, un ataque aéreo alcanzó la escuela primaria femenina Shajare Tayebé, en Minab (sur de Irán). Las cifras varían según la fuente, por lo que conviene precisarlas: UNICEF habló de al menos 168 fallecidos, la mayoría niñas de entre siete y doce años. Investigaciones de *The New York Times*, *BBC*

Verify y *The Washington Post* concluyeron que el ataque fue perpetrado por fuerzas estadounidenses, se trató de un fallo de los sistemas de selección de objetivos basados en IA. Es exactamente el escenario que *Magnifica Humanitas* anticipa al advertir que ningún algoritmo puede hacer que una guerra sea moral y que la IA puede volver los conflictos más rápidos, impersonales y peligrosos.

El Pontífice es claro: invocar la ética en abstracto ya no es suficiente. Se requiere una regulación estricta, transparencia y una voluntad política contundente que subordine el orden económico a la dignidad humana

La encíclica funciona en doble registro: como contenido sustantivo (vida, no discriminación, prohibición

de instrumentalizar personas mediante sistemas automatizados, rechazo a la concentración de poder) y como lenguaje franco que permite que el mensaje circule más allá del catolicismo, citado en debates regulatorios seculares. Esto explica por qué un documento firmado por el obispo de Roma puede convertirse en referencia para discusiones en Bruselas o en argumento de políticos europeos preocupados por la soberanía tecnológica: apela a un marco —la dignidad humana— que, a diferencia de la "seguridad nacional" o la "responsabilidad corporativa", no aparece capturado por un interés particular identificable. Pero esa autoridad moral es, también, una forma de poder: opera por persuasión y por la capacidad de fijar el marco interpretativo del debate, no por coerción directa.



Diego Mota (Uruguay) es consultor en comunicación política. Ha trabajado en campañas electorales y comunicación de gobierno en Latinoamérica y Europa. Es máster en comunicación política por la Universidad de Blanquerna, Barcelona, realizó su trabajo final de tesis sobre inteligencia artificial en las políticas públicas.

X: @DiegoMotauy



El espejismo del *like*: marketing político, microsegmentación y la cacería algorítmica del deseo

La democracia contemporánea ha dejado de ser un ejercicio de plazas sólidas y grandes relatos grabados en piedra para convertirse en un flujo gaseoso de impulsos eléctricos.



Por Galvarino Riveros Escobar

Como advirtió Zygmunt Bauman, habitamos una modernidad líquida donde las instituciones pesadas se han derretido, dando paso a un flujo incesante de información donde el poder no se construye para durar, sino para fluir por la fibra óptica hasta que la siguiente tendencia lo evapore. En este ecosistema de cristal, la victoria electoral ya no pertenece al estadista con el discurso más coherente, sino a la infraestructura que mejor domina la arquitectura del píxel y la ingeniería de la voluntad.

I. El cirujano invisible: el mapeo del ADN electoral y *big data*

No lo vemos en los mítines; no lo oímos en las consignas; no lo tocamos en el apretón de manos. Sin embargo, el cirujano invisible de la democracia moderna está operando ahora mismo sobre el tejido de nuestra conciencia. El punto de partida de cualquier campaña en 2026 es el análisis del ADN digital del individuo. En tiempos de publicidad digital paga, la clave no reside en la intuición del líder, sino en la construcción de complejas infraestructuras de *big data* e inteligencia artificial (IA) que procesan millones de trazas digitales por segundo. Hoy, el consultor estratégico no especula; extrae el comportamiento histórico del electorado a través de Meta Ads y Google Ads,

diseccionando nuestras ansiedades antes de que nosotros mismos podamos nombrarlas.

En tiempos de publicidad digital paga, la clave no reside en la intuición del líder, sino en la construcción de complejas infraestructuras de *big data* e IA que procesan millones de trazas digitales por segundo

Este proceso evoca lo que Manuel Castells denomina la "autocomunicación de masas". Es la ironía suprema de nuestra era: el votante cree estar emitiendo una opinión libre, soberana y rebelde, cuando en realidad está respondiendo a un estímulo precalculado por un procesador a miles de kilómetros de distancia. Mediante la IA predictiva, el candidato deja de ser un servidor público para transformarse en una sugerencia de compra emocional, un producto diseñado por la ingeniería de datos para habitar en el subconsciente del elector mediante una investigación que roza lo profético.



II. El vértigo vertical: del trono de madera a la celda de cristal de las redes sociales

La evolución de la comunicación política ha recorrido un arco dramático: desde la majestuosidad colectiva del cine, la radio y el televisor, hasta la celda de cristal que es el *smartphone*. Mientras que la televisión —un formato horizontal y pausado— buscaba la estabilidad y el mensaje único, el dispositivo móvil ha impuesto una arquitectura de la brevedad regida por los formatos verticales de TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts, un

entorno de consumo que castiga el pensamiento y premia el espasmo visceral. Siguiendo la premisa de Marshall McLuhan, "el medio es el mensaje", el *smartphone* ha transformado la política en una experiencia táctil, fugaz y, a menudo, irrelevante.

Es el pulgar el nuevo verdugo de la democracia. Es el *scroll* el nuevo ritmo de la historia. Es el píxel la nueva frontera del poder. En este entorno, el líder debe capturar la atención en menos de tres segundos o ser devorado por el olvido de un flujo infinito de contenidos. El líder ya no compite únicamente contra su

rival ideológico; compite contra el algoritmo de recomendación de X o el último meme viral. Es la hipérbole de la inmediatez: una guerra termoneuclear por la atención donde una propuesta de gestión pública compite, en una lucha desigual y absurda, contra un video de entretenimiento o una oferta comercial. Esta fragmentación obliga a una generación de contenido frenética que genere una interacción inmediata, antes de que el interés del votante se disuelva como azúcar en el agua.

III. Andrómeda y el "broad targeting": la cacería del deseo y la microsegmentación

El centro neurálgico de las campañas en 2026 es el uso de la IA no solo para informar, sino para colonizar el futuro. El desplazamiento técnico más agresivo es el broad targeting. Ya no se busca al votante mediante etiquetas rudimentarias de interés; se configura la campaña con segmentación abierta y se permite que sistemas de aprendizaje profundo, como Andrómeda (sistema/modelo de aprendizaje profundo o IA aplicada a la pauta digital), "cacen" a la audiencia ideal mediante el análisis en tiempo real del *engagement*. El verdadero motor de esta cacería es el píxel omnipresente y las APIs de conversión de las grandes plataformas de marketing digital. La máquina ya

no necesita que le tengamos quién es el votante; ella lo encuentra por el rastro de calor y cada *click* que dejamos en la red.

Mediante la IA predictiva, el candidato deja de ser un servidor público para transformarse en una sugerencia de compra emocional, un producto diseñado por la ingeniería de datos

A través de la integración de estas tecnologías en Google Ads y YouTube Ads, la política se transmuta en una ingeniería del deseo. El algoritmo actúa como un sistema nervioso digital, optimizando la inversión publicitaria a escala industrial. La política de masas ha muerto; hoy el discurso ya no se dirige a un pueblo unificado, sino a tribus y nichos hiperfragmentados. A través de la microsegmentación, el sistema detecta el nervio exacto de la indignación o la esperanza de cada comunidad aislada. El candidato ya no tiene un único programa de gobierno, sino mil micro-mensajes mutantes: uno para los defensores de los animales, otro para los entusiastas de las criptomonedas



y otro para los jóvenes precarizados. El algoritmo entrega a cada pequeña tribu la versión exacta del candidato que sus sesgos demandan, atomizando el espacio público en un archipiélago de realidades paralelas.

Siguiendo la premisa de Marshall McLuhan, "el medio es el mensaje", el *smartphone* ha transformado la política en una experiencia táctil, fugaz y, a menudo, irrelevante

Qué amarga ironía que, en la era de la supuesta interconexión total, estemos más solos que nunca, recibiendo mensajes que solo nosotros vemos, diseñados para interceptar nuestra búsqueda de certezas mediante estrategias de SEO y SEM. El ecosistema se cierra sobre el individuo cuando la pauta digital se conecta con WhatsApp. El canal de mensajería se transmuta en el destino final del embudo, donde la IA conversacional simula una intimidad hiperpersonalizada en el rincón más privado de nuestra vida.

IV. El espejismo de la certeza: bóvedas de eco y verdad líquida

El uso intensivo de Instagram, TikTok, X y estrategias automatizadas de e-mail marketing facilita la cercanía, pero fomenta la creación de lo que Eli Pariser llama la "burbuja de filtros". Las plataformas de la comunicación 4.0 están diseñadas para retener nuestra atención, y la autoafirmación es el mejor combustible para el código. En estas bóvedas de eco, el algoritmo actúa como un barniz que sella nuestras ventanas, devolviéndonos solo el reflejo narcisista de lo que ya creemos.

Es el triunfo de la tribu sobre la polis. Al hablarle exclusivamente al nicho, la pauta digital cancela la posibilidad del debate colectivo. No hay deliberación pública porque cada tribu consume un relato diseñado a su medida. Habitamos un laberinto de espejos donde la verdad deja de ser un hecho sólido para transformarse en una verdad líquida, validada únicamente por la repetición y el sesgo del nicho. La información se fragmenta en millones de pedazos de cristal y el "otro" es borrado por el algoritmo, convertido en ruido estadístico que debe ser silenciado para mantener la fluidez del consumo digital. El reto actual del *branding* político es penetrar estas esferas de eco con una narrativa que no solo busque la visibilidad, sino la construcción de una identidad que no se evapore al primer contacto con la realidad tangible.

V. Conclusión: el voto detrás del espejismo estratégico

A pesar del despliegue colosal de matrices, IA, *big data* y sistemas predictivos, la sociología electoral nos grita una máxima que el marketing digital prefiere ignorar: los *likes* no son votos. El aplauso digital es una métrica de vanidad; una hipérbole de humo que a menudo se disipa antes de llegar a la urna. Una campaña puede inundar las redes sociales de corazones y, sin embargo, despertar con las manos vacías en el mundo de lo real.

Las urnas no se llenan de píxeles; se llenan de voluntades. Las urnas no se llenan de algoritmos; se llenan de esperanzas. Las urnas no se llenan de métricas; se llenan de realidades. La verdadera victoria se consolida cuando la estrategia logra la movilización efectiva, uniendo el ámbito digital con el mundo físico. El marketing político moderno debe, por tanto, utilizar la tecnología no solo para segmentar, sino para construir una arquitectura de confianza que resista la erosión de la liquidez. El algoritmo puede ser el mapa perfecto de nuestra confusión actual, pero solo una visión estratégica que comprenda el latido humano podrá ser la brújula que guíe hacia una democracia real en un siglo definido por el bit.



Galvarino Riveros Escobar (Venezuela) es sociólogo egresado de la Universidad Central de Venezuela (UCV) y consultor estratégico senior con más de 20 años de trayectoria en marketing político, gestión pública y reputación corporativa en Venezuela y Latinoamérica. Especialista en análisis del tejido social, conducta humana y comportamiento del consumo, cuenta con estudios de postgrado en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA). A lo largo de su carrera, ha fusionado la investigación social con la consultoría estratégica, liderando el desarrollo de marcas y la gestión de crisis en entornos de alta complejidad.

Ig: @galvarinore



La narrativa como estrategia unificadora: cómo los marcos narrativos integran las campañas aéreas y terrestres en las elecciones latinoamericanas

Las campañas electorales modernas combinan dos dimensiones complementarias: la campaña de aire, basada en medios de comunicación y plataformas digitales, y la campaña de tierra, desarrollada mediante actos públicos, recorridos comunitarios y trabajo territorial. Mientras la primera permite alcanzar grandes audiencias, la segunda fortalece el vínculo directo con los ciudadanos. El reto estratégico consiste en lograr que ambas transmitan un mensaje coherente y refuercen una misma identidad política, ya que la falta de sincronía puede afectar la credibilidad del candidato.



Por Jesús Castillo Molleda

En este contexto, el *storytelling* se convierte en una herramienta fundamental para integrar ambas dimensiones de la campaña. Se trata de construir una narrativa capaz de conectar emocionalmente con el electorado y dar sentido a cada acción comunicacional. A partir de esta premisa, el presente artículo analiza cómo las campañas latinoamericanas utilizan relatos políticos para articular de manera coherente la campaña de aire y la campaña de tierra, adaptando los mensajes a distintos canales y públicos sin perder unidad narrativa.

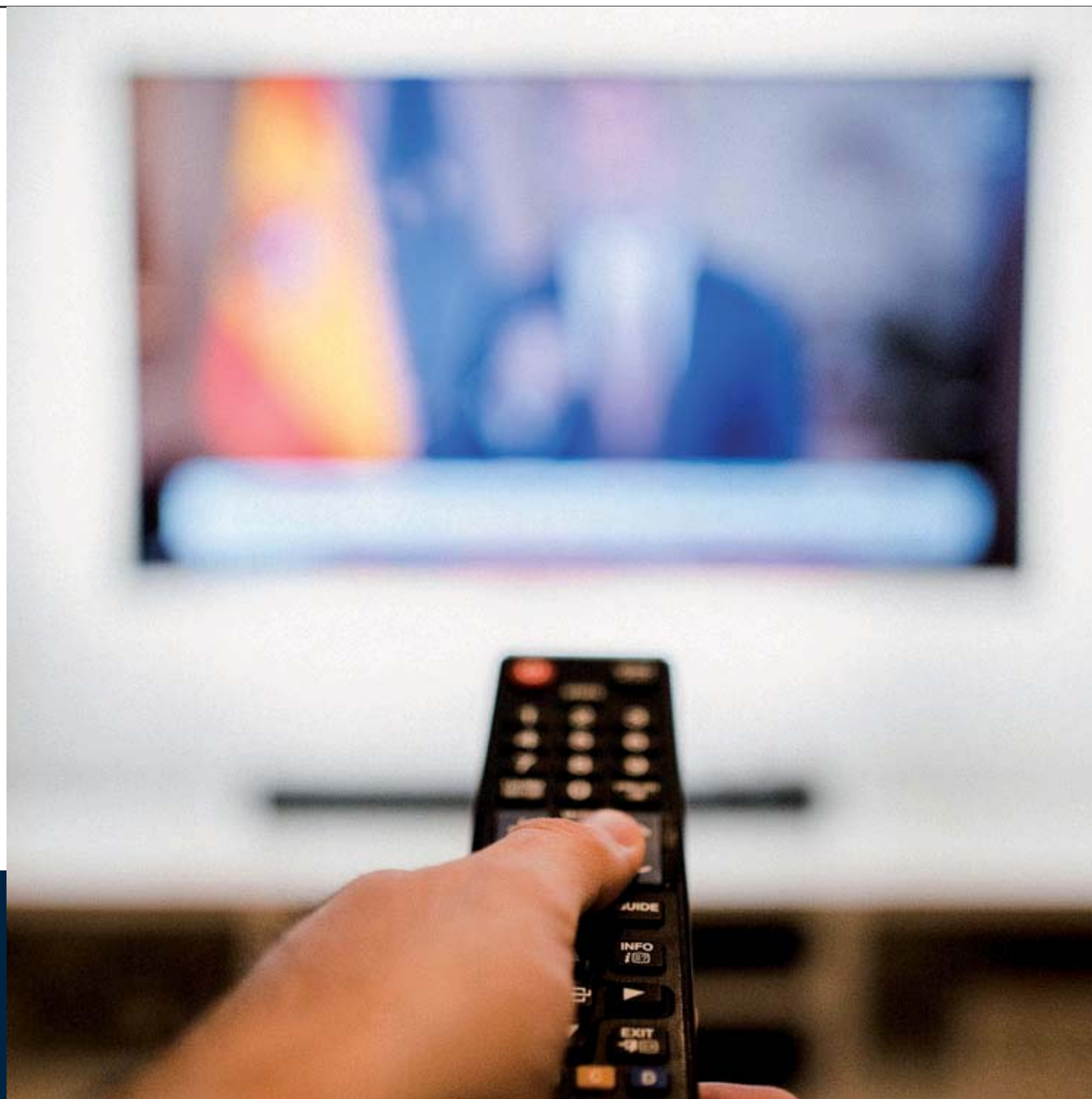
El *storytelling* como herramienta de comunicación política

El giro narrativo en la comunicación política no es nuevo, pero sí es creciente. Desde al menos los años noventa, consultores y académicos han señalado que las democracias contemporáneas no se ganan con datos sino con historias. Carlos Fara, en su libro *Comunicación política y campañas electorales en América Latina* (2013), sostiene que “una campaña sin relato es una campaña sin columna vertebral: puede moverse, pero no tiene dirección” (p. 47). Para Fara, el relato maestro cumple tres funciones básicas: otorga identidad al candidato, simplifica la complejidad del contexto político y activa la empatía del elector.

Esta perspectiva converge con el planteamiento de George Lakoff (2004), que argumenta que los votantes no toman decisiones a partir de hechos racionales sino a partir de marcos cognitivos preexistentes que organizan su comprensión del mundo. “Los marcos son estructuras mentales que conforman el modo en que vemos el mundo” (p. 15). Desde esta perspectiva, el *storytelling* es precisamente el vehículo para activar esos marcos: una historia bien construida introduce al candidato en el marco cognitivo del votante y lo hace reconocible, cercano, necesario.

El giro narrativo en la comunicación política no es nuevo, pero sí es creciente. Desde al menos los años noventa, consultores y académicos han señalado que las democracias contemporáneas no se ganan con datos sino con historias

A su vez, Christian Salmon (2008), advierte que el *storytelling* en política no es inocente: es una tecnología de poder



que moviliza emociones, simplifica identidades y puede instrumentalizar la deliberación democrática. “El *story* no informa, conecta; no explica, conmueve; no convence, arrastra” (p. 23).

Campaña de aire y campaña de tierra

La distinción entre campaña de aire y campaña de tierra proviene de la tradición anglosajona del *management* electoral. En términos simplificados, la campaña de aire apunta a construir imagen, posicionamiento y agenda a través de medios masivos y plataformas digitales. La campaña de

tierra apunta a movilizar el voto ya convencido, ampliar la red de contactos y generar experiencia directa con el candidato.

Carlos Fara (2013) insiste en que ambas dimensiones son complementarias, no alternativas: “la campaña de aire crea el contexto emocional en el que tiene lugar la campaña de tierra; la campaña de tierra le da credibilidad territorial a lo que promete el aire” (p. 112). El error clásico de los equipos de campaña es tratar ambas dimensiones como departamentos separados con mensajes distintos.

Anatomía del relato maestro

El análisis de las campañas latinoamericanas recientes permite identificar un patrón recurrente en la construcción del relato maestro: este se organiza siempre en torno a un héroe (el candidato), un mundo amenazado (la comunidad), un adversario (la vieja política, la corrupción, la violencia política o social) y una promesa de transformación (el cambio posible). Esta estructura, que Lakoff identificaría como activación del marco del héroe redentor, es sorprendentemente estable a través de contextos ideológicos distintos.

Una historia bien construida introduce al candidato en el marco cognitivo del votante y lo hace reconocible, cercano, necesario

Lo que varía no es la estructura sino el contenido emocional de cada candidato. En campañas de izquierda, el adversario suele ser la oligarquía, el imperialismo yankee, la burguesía apátrida, la derecha fascista o el capital financiero. En campañas de derecha, suele ser la burocracia estatal, el socialismo corrupto o la izquierda trasnochada. Pero el esquema narrativo que denota a un héroe que enfrenta a un

adversario o estructura, para salvar comunidad amenazada, es el mismo. Carlos Fara (2013) lo sintetiza con precisión: “El votante no vota propuestas, vota protagonistas. Y vota al protagonista cuya historia le parece más verdadera” (p. 89).

El relato en la campaña de aire: el spot como cápsula narrativa

Un *spot* televisivo de treinta segundos no puede contar una historia completa, pero sí puede activar una historia que el votante ya conoce. Esa es precisamente su función dentro del relato maestro: no narrar, sino evocar. El *spot* es una cápsula narrativa que comprime en imágenes y música los elementos emocionales del relato mayor: el origen del candidato (el barrio pobre, la familia trabajadora, el esfuerzo propio), la crisis presente (la imagen del país que no funciona) y la promesa futura (el gesto hacia adelante, la luz en el final del túnel).

A modo de ejemplo pedagógico, un *spot* arquetípico de campaña latinoamericana sigue esta estructura:

- 1) plano de un ciudadano común narrando su problema cotidiano en primera persona
- 2) corte al candidato escuchando ese testimonio
- 3) voz en *off* que nombra el adversario y el problema estructural



- 4) imágenes del candidato en territorio, entre la gente
- 5) promesa de cambio con música ascendente.

En esos treinta segundos está completo el relato maestro: héroe, comunidad, adversario, promesa.

El relato en la campaña de tierra: el mitin como ritual narrativo

Si el *spot* es una cápsula narrativa, el mitin es un ritual narrativo. En el acto público, el relato maestro no se consume individualmente frente a una pantalla sino colectivamente, en cuerpo presente, con el candidato ahí, tangible, audible, cercano y humano. Esta diferencia de soporte cambia radicalmente la modalidad de la narrativa, pero no debe cambiar su contenido.

En el mitin, la estructura narrativa se despliega con más tiempo y más cuerpo. El candidato generalmente abre con un reconocimiento del lugar y su historia (anclaje territorial del relato), introduce los testimonios de personas locales (localización del conflicto universal), construye el clímax del discurso sobre el adversario (catarsis colectiva) y cierra con la promesa de transformación en clave de comunidad (nosotros como protagonistas del cambio). Salmon (2008) señala que en este tipo de actos “la narrativa deja de

ser recibida para ser vivida: el oyente se convierte en personaje de la historia” (p. 67). En este orden, lo sustancial es la capacidad de movilizar las emociones.

El militante que tocó timbres durante semanas y el ciudadano que vio el *spot* en el noticiero de la noche están, sin saberlo, consumiendo el mismo relato en distintos formatos. Esa es la función integradora del *storytelling*: hacer que experiencias radicalmente distintas, la intimidad de la pantalla, la multitud del estadio, produzcan la misma emoción y refuercen la misma convicción.

El papel del militante como narrador de base

En las campañas que logran alta coherencia entre aire y tierra, los equipos de campaña trabajan deliberadamente para que los activistas de base puedan contar la historia del candidato con sus propias palabras. Esto implica capacitación narrativa: no solo transmitir información (el programa, las propuestas) sino entrenar la capacidad de contar una historia con principio, conflicto y promesa. Este enfoque requiere un proceso profundo de capacitación narrativa, distanciándose de la clásica transmisión unidireccional de información técnica o doctrinaria. En lugar de forzar a la base a memorizar el programa de gobierno completo o un listado frío de propuestas sectoriales, se les entrena formalmente en la arquitectura de las historias. El objetivo es desarrollar la

habilidad de comunicar un relato estructurado bajo tres premisas: un principio que genere empatía compartiendo un origen común, un conflicto que visibilice y valide las demandas de la ciudadanía, y una promesa que posicione al candidato y al proyecto como la solución viable y esperanzadora.

El *spot* es una cápsula narrativa que comprime en imágenes y música los elementos emocionales del relato mayor

Fara (2013) lo describe como el trabajo de “traducción del relato”: “cada militante debe poder decir en treinta segundos quién es el candidato, qué problema enfrenta y por qué es el indicado para resolverlo. Si no puede, la campaña de tierra es ruido, no mensaje” (p. 134).

¿Por qué funciona el storytelling para integrar ambas campañas?

El *storytelling* funciona como dispositivo integrador porque opera en el nivel más profundo de la cognición política: el nivel emocional y simbólico, no el



informativo. Cuando un votante ha recibido el relato maestro del candidato, sea por televisión, por redes, por la conversación en la cola del supermercado, por el discurso del mitin, no ha acumulado argumentos, sino que ha construido una imagen mental de quién es ese candidato, cuál es su historia y qué tipo de futuro encarna.

Esa imagen mental es robusta precisamente porque no depende de un canal único: se refuerza desde múltiples experiencias. Cuando el *spot* y el mitin cuentan la misma historia, el efecto de redundancia es paradójicamente el contrario del aburrimiento: produce

convicción. El cerebro del votante lee la repetición narrativa como evidencia de coherencia, y la coherencia como señal de autenticidad. Lakoff (2004) lo formula en términos cognitivos: “los marcos que se repiten se refuerzan neuronalmente; los que se niegan o se ignoran se debilitan” (p. 17).

Implicaciones para la calidad democrática

La eficacia del *storytelling* como estrategia de integración de campaña, sin embargo, plantea preguntas incómodas para el ejercicio democrático. Si los votantes eligen protagonistas de historias antes que programas de gobierno,

¿qué lugar queda para la deliberación racional? ¿Es la narrativa un dispositivo de empoderamiento ciudadano o de manipulación emocional?

Christian Salmon (2008) es el crítico más radical de esta tendencia: para él, el *storytelling* político convierte la democracia en un mercado de historias en el que gana quien mejor entretiene, no quien mejor gobierna (p. 89). Esta objeción es seria y no debe descartarse. Sin embargo, cabe mencionar: la narrativa no excluye necesariamente el contenido programático, puede ser su vehículo más eficaz. Una historia bien contada puede introducir ideas complejas (reforma fiscal, política climática, derechos ciudadanos) en el marco emocional correcto para que sean recibidas con apertura y no con resistencia.

El desafío normativo es, entonces, que el *storytelling* esté al servicio de propuestas sustantivas y no las reemplace.

Conclusiones

Este artículo sostiene que el *storytelling* político es una herramienta clave para integrar la campaña de aire y la campaña de tierra bajo una narrativa coherente y persuasiva. Un relato maestro bien construido permite unificar los mensajes difundidos en medios y redes sociales con las actividades territoriales, fortaleciendo la identidad del candidato y la conexión con el electorado.

De este análisis se desprenden varias conclusiones: la narrativa debe definirse antes de diseñar la comunicación de campaña; debe incluir elementos claros como protagonista, conflicto y propuesta de solución; y debe ser apropiada y transmitida por los equipos territoriales de manera auténtica. Asimismo, la coherencia entre los mensajes difundidos en todos los espacios constituye un factor estratégico para preservar la credibilidad política. Finalmente, se plantea la necesidad de profundizar el estudio de la narrativa electoral en América Latina, dada su creciente relevancia en contextos de desconfianza hacia las instituciones y los actores políticos.

Bibliografía

Fara, Carlos (2013). *Comunicación política y campañas electorales en América Latina*. Buenos Aires: Editorial Belgrano. Disponible en: <https://www.carlosfara.com.ar/publicaciones>

Lakoff, George (2004). *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. White River Junction: Chelsea Green Publishing. Disponible en: <https://www.chelseagreen.com/product/dont-think-of-an-elephant/>

Salmon, Christian (2008). *Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear mentes*. Barcelona: Ediciones Península. Disponible en: <https://www.edicionespeninsula.com/obra/storytelling>



Jesús Castillo Molleda (Venezuela) es licenciado en Ciencias Políticas (político), asesor de Gobiernos en funciones, campañas electorales y empresas; emprendedor y coleccionista, es socio Director de la firma de inteligencia política POLIANALÍTICA.

www.jesuscastillomolleda.com | Ig: @castimolleda
X: @castillomolleda | Fb: Jesús Castillo Molleda



De la cancha a la política: entre convencidos e instrumentalizados

La Copa Mundial de la FIFA volvió al continente americano tras doce años, un evento que siempre ha convivido con el contraste entre el nivel estelar dentro de los campos y las tensiones sociopolíticas fuera de ellos, del que ediciones como Argentina 1978 y Brasil 2014 no estuvieron exentas. Aunque por estas latitudes el fútbol tiene una sensibilidad popular altísima y muchos prefieren que su naturaleza lúdica no se toque con la política, muchos deportistas han actuado como líderes de opinión.



Por Giacomo Caputto Carrara

Es por eso que es propicio repasar las diferentes intervenciones de *cracks* latinoamericanos en la discusión política a lo largo de la historia, desde los más activamente militantes hasta los caballos de batalla del poder. Analizando también las consecuencias que esto tuvo en los protagonistas, la opinión pública y los gobiernos.

Dos maneras de convivir con el poder

El pasado 5 de marzo, en vísperas de albergar una nueva edición de la copa en su país y luego de intervenir militarmente en otros dos, el presidente estadounidense, Donald Trump, recibió a la delegación del Inter Miami encabezada por el argentino Lionel Messi. Lo que aparentaba ser una visita protocolar al despacho oval por la conquista de la Major League Soccer, terminó siendo un suceso masificado por las redes sociales. La selección de imágenes que las cuentas oficiales de la Casa Blanca compartieron se centraban en las interacciones entre el mandatario y el capitán argentino, con el resto de la plantilla muy en segundo plano. A pesar de que en el evento hubo una comunicación de gobierno que no excedió lo institucional-protocolario y la actitud de Messi se limitó a su usual neutralidad política, las repercusiones fueron inmediatas y se caracterizaron por una marcada polarización, por un lado los partidarios del republicano presumieron la visita como un posicionamiento de la figura deportiva en la “batalla cultural”, mientras que sus detractores fueron

muy críticos con la aparente tibieza de *La Pulga*, entendiendo que ante esta coyuntura geopolítica él debería tomar una postura más clara.

Maradona no se limitó solo a gestos de apoyo a gobiernos de izquierda, sino que también defendió movimientos sociales afines y criticó a las instituciones que rigen el deporte

Lo que es un hecho es la inevitable comparación con el otro gran ídolo futbolístico argentino: Diego Armando Maradona.

El Pelusa no solo se ha reunido con políticos de ideología diametralmente opuesta a la de Donald Trump, como Fidel Castro o Hugo Chávez, sino que su grado de militancia fue mucho mayor. Sus convicciones eran abiertamente de izquierdas, no se limitó solo a gestos de apoyo a gobiernos de esa tendencia, sino que también defendió movimientos sociales afines y criticó a las instituciones que rigen el deporte. Además, sus orígenes humildes y su épica mundialista dieron lugar a una narrativa que en Argentina lo posicionó como el representante del ciudadano de clases populares, relato del que él nunca renegó, sino que explotó.



Como era de esperarse, estas posturas de Maradona causaron una polarización aún mayor que la de Messi, aunque en la práctica ambos salieron en fotos con líderes cuestionados por erosionar el estatus democrático, el caso de Diego adquiere otra dimensión por sus formas, su militancia activa y las polémicas de su vida personal. Una combinación que, desde una perspectiva del posicionamiento político, le perjudicaba.

En resumen, el caso de los dos ídolos argentinos es, sin caer en comparaciones forzadas, una muestra de dos modelos opuestos de figuras frente al poder: la militancia explícita y la

neutralidad instrumentalizable que no controla su circulación.

Ante esto se instalan tres debates centrales:

- 1) Para los futbolistas, ¿tienen la obligación moral de tomar posición en política?
- 2) Para el público, ¿se debe separar al referente deportivo de sus ideas o entenderlo como un todo?
- 3) Para los comunicadores y asesores políticos, ¿se valora lo suficiente la influencia que los futbolistas tienen en algunos segmentos de la opinión pública? ¿Es este nervio cultural un actor o jugador más en Latinoamérica?

El deporte como símbolo de resistencia en Latinoamérica

La siguiente categoría a repasar son los jugadores que instalaron debate político público en contextos desfavorables o de autoritarismo, como lo fueron Sócrates en Brasil y Carlos Caszely en Chile.

Sócrates le hizo honor a su nombre, fue alguien que además de su gran talento deportivo, era un importante intelectual y médico de profesión. Integrante de la mítica selección brasileña del Mundial 1982 y el primero de los grandes ídolos del Sport Club Corinthians Paulista, con varios títulos estaduais en la década del 80, que en Brasil estuvo caracterizada por los últimos años de la dictadura militar. Frente a este ambiente generalizado de autoritarismo y una crisis deportiva e institucional particular, asumió la dirección del club paulista el sociólogo Adilson Monteiro Alves y junto con líderes del plantel como Wladimir, Casagrande, Zenon y el mismo Sócrates, decidió implementar un modelo de autogestión horizontal denominado "Democracia Corinthiana", bajo este régimen todo, desde las tácticas de juego hasta el menú se decidía por voto igualitario, involucrando de igual manera desde el utilero hasta el presidente. A la postre este movimiento ideológico se consolidó como el mayor de la historia del fútbol brasileño y sudamericano.

En el país trasandino, quien brilló en las filas de Colo Colo y España fue Carlos Caszely, que clasificó a su selección al Mundial de Alemania 1974, trascendió al debate político por un acto distinto, pero igualmente potente. A diferencia de Sócrates, su intervención no se articuló como un proyecto colectivo de autogestión deportiva, sino como un gesto personal de resistencia simbólica frente al gobierno militar de Augusto Pinochet. El episodio más recordado ocurrió antes de viajar a la cita mundialista, cuando el delantero chileno se negó a saludar al dictador, en un acto que posteriormente sería leído como una señal pública de rechazo al régimen. Su figura adquirió aún más carga política por la represión sufrida por su propia familia, especialmente por su madre, Olga Garrido, detenida y torturada.

Maradona y Messi, sin caer en comparaciones forzadas, son una muestra de dos modelos opuestos de figuras frente al poder: la militancia explícita y la neutralidad

No necesitó construir una militancia partidaria ni disputar una elección para convertirse en una referencia moral de



su tiempo: bastó un acto visualmente simple mientras el país lo veía, algo difícil de controlar para el régimen.

De ídolos a candidatos

Los futbolistas que más importancia han tenido en el mundo de la política son los que directamente formaron parte del régimen de partidos, participaron de elecciones y ejercieron cargos públicos. Aunque ninguno llegó a presidir un país como el liberiano George Weah, Balón de Oro y muy querido en Milán y PSG, referentes como el mexicano Cuauhtémoc Blanco y el brasileño Romario lograron trasladar su popularidad a las urnas exitosamente, eso sí, representando agrupaciones de ideologías antagónicas, uno de izquierda y otro de derecha.

El delantero chileno Carlos Caszely se negó a saludar a Pinochet, en un acto que posteriormente sería leído como una señal pública de rechazo al régimen

Blanco, el ídolo por excelencia de una institución de alcance masivo como el Club América, inició su trayectoria política por el Partido Socialdemócrata de

RELATO

Morelos, ganando la presidencia municipal de Cuernavaca. En esa primera campaña el enfoque estratégico estuvo en transformar su capital deportivo en capital electoral, sin divagar en complejidad programática ni identidad ideológica, presentarse como un outsider, una alternativa popular, barrial y de comunicación frontal que venía a solucionar lo que los políticos de siempre no pudieron, un relato útil en un contexto de hartazgo hacia los partidos tradicionales.

En sus pasos posteriores por el Partido Encuentro Social (2017-2022) y Morena (2022-presente), dónde llegó a los cargos de gobernador del Estado de Morelos y diputado del Congreso de la Unión respectivamente, mantuvo la misma tónica comunicacional, en ese camino ascendente hizo de vínculo emocional entre las jerarquías políticas y el electorado.

El caso de Romario permite cerrar esta categoría desde un ángulo ideológicamente opuesto. Campeón del mundo con Brasil en 1994 y una de las figuras más reconocidas de su generación, trasladó su popularidad deportiva a la política institucional con notable eficacia. En 2014 fue electo senador por Río de Janeiro con una votación ampliamente mayoritaria, apoyándose en una marca personal ya instalada: el exfutbolista frontal, irreverente, de origen popular y con capacidad para denunciar abusos dentro del propio sistema deportivo.

Con el paso del tiempo, esa identidad pública fue ubicándose dentro de un campo político distinto al de Cuauhtémoc Blanco. Mientras el mexicano terminó integrado al universo de Morena y a una narrativa de izquierda popular, Romario consolidó su carrera en la derecha brasileña, siendo reelecto senador en 2022 por el Partido Liberal, la misma fuerza política de Jair Bolsonaro. A quien sin lugar a dudas le dio ganancia electoral en el estado carioca.

Esta comparación resulta útil porque demuestra que el capital deportivo no posee una orientación ideológica fija: un relato de superación personal que culminó en el éxito deportivo y ahora busca transformación popular, puede ser utilizado tanto por la derecha como por la izquierda.

Para la comunicación política, el futbolista no es únicamente un ciudadano famoso, sino un mensajero del sentir popular con legitimidad emocional y memoria colectiva.



Giacomo Caputto Carrara (Uruguay) es técnico en Periodismo General y Deportivo por el Instituto CTC de Salto, ex estudiante de Comunicación y Marketing de la Universidad Católica del Uruguay y egresado del Diploma de doble titulación CLAEH-Relato en Comunicación Política.

In: Giacomo Caputto Carrara | X: @GiacomoCttC



El sibilino y el rabioso: Dos maneras de comunicar para un mismo marco ideológico

¿Cómo dos estilos tan opuestos como el grito de Milei y el susurro de Kast imponen la misma receta? Tras el "juego de piernas" de la nueva derecha se oculta un dogma universal: no importa si el país está en ruinas o estable, el plan es el mismo. El estilo es solo la máscara del ajuste.



Por Francisco Córdova Echeverría

El siguiente texto tiene como objetivo plantear dos estilos de comunicación política que promueven un mismo marco ideológico a pesar de estar en contextos totalmente diferentes. Propongo que un cuerpo ideológico extremista, articulado mundialmente, aplica medidas similares independientemente del contexto, y que tiene la capacidad de adaptar sus estilos comunicacionales frente a diferentes culturas políticas y sociales. Eso sí, estos estilos de distintos tonos mantienen un tronco común: sostener el clima de conflicto polarizante propio de las campañas políticas.

El rabioso de la Argentina

De Javier Milei, de su ordinariez y violencia discursiva, se ha dicho mucho; por ello, solo haré un breve repaso. Comenzaré diciendo que, para un chileno como yo, resulta chocante la naturalización de la violencia discursiva en la política del país: insultos, groserías, caricaturizaciones violentas y expresiones de odio se alojan en lo que llaman "la grieta" de la Argentina.

Periodistas, políticos y figuras públicas usan el insulto y la denostación como parte del repertorio habitual en los conflictos políticos, pero Javier Milei llevó esto a un nivel nunca antes visto. Sus alusiones sexuales sodomíticas son ejemplificaciones de triunfo y control sobre quienes se le oponen y pierden; incluso en una entrevista

habló de "niños desnudos envaselinados" y en otra aludió a la masturbación para fundamentar sus ideas.

Periodistas, políticos y figuras públicas usan el insulto y la denostación como parte del repertorio habitual en los conflictos políticos, pero Milei llevó esto a un nivel nunca antes visto

El "no odiamos lo suficiente a los periodistas" es otra línea muy sostenida con la finalidad de desacreditar a las figuras de la prensa críticas a su gestión, atentando directamente contra uno de los pilares de la democracia liberal. Lo mismo ocurre con artistas y cualquiera que se atreva a cuestionar sus ideas. Ha realizado apoyos abiertos a la evasión tributaria, a la cultura de la mafia por sobre el Estado, y considera la ayuda social un robo, a pesar de que en su gobierno los montos de ayuda social con planes llegan a más de 7 millones de personas, una cifra no vista desde 2003.

Todo esto decorado con extravagantes conciertos en vivo, eventos "derecha



fest” y salidas del país para efectuar discursos de odio que se acompañan con bailes estilo Trump y performances con motosierras, muchas de ellas bajo el contexto de recibir premios marginales de economía. En estos espacios, sus acciones son más propias de un *rockstar* con los estribos sueltos que de un presidente de la República. Ordinario, estridente y rabioso, Milei ha impuesto un estilo que aún logra sostener una base de apoyo de un 35% (+/-), según la encuesta que se mire.

El sibilino de Chile

José Antonio Kast, por su parte, tiene una performance totalmente diferente.

Un tono de hablar lento, pausado, monotonal, directamente aburrido. Un discurso que jamás se sale de los márgenes de los buenos modales, estilo altamente valorado en la política chilena. A diferencia de la Argentina, el rictus de la moderación en la práctica discursiva es bien visto pues genera confianza. Las pasiones desbordadas son anecdóticas, jamás una constante; lo mismo ocurre con las groserías y otros modos poco elegantes de llevar a cabo la discusión. Eso hace que la lucha política intestina en Chile se vive con toques de cinismo e hipocresía: códigos de buenos modales mientras se hace todo lo posible para “pasar la máquina” a los opositores.

La lucha política intestina en Chile se vive con toques de cinismo e hipocresía: códigos de buenos modales mientras se hace todo lo posible para “pasar la máquina” a los opositores

Kast es un gran representante de esto y agrega a estas estructuras culturales un modo muy particular: ser sibilino. En campaña llevó una cuenta regresiva de los días que les quedaban en Chile a los inmigrantes ilegales (como buen político de extrema derecha, el inmigrante pobre es parte del repertorio de “monos de paja” en sus discursos). Ante las insistentes preguntas de los periodistas y las interpe-laciones de Jeannette Jara —su contrincante comunista en las presidenciales— sobre cómo iba a lograr expulsar a más de 300.000 personas en poco tiempo, respondía “nada es imposible”, dejando entrever cierto plan secreto. Luego, a las semanas de estar en el gobierno, afirmó que todo era una “metáfora”, mostrándose extrañado de que le preguntaran por el incumplimiento de su compromiso. Cosa similar ocurrió con su promesa de recortar el gasto público en 6 mil

millones de dólares, asegurando que ello no afectaría los derechos sociales. Bajo ese encuadre, ya en el gobierno, su ministro de Hacienda, Jorge Quiroz, respondió ante el recorte de más de 500 millones de dólares en salud pública que “con menos se puede hacer más”, una especie de alquimia económica pasivo-agresiva, incluso burlesca. Con tono suave e imperturbable, Kast se ha burlado varias veces de los fracasos del gobierno anterior; la ironía y el sarcasmo socarrón pueden habitar perfectamente la calma expresiva. Ajusta su habilidad sibilina según la audiencia: en encuentros empresariales es osado y directo; por cadena nacional es un estadista moderado que habla del “bienestar de todas y todos”.

Sin embargo, esta cualidad sibilina tiene sus límites. A las pocas semanas de asumir, Kast comenzó a caer en las encuestas, convirtiéndose en el presidente con mayor pérdida de apoyo inicial desde 1990. Solo la cuenta pública del 1 de junio le permitió subir un par de puntos, aunque fue la de menor impacto en la tradicional alza de apoyo que sigue a estos eventos.

La misma receta ideológica

Tras el contraste de estas dos puestas en escena —la estridencia rabiosa de uno y el cinismo sibilino del otro— subyace una homogeneidad técnica



Foto: facebook Carlos Bianzo

aterradora. El "rabioso" y el "sibilino" no son más que dos envoltorios distintos para una misma mercancía: la receta neoliberal-libertaria que se pretende aplicar como una ley física universal, ignorando que los cuerpos sociales que intervienen tienen diagnósticos radicalmente opuestos.

Para entender la magnitud de esta ceguera ideológica, basta mirar el abismo que separa las realidades materiales. La Argentina que heredó Milei en 2023 era un organismo en cuidados intensivos: inflación del 211,4%, PIB en caída libre (-1,6%) y una deuda pública superior al 100% del producto. En ese escenario de escombros, la "motosierra" se aplicó bajo la narrativa de la emergencia, resultando en una caída del poder adquisitivo del 9,6% y la pérdida de 30.000 puestos de trabajo industriales.

En la vereda de enfrente, el Chile que hoy gobierna Kast no presenta síntomas de colapso. Recibió una economía con inflación controlada en el 3,1%, crecimiento positivo de hasta el 2,4% y una deuda pública manejable del 41,6%. Chile es, en el papel, el alumno aventajado de la libertad económica (puesto 17 mundial según la Heritage Foundation). No hay hiperinflación que detener ni un Estado quebrado.

Aquí es donde la "fórmula única" revela su naturaleza dogmática. Aunque Chile no tiene la "enferme-

dad" argentina, Kast y su ministro recetan el mismo fármaco amargo. Reducir impuestos a los más ricos y achicar un Estado que en Chile ya es magro no responde a una necesidad técnica, sino a un imperativo de fe. La prueba flagrante es la reciente solicitud de un crédito por 6.200 millones de dólares efectuada por el Ejecutivo. Mientras en campaña el sibilino Kast prometía recortar el gasto en esa cifra para "liberar a los chilenos", ya en el poder utiliza el endeudamiento para tapar el agujero que dejan sus propios beneficios tributarios a la élite.

El "juego de piernas" de la nueva derecha

Ambos estilos tienen un eje común: sostener la polaridad conflictiva de campaña como combustible de la dinámica política. Ya sea de forma rabiosa o sibilina, se busca una dinámica amigo/enemigo —fundamentada por Carl Schmitt— cuyo objetivo es anular la política como diálogo y consenso. Al negar la dignidad del otro y torcer los hechos objetivos dándoles forma de "metáfora", se anula el mundo común que da sustancia a la democracia.

Es aquí donde aparece lo que podemos llamar el "juego de piernas" de la comunicación política neoliberal-libertaria. Como un boxeador que cambia de guardia según el rival, esta ideología despliega una asombrosa agilidad para adaptar su estética sin

alterar su ética del mercado. En Argentina, el juego de piernas es frenético y agresivo, diseñado para esquivar el debate racional mediante el ruido y la furia. En Chile, el movimiento es sutil, un desplazamiento elegante que busca posicionar el golpe del ajuste sin que el espectador note el cambio de postura.

A las pocas semanas de asumir, Kast comenzó a caer en las encuestas, convirtiéndose en el presidente con mayor pérdida de apoyo inicial desde 1990

Se dice, siguiendo la famosa máxima de Buffon, que "el estilo es el hombre mismo", sugiriendo que la forma de expresarse revela la esencia de quien habla. Sin embargo, en esta nueva derecha, el estilo no es una revelación, sino una maniobra de ocultamiento. El estilo es la máscara perfecta para ejecutar el mismo plan de siempre: mientras el público se hipnotiza con el baile —ya sea por el escándalo del rabioso o la calma del sibilino—, la mano que golpea es siempre la misma. La estética es la distracción que nos impide ver que, bajo rictus tan distintos, se esconde la misma receta que desprotege la producción interna, entrega la soberanía y sacrifica lo social en el altar de la deuda.



Ambos liderazgos parecen comprender que la campaña permanente es una fuente de poder en sí misma. Mientras los gobiernos tradicionales buscan transitar desde la confrontación electoral hacia la administración cotidiana de los problemas públicos, el "rabioso" y el "sibilino" necesitan mantener vivo el clima emocional de la contienda. La existencia de un adversario constante —periodistas, sindicatos, inmigrantes, la izquierda, las élites globalistas o cualquier otro actor útil para la narrativa— permite conservar movilizada a la propia base de apoyo y justificar decisiones que, en condiciones de normalidad política, enfrentarían mayores resistencias. La campaña deja así de ser

una etapa excepcional para transformarse en una técnica de gobierno.

Bajo esta lógica, gobernar no consiste únicamente en administrar el Estado, sino en reproducir diariamente las condiciones simbólicas de la disputa electoral. El conflicto ya no es un instrumento para acceder al poder; se convierte en un recurso necesario para conservarlo. La oposición deja de ser un actor legítimo dentro de la competencia democrática y pasa a cumplir una función narrativa indispensable: proveer el antagonista contra el cual el oficialismo puede reafirmar permanentemente su identidad política.

El "juego de piernas" no solo permite adaptar el mensaje a distintas culturas políticas; también es el mecanismo que hace posible la campaña permanente. El rabioso lo consigue mediante la confrontación abierta y constante; el sibilino, mediante la insinuación, la ambigüedad y la construcción de adversarios discretos. Son movimientos distintos para un mismo objetivo: impedir que la disputa electoral termine realmente.

El "rabioso" y el "sibilino" no son más que dos envoltorios distintos para una misma mercancía: la receta neoliberal-libertaria que se pretende aplicar como una ley física universal

El verdadero triunfo de esta estrategia no reside en convencer a toda la sociedad de las bondades de su programa, sino en impedir que el país abandone el estado psicológico de campaña. Mientras la ciudadanía permanezca atrapada en la lógica del enfrentamiento permanente, la discusión sobre los resultados concretos del gobierno queda desplazada por la necesidad constante de escoger

bando. El rabioso y el sibilino discuten con voces distintas, pero ambos necesitan que la elección nunca termine.

El desafío para la democracia no consiste únicamente en debatir las políticas de estos gobiernos, sino en reconocer la lógica política que las sostiene. Mientras la ciudadanía permanezca atrapada en una campaña que nunca termina, el conflicto seguirá desplazando a la deliberación y la identidad de los bandos seguirá importando más que los resultados. El rabioso y el sibilino parecen distintos, pero ambos comprenden una misma verdad: en una sociedad movilizada por antagonismos permanentes, gobernar puede ser tan simple como prolongar indefinidamente la elección.

Fuentes principales:

INDEC (Argentina): Informe Macroeconómico diciembre 2023.

Banco Central de Chile: Informe de Política Monetaria y Cuentas Nacionales 2026.

Ministerio de Hacienda de Chile: Escenario Macroeconómico 2024-2028.

Heritage Foundation: Index of Economic Freedom 2026.

Centro de Economía Política Argentina (CEPA): "Balance del primer año de gestión Milei".

Reportes de prensa: Solicitud de endeudamiento fiscal por US\$6.200 millones (junio 2026).



Francisco Córdova Echeverría (Chile) es magíster en dirección y liderazgo para la gestión educativa. Diplomado en Filosofía, Sociedad y Cultura. Cirujano Dentista de la Universidad de Concepción. Actualmente estudiante de Ciencia Política y Sociología en la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Ayudante en cátedras de Comunicación Política en facultades de Ciencia Política y Comunicación Social. Ha sido dirigente social y político en Chile.

X: @FCordovaE | Ig: @CordovaEstrategia



Foto: Facebook José Antonio Kast

Los primeros cien días del gobierno de José Antonio Kast: ¿El renacer de la Nueva Gestión Pública o el ascenso de la CEOcracia?

Los primeros cien días de un gobierno suelen ser observados como una ventana privilegiada para comprender no solamente sus prioridades programáticas, sino también la racionalidad política y administrativa que orientará sus decisiones futuras. Más allá de las medidas específicas adoptadas, este período permite identificar ¿qué problemas son considerados prioritarios?, ¿cuáles son las explicaciones utilizadas para interpretarlos? y especialmente ¿qué instrumentos se consideran legítimos para enfrentarlos?



Por Nicolás Jofré Vergara

Desde el inicio de la administración de José Antonio Kast, el 11 de marzo de 2026, comenzó a consolidarse una narrativa gubernamental articulada en torno a tres conceptos recurrentes: orden, crecimiento y eficiencia. Durante sus primeras semanas, el gobierno impulsó medidas orientadas a la racionalización institucional, la reducción del gasto público, la simplificación de procedimientos, la revisión de regulaciones heredadas y el fortalecimiento de la conducción ejecutiva del Estado. La primera Cuenta Pública presidencial reforzó esta lectura al atribuir buena parte de los problemas del país a un aparato estatal sobredimensionado, procedimientos excesivamente complejos y una situación fiscal deteriorada.

Sin embargo, los primeros cien días también han mostrado tensiones difíciles de ignorar. El mismo gobierno que anunció recortes transversales cercanos a los seis mil millones de dólares inició la discusión de la Ley Miscelánea de Reconstrucción Nacional, proponiendo reducir el impuesto corporativo desde un 27% a un 23%. Posteriormente, tras la Cuenta Pública, debió solicitar una ampliación extraordinaria de endeudamiento por US\$ 6.200 millones para el ejercicio fiscal 2026. Del mismo modo, la modificación del MEPCO, justificada por restricciones fiscales y acompañada por un relato

peligroso de Estado en quiebra, terminó obligando al Ejecutivo a desplegar subsidios focalizados y medidas compensatorias para mitigar los efectos del alza de los combustibles.

Desde el inicio de la administración de José Antonio Kast comenzó a consolidarse una narrativa gubernamental articulada en torno a tres conceptos recurrentes: orden, crecimiento y eficiencia

La paradoja es evidente. Mientras se promueve la reducción de estructuras para ganar eficiencia, aumentan simultáneamente las demandas de coordinación asociadas a seguridad pública, control migratorio, crecimiento económico, reconstrucción, crisis energética y sostenibilidad fiscal. Mientras se plantea la simplificación administrativa como respuesta, los desafíos enfrentados requieren crecientes niveles de especialización técnica e integración institucional.

¿POR QUÉ NO PODEMOS BAJAR EL PRECIO DE LA BENCINA CON EL MEPCO?

- ▶ Porque nos dejaron **sin plata**. Un Estado en la quiebra.
- ▶ Endeudado en más de **49 mil millones de dólares**.
- ▶ Y la caja del Estado **completamente vacía**.

Esta tensión obliga a formular preguntas que trascienden la coyuntura inmediata: ¿estamos observando una reedición de los principios clásicos de la Nueva Gestión Pública? o ¿estamos frente a una nueva racionalidad administrativa que busca interpretar el Estado mediante categorías provenientes del *management* corporativo?

Estas interrogantes, nos hacen recordar que Chile ha sido uno de los casos latinoamericanos más representativos en la incorporación de principios asociados a la Nueva Gestión Pública. La Alta Dirección

Pública, ChileCompra, los presupuestos por resultados, los sistemas de evaluación de programas y los convenios de desempeño constituyeron expresiones concretas de una transformación orientada a introducir eficiencia, medición y control en la gestión estatal.

La hipótesis que guía estas líneas es que los primeros cien días del gobierno de Kast parecen expresar una nueva fase de gerencialización estatal. Sin embargo, esta ya no corresponde exactamente a la Nueva Gestión Pública desarrollada durante las décadas de los noventa y

los dos mil. Más bien, se aproxima a lo que aquí propongo denominar “CEOcracia a la Chilena”: una racionalidad administrativa que interpreta los problemas públicos mediante categorías provenientes del *management* corporativo (pero en Chile, inspirado en PYMES), privilegiando liderazgo ejecutivo, concentración decisional, reducción organizacional, control de costos y resultados visibles como mecanismos preferentes de legitimación política.

Chile ha sido uno de los casos latinoamericanos más representativos en la incorporación de principios asociados a la Nueva Gestión Pública

La discusión es relevante porque los Estados contemporáneos enfrentan simultáneamente desafíos asociados a seguridad, migración, envejecimiento poblacional, transformación tecnológica, cambio climático, fragmentación social y crisis de confianza institucional. Pasamos de pensar cuánto Estado necesita una sociedad, hacia qué capacidades requiere para enfrentar problemas crecientemente complejos.

Desde la perspectiva de Max Weber (1978), la burocracia moderna surgió precisamente como una respuesta racional frente al aumento de la complejidad administrativa. La especialización funcional, la jerarquía formal, la profesionalización y los procedimientos escritos no constituían obstáculos para la acción estatal, sino mecanismos destinados a hacer posible la coordinación de organizaciones cada vez más extensas y complejas. Esta observación resulta particularmente pertinente cuando se asume que procedimientos, controles y formalidades representan simplemente expresiones de ineficiencia burocrática. En realidad, dichos mecanismos cumplen funciones asociadas a trazabilidad, responsabilidad, memoria institucional y reducción de arbitrariedad. La pregunta relevante no es si existen procedimientos, sino qué problema organizacional buscan resolver.

Un ejemplo reciente permite ilustrar la tensión pública en Chile. En mayo de 2026, la Corte de Apelaciones de Arica acogió un recurso de protección interpuesto por una deudora del Crédito con Aval del Estado y concluyó que la Tesorería General de la República utilizó un mecanismo de cobro distinto al previsto por la Ley N.º 20.027. La sentencia no cuestionó la existencia de la deuda ni liberó a la recurrente de su obligación de pago. Lo que se discutió fue la vía utilizada para exigir su cumplimiento.



Foto: Facebook José Antonio Kast

Según el tribunal, la Tesorería (institución pública) recurrió a un procedimiento que otorgaba menos posibilidades de defensa que las contempladas en los mecanismos ordinarios establecidos por la propia legislación del Crédito con Aval del Estado (CAE). Por ello, dejó sin efecto el procedimiento utilizado en ese caso específico. El episodio resulta ilustrativo porque demuestra que aquello que muchas veces es presentado como exceso procedimental puede constituir, en realidad, una garantía institucional destinada a resguardar derechos y limitar la arbitrariedad administrativa, pero también evitar exponer a funcionarios(as) que ejecutan ordenes, que limitan con la legalidad vigente y se amparan en zonas grises, para apurar procesos (pero a qué costos).

El problema es que con frecuencia se asume que las organizaciones públicas son estructuras neutras cuyo desempeño puede mejorarse simplemente reduciendo costos o modificando incentivos. Sin embargo, ministerios, servicios públicos, subsecretarías y agencias no solamente ejecutan programas. También acumulan experiencia, desarrollan conocimiento especializado, generan capacidades técnicas y construyen mecanismos de aprendizaje organizacional. Es acá donde es vital, la discusión sobre biministros o

reducción de estructuras públicas, que no puede limitarse a una cuestión presupuestaria. La pregunta relevante consiste en determinar si la concentración organizacional fortalece o debilita la capacidad institucional para enfrentar problemas complejos. March y Olsen (1989) advierten precisamente sobre este riesgo. Las instituciones modernas distribuyen responsabilidades porque ningún actor individual posee la capacidad suficiente para procesar toda la información necesaria para la toma de decisiones. La especialización no constituye una anomalía burocrática, es una respuesta organizacional frente a la complejidad.

La idea de que una sola autoridad pueda coordinar simultáneamente múltiples áreas de política pública parece asumir capacidades cognitivas y organizacionales superiores a las que la literatura considera plausibles

Desde esta perspectiva, la idea de que una sola autoridad pueda coordinar simultáneamente múltiples áreas de política pública parece asumir capacidades cognitivas y organizacionales superiores a las que la literatura considera plausibles. En lugar de eliminar problemas de coordinación, la concentración puede simplemente trasladarlos hacia niveles superiores de la estructura organizacional. La experiencia chilena resulta particularmente interesante porque la promesa de la postburocracia nunca se materializó del modo en que muchos imaginaron. Las burocracias no desaparecieron. Los procedimientos tampoco. Por el contrario, la necesidad de enfrentar problemas de corrupción, control, transparencia y rendición de cuentas terminó reforzando muchos de ellos (Comisión Jaraquemada 2025). Lo que ocurrió fue una superposición de lógicas organizacionales. La administración pública actual combina procedimientos burocráticos, instrumentos gerenciales, mecanismos de gobernanza en red, sistemas de evaluación y plataformas digitales.

En otras palabras, la postburocracia no reemplazó a la burocracia, se instaló sobre ella. Precisamente por eso resulta necesario distinguir entre Nueva Gestión Pública y CEOcracia a la Chilena. La primera surgió como una crítica a la burocracia tradicional



y buscó introducir herramientas de gestión provenientes del sector privado para mejorar eficiencia y desempeño. La segunda parece operar desde una premisa distinta, no busca simplemente incorporar instrumentos empresariales al Estado, sino interpretar los problemas públicos mediante categorías originalmente diseñadas para la conducción corporativa.

Desde esta lógica, conceptos como liderazgo ejecutivo, control estratégico, simplificación organizacional, reducción de estructuras y disciplina presupuestaria adquieren un papel central. La organización ideal deja

de parecerse a la burocracia profesional descrita por Weber y comienza a aproximarse progresivamente a una gran empresa dirigida desde un centro de decisión altamente concentrado. Sin embargo, empresas y Estados enfrentan desafíos radicalmente distintos. Mientras una empresa puede orientar su acción hacia objetivos relativamente definidos, como aumentar utilidades, incrementar participación de mercado o mejorar productividad, los Estados deben administrar simultáneamente objetivos frecuentemente contradictorios. Deben promover crecimiento económico y proteger derechos

sociales; aumentar seguridad y garantizar libertades civiles; reducir déficits fiscales y responder a demandas ciudadanas crecientes.

Como señala Christopher Pollitt (2003), los gobiernos no solo producen bienes y servicios, también generan legitimidad, cohesión social, estabilidad institucional y protección de derechos. Reducir su desempeño exclusivamente a indicadores de eficiencia implica invisibilizar dimensiones esenciales de la acción estatal. Aquí emerge una cuestión particularmente interesante. ¿Qué modelo de empresa imaginan quienes promueven estas soluciones? A mayo de 2025, el Banco Central registraba más de 759 mil PYMES activas y cerca de dos millones de microemprendedores en Chile. Cada una de estas organizaciones posee algún grado de conducción ejecutiva y estructuras relativamente simples, con pocos niveles jerárquicos y decisiones altamente concentradas. El reportaje de Albuquerque (2026) para el diario *La Tercera* nos decía que la cifra anterior representa el 98,3% del tejido empresarial de Chile y que sus ventas equivalen el 11,7% de la totalidad del país.

Sin embargo, el símil organizacional del Estado no es una PYME. Si buscamos analogías empresariales más apropiadas, deberíamos observar

conglomerados como Cencosud, Walmart, Amazon, CMPC o Copec. Organizaciones que operan simultáneamente en múltiples territorios, sectores y mercados. Y lo interesante es que, a medida que aumenta su complejidad, estas empresas no tienden a simplificarse. Tienden a diferenciarse. Crean divisiones, fortalecen investigación y desarrollo, distribuyen responsabilidades y generan nuevas estructuras especializadas.

Los gobiernos no solo producen bienes y servicios, también generan legitimidad, cohesión social, estabilidad institucional y protección de derechos

En otras palabras, el crecimiento organizacional suele producir especialización antes que concentración absoluta. La complejidad supera rápidamente la capacidad de procesamiento de cualquier centro único de decisión. Por ello, la discusión relevante no consiste en determinar si existen demasiados ministerios, demasiados procedimientos o demasiados funcionarios públicos. Tampoco en establecer si el Estado debe

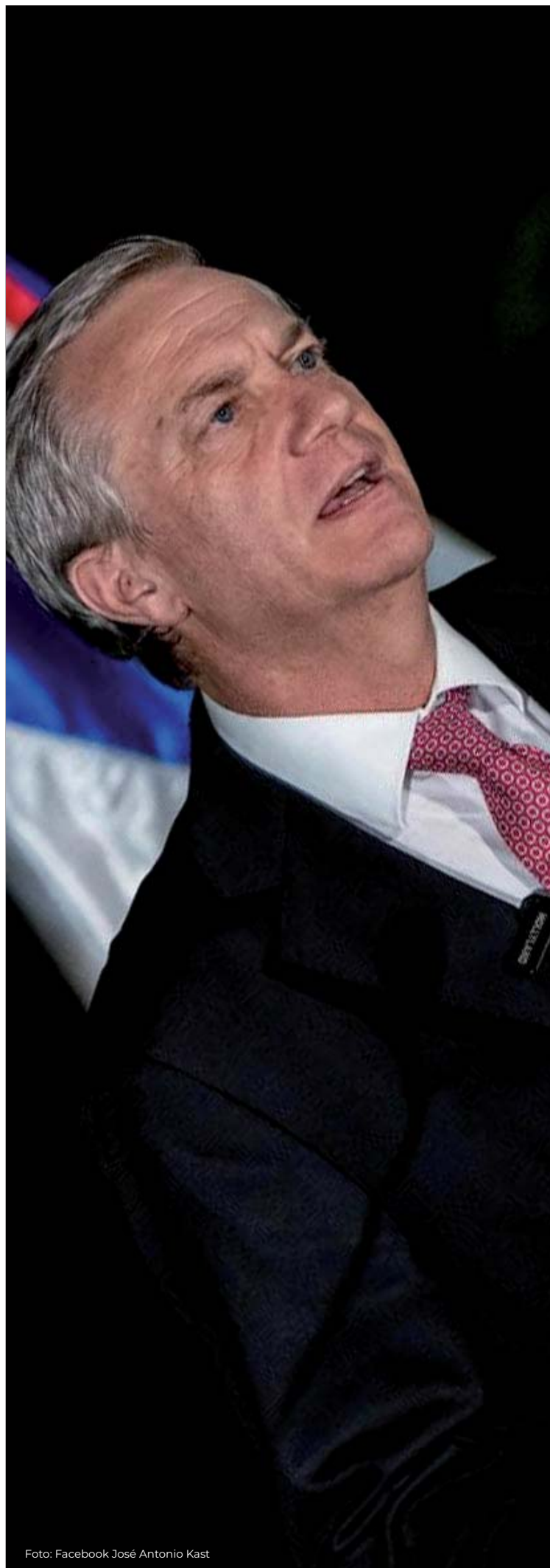


Foto: Facebook José Antonio Kast

parecerse más o menos a una empresa. La cuestión de fondo es qué capacidades necesita el Estado chileno para enfrentar problemas cuya complejidad continúa aumentando.

Los primeros cien días del gobierno de José Antonio Kast permiten observar con claridad esta tensión. Por una parte, existe una apuesta por racionalizar estructuras, reducir costos, simplificar procedimientos y fortalecer liderazgos ejecutivos. Por otra, los desafíos que el propio gobierno ha situado en el centro de la agenda pública exigen mayores niveles de especialización, coordinación interinstitucional y capacidad técnica. La controversia sobre los biministros, la discusión sobre el gasto público, el MEPCO, el endeudamiento fiscal o incluso el caso CAE parecen remitir a una misma pregunta: ¿es posible resolver problemas complejos mediante soluciones organizacionales relativamente simples?

La experiencia argentina invita a observar esta discusión con prudencia. Chile no es Argentina y José Antonio Kast no es Javier Milei. Ambos países poseen trayectorias institucionales, estructuras productivas y marcos fiscales profundamente distintos. Sin embargo, la comparación resulta útil para advertir un riesgo que trasciende a ambos gobiernos, la tendencia a confundir orden fiscal con capacidad estatal. La austeridad

RELATO

puede contribuir a reducir déficits y recuperar ciertos equilibrios macroeconómicos, pero no reemplaza la política pública. Se puede disminuir el gasto y mejorar indicadores fiscales sin necesariamente fortalecer capacidades institucionales. Del mismo modo, se puede ordenar cuentas públicas sin resolver problemas de seguridad, migración, crecimiento económico o confianza ciudadana.

Por ello, Chile no parece encontrarse ante una disyuntiva entre burocracia y modernización, ni entre Estado y mercado. La discusión real gira en torno a la capacidad estatal. Un Estado puede ser grande e incapaz, pero también pequeño e incapaz. Lo que determina su efectividad no es únicamente su tamaño, sino su capacidad para coordinar conocimientos especializados, distribuir responsabilidades, aprender de la experiencia y adaptarse a contextos cambiantes.

La principal pregunta que dejan abiertos los primeros cien días del gobierno de José Antonio Kast no es cuántos ministerios pueden fusionarse ni cuánto gasto público puede reducirse. La pregunta es si los desafíos contemporáneos pueden ser procesados mediante una racionalidad administrativa que continúa asociando coordinación con concentración, eficiencia con reducción

organizacional y capacidad estatal con disciplina fiscal.

La paradoja es evidente: mientras más compleja se vuelve la sociedad, más atractivas parecen las promesas de simplificación. Sin embargo, la historia de las organizaciones modernas muestra precisamente lo contrario. La complejidad rara vez desaparece, se transforma, se redistribuye y reaparece bajo nuevas formas.

Quizás la verdadera lección de estos primeros cien días sea que el problema del Estado chileno no radica exclusivamente en su tamaño, el desafío consiste en determinar si nuestras instituciones están desarrollando las capacidades necesarias para procesar una complejidad social, económica y política que continúa creciendo más rápido que nuestras respuestas organizacionales.



Nicolás Jofré Vergara (Chile) es administrador público por la Universidad de Concepción y candidato a doctor en Administración y Políticas Públicas por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Posee un magister en Análisis Sistemático Aplicado a la Sociedad y postítulos en Teorías de Género y Teoría de Sistemas Sociales por la Universidad de Chile, además de formación internacional en gestión pública y liderazgo territorial en España. Con más de diez años de experiencia académica y profesional, ha ejercido funciones como Jefe de Carrera de Administración Pública y director del Magister en Migraciones, Derechos Humanos y Gestión Social en la Universidad Viña del Mar. Actualmente se desempeña como docente - investigador en la Universidad Católica de Temuco, donde desarrolla actividades de docencia, investigación y vinculación con el medio.

In: Nicolás Jofré Vergara. | e_mali: Njofre@uct.cl



RELATO DE GOBIERNO

La administración pública en busca del consenso



Ni tanto que queme al santo, ni tanto que no lo alumbre

La MuniGuate administra más de 46 perfiles digitales y gestiona una imagen negativa del 71,3% de su alcalde. Su comunicación no resuelve las brechas de servicios: las administra, dosificando la presencia de Quiñonez para que exista sin que estorbe.



Por Alexander Aldana

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

La comunicación institucional de la Municipalidad de Guatemala opera bajo una lógica de gestión de crisis permanente: en lugar de resolver las brechas entre la oferta de servicios y las necesidades de los vecinos, construye una narrativa que administra esa distancia sin cerrarla. Entre los problemas más visibles se encuentran el acceso al agua en zonas de la ciudad, la disponibilidad de transporte público y el tiempo de movilización, considerando que por la capital transitan 2,5 millones de personas, de las cuales 1,4 millones ingresan desde municipios colindantes, según estudios de la Universidad de San Carlos (2018).

Entender esa lógica requiere dimensionar el contexto en el que opera. El partido unionista ha gobernado la alcaldía capitalina desde 2003, tiempo suficiente para materializar la ciudad que concibe. Ricardo Quiñonez asumió en 2018, tras el deceso de Álvaro Arzú (alcalde por más de quince años), y fue reelecto para continuar con ese legado. Sin embargo, la gestión municipal en la última década ha priorizado la calidad de los servicios en las zonas donde se concentra su voto fiel, descuidando al resto, principalmente las zonas periféricas. A ello se suman escándalos por oquedades y desabastecimiento de agua en distintas colonias, así como la falta de transparencia en la construcción de pasos a desnivel: de los 33 que existen en la ciudad, la municipalidad desconoce qué empresa construyó cada uno (según reportó el medio digital *Qorum*

en 2025), aunque socializa su avance e inauguraciones en redes sociales como logros propios. Este conjunto de factores se refleja directamente en la percepción ciudadana sobre la gestión capitalina.

El partido unionista ha gobernado la alcaldía capitalina desde 2003, tiempo suficiente para materializar la ciudad que concibe

En febrero, la encuestadora CB Global Data publicó un ranking de alcaldes capitalinos en Latinoamérica, ubicando a Ricardo Quiñonez en el puesto 16 de 18, por debajo de la alcaldesa de Caracas y apenas por encima de los alcaldes de La Paz y Asunción (CB Global Data, 2026). La encuesta, con margen de error del 3,1%, revela que la imagen positiva del alcalde alcanza apenas el 23,5%, frente a una imagen negativa del 71,3%, de la cual un 40,8% corresponde a una valoración muy negativa. El dato no es menor: más de cuatro de cada diez guatemaltecos encuestados tienen la peor opinión posible de quien lleva ocho años gobernando la capital.

El esfuerzo por mejorar la percepción ciudadana se materializa, entre otras acciones, en la gestión de una extensa red de comunicación digital. La Municipalidad de Guatemala administra más



de 46 perfiles en TikTok, Facebook e Instagram, que suman en conjunto dos millones trescientos mil seguidores aproximadamente, considerando que pueden existir usuarios repetidos entre cuentas. La dimensión del alcance es significativa: solo cinco cuentas no superan los mil seguidores, mientras que la cuenta principal en Facebook concentra más de medio millón. Entre los perfiles se encuentran direcciones municipales, empresas de la municipalidad, alcaldías auxiliares, la vocera institucional y la cuenta personal del alcalde Quiñonez con sus perfiles secundarios. A estos se suman recientemente las cuentas de Aerómetro y CablevíaGT,

creadas para posicionar el proyecto de aerobús y atender dudas sobre el servicio previsto para 2027.

Los productos comunicacionales de la municipalidad se orientan principalmente a informar sobre programas y actividades, mostrar avances de obras y proyectar una imagen de autoridades comprometidas con el servicio a los vecinos. Las cuentas mantienen una identidad visual uniforme y recurren a elementos consistentes: colaboradores en campo, rostros jóvenes y un lenguaje que oscila entre lo accesible y lo técnico según el tema. A ello se suma una gestión activa de la comunidad digital, con

respuestas frecuentes a comentarios y consultas en las publicaciones. Esta coherencia estética y de tono no es casual: responde a una estrategia deliberada de construcción de imagen institucional que busca compensar, en el espacio digital, las brechas de percepción que los problemas estructurales de la ciudad generan en el espacio físico. Sin embargo, esa coherencia se tensiona cuando la municipalidad debe responder a cuestionamientos directos sobre su gestión.

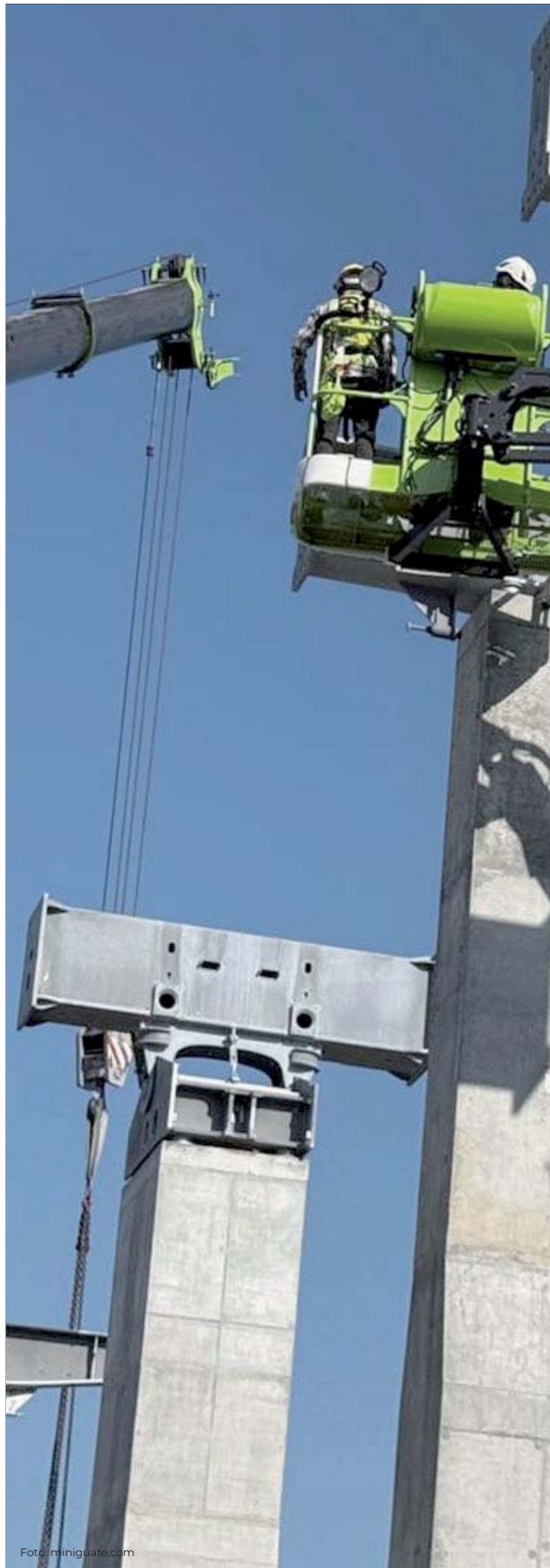
La encuestadora CB Global Data publicó un ranking de alcaldes capitalinos en Latinoamérica, ubicando a Ricardo Quiñonez en el puesto 16 de 18

El caso más reciente involucra al diputado por la ciudad Samuel Pérez, quien cuestionó públicamente el proceso de adjudicación del proyecto Aerómetro y su capacidad real para aliviar el tránsito en la ciudad. La respuesta no provino solo de las cuentas institucionales de la municipalidad sino también de las cuentas de la empresa desarrolladora del proyecto y su CEO, lo que revela una estrategia de distancia calculada: dejar

que un actor privado absorba el debate sin comprometer únicamente la imagen municipal. Un caso distinto, aunque igualmente ilustrativo, es el de la tala de árboles derivada del desarrollo del proyecto, ante la cual las cuentas de la municipalidad y del servicio Aerómetro respondieron con la difusión de activaciones de reforestación, priorizando la acción simbólica sobre la rendición de cuentas respecto al daño causado.

La comunicación institucional de la municipalidad evita sistemáticamente los temas más controversiales: la crisis hídrica del departamento de Guatemala, los accidentes derivados de infraestructura inconclusa o sin señalización, y los escándalos por opacidad en contrataciones y adjudicaciones a empresas de familiares del partido que ha administrado la municipalidad son ejemplos de frentes que generan desgaste a la figura del alcalde pero que raramente son abordados de forma directa. Esta lógica de evasión trasciende lo institucional: durante las elecciones de 2023, el alcalde Quiñonez no se presentó a ningún debate público, lo que sugiere una estrategia comunicacional coherente que prioriza la visibilidad selectiva sobre la exposición a la rendición de cuentas.

Un dato revelador sobre la estrategia comunicacional es que las cuentas relacionadas con el tránsito, principalmente la Policía Municipal de Tránsito y la cuenta de su director, concentran más del 60% de las interacciones totales,



debido a que son la fuente principal de información sobre alteraciones al flujo vehicular. Esto evidencia una paradoja: a pesar de la masividad del aparato comunicacional municipal y del esfuerzo por posicionar programas y proyectos, el contenido que mayor resonancia genera entre los usuarios es el que responde a una necesidad cotidiana e inmediata, no el que construye imagen institucional.

La Municipalidad de Guatemala administra más de 46 perfiles en TikTok, Facebook e Instagram, que suman en conjunto dos millones trescientos mil seguidores aproximadamente

A diferencia de otros alcaldes del departamento, cuya comunicación gira principalmente en torno a su figura personal, el modelo de la MuniGuat invierte esa lógica: es la institución la que sostiene la imagen del alcalde, y no al contrario. Alcaldes como Neto Bran en Mixco, Sebastián Sierro en San José Pinula y Mynor Morales en San Miguel Petapa utilizan sus cuentas personales para visibilizar avances y acciones de su gestión de forma directa. En el caso de Ricardo Quiñonez, en cambio, son las redes de

RELATO

la municipalidad, sus dependencias y empresas municipales las que generan el grueso del contenido institucional, alimentando sus cuentas personales y secundarias solo de forma esporádica. La diferencia no es menor: mientras los otros alcaldes construyen marca personal, Quiñonez delega esa función en el aparato institucional, lo que le permite mantener distancia de los temas conflictivos mientras la municipalidad absorbe tanto los logros como las críticas.

Cabe preguntarse si la decisión de no centrar la comunicación en la figura del alcalde responde a una concepción institucional del liderazgo o, simplemente, a una estrategia para evitar el desgaste que su imagen ya genera. Los datos sugieren lo segundo: con una imagen negativa del 71,3% y una ausencia deliberada de los debates públicos en 2023, Ricardo Quiñonez es un activo comunicacional de alto riesgo. En ese contexto, delegar el protagonismo en la institución no es un gesto de sobriedad política, sino una forma de gestionar la exposición de una figura que, de aparecer con más frecuencia, profundizaría la crisis de percepción que la municipalidad busca administrar.

La comunicación de la MuniGuat parece haber encontrado, con mayor o menor conciencia, una fórmula de equilibrio: ni tanto que queme al santo, ni tanto que no lo alumbre. Exponer demasiado al alcalde Quiñonez, dado

el peso de su imagen negativa, profundizaría la crisis de percepción que la municipalidad busca gestionar. Invisibilizarlo por completo, en cambio, vaciaría de autoridad una administración municipal que necesita una figura reconocible para sostener proyectos de la envergadura del Aerómetro, sobre todo en un contexto latinoamericano donde la personificación del liderazgo político es regla, no excepción. El resultado es una comunicación institucional que dosifica la presencia del alcalde lo suficiente como para que exista sin que estorbe..

Referencias

Bayron, G. (2019, 16 de mayo). Movilidad urbana, desafíos de la gestión municipal del Municipio de Guatemala. Investigación para Todos, USAC. <https://investigacionparatodos.usac.edu.gt/articulos-principales/item/20-movilidad-urbana-en-la-ciudad-de-guatemala>

CB Global Data. (2026, 22 de febrero). Febrero 2026 – Ranking alcaldes capitalinos de Latinoamérica. <https://cbglobaldata.com/febrero-2026-ranking-alcaldes-capitalinos-de-latinoamerica/>

Flores, P. [@pialaperiodista]. (2025). ¿La Muni no sabe quién construyó los pasos a desnivel, ni cuándo? [Video]. Instagram. Publicado en @qorumgt. <https://www.instagram.com/reel/DGofsMbPt1f/>



Alexander Aldana (Guatemala) es estudiante de las licenciaturas en Comunicación y en Ciencia Política en la Universidad de San Carlos de Guatemala y comunicador político con experiencia en campañas electorales y política legislativa. Ha sido dirigente estudiantil y actualmente desarrolla investigación de licenciatura sobre el análisis de la comunicación institucional y la cultura política en Guatemala.

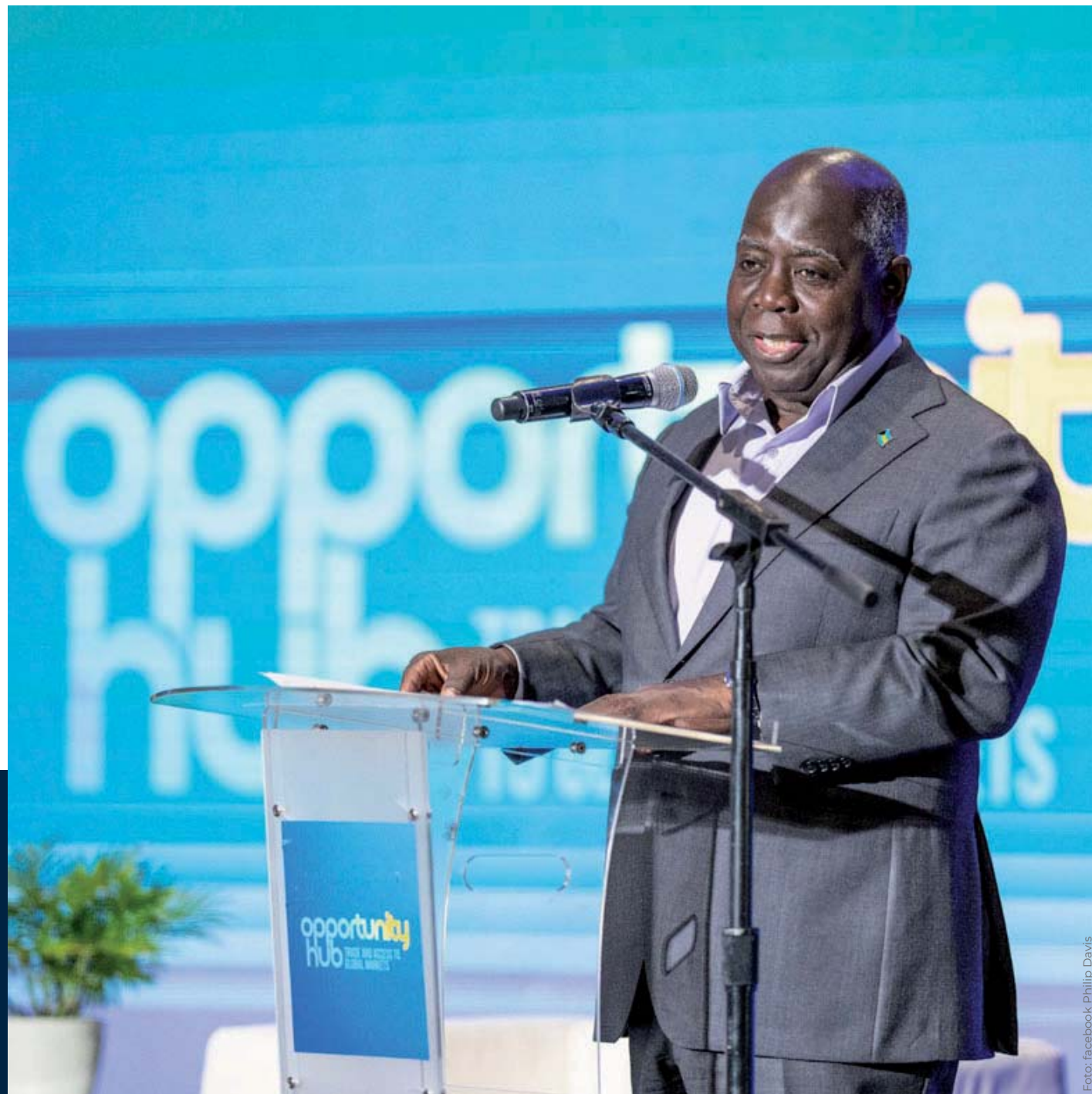


Foto: Facebook Philip Davis

Bahamas: La ratificación de la continuidad en el archipiélago

El primer ministro Philip Davis y el Progressive Liberal Party lograron una contundente reelección en los comicios generales de Bahamas del pasado 12 de mayo, obteniendo 33 de los 41 escaños en disputa. La jugada de adelantar los comicios permitió al oficialismo romper el histórico ciclo de alternancia y consolidar un sólido mandato para su agenda de desarrollo sostenible.

La sincronización de los llamados a las urnas constituye una de las bellas artes de la estrategia política caribeña, y el proceso vivido en las Bahamas el 12 de mayo pasado ofrece un caso de estudio modélico sobre la gestión de las expectativas gubernamentales. El primer ministro Philip Davis, al frente del Progressive Liberal Party (PLP), anunció la disolución del Parlamento a principios de abril, adelantando una contienda que muchos analistas preveían para el cierre del año. Este movimiento estratégico alteró los ritmos de preparación de la oposición, privándola del tiempo necesario para articular una estructura territorial cohesionada frente al despliegue institucional del oficialismo. La justificación formal se ancló en la necesidad de dotar al país de un mandato renovado y unificado frente a los desafíos de la transición energética y las presiones inflacionarias externas, pero el trasfondo técnico consistió en blindar la marca partidaria antes de que el desgaste natural del ejercicio gubernamental licuara su capital político.

El andamiaje institucional bahameño requería la definición de los 41 escaños de la Cámara de la Asamblea mediante el sistema uninominal de mayoría simple.

El oficialista PLP adoptó un progresismo de corte técnico enfocado en el desarrollo sostenible, la atracción de inversiones globales y la modernización del aparato público

En un ecosistema caracterizado por una alta volatilidad histórica y una arraigada tradición de alternancia bipartidista, el desafío para el PLP radicaba en quebrar la inercia del voto de castigo que suele condicionar a las administraciones insulares en períodos de contracción económica. Ideológicamente, el escenario electoral escenificó la pugna entre dos grandes corrientes de centroderecha y centroizquierda con identidades muy definidas. El gobernante PLP se reivindicó desde la centroizquierda reformista, adoptando un progresismo de corte técnico fuertemente enfocado en el desarrollo sostenible, la atracción de inversiones globales y la modernización digital del aparato público. Su principal retador, el Free National Movement (FNM), liderado por Michael



Foto: facebook Philip Davis

Pintard, se posicionó en la centroderecha conservadora, estructurando su doctrina sobre los pilares de la disciplina fiscal estricta, la desregulación de los mercados locales y la seguridad ciudadana frente al incremento percibido del crimen urbano. A la derecha de ambos, la presencia emergente de la Coalition of Independents infundió un matiz nacionalista radical al debate identitario y migratorio.

La batalla de la comunicación política se libró en el terreno de las percepciones de competencia

administrativa. El oficialismo construyó un relato blindado bajo la premisa de la estabilidad macroeconómica, utilizando técnicas de comunicación gubernamental que destacaban el dinamismo del turismo y el posicionamiento de las Bahamas como un *hub* financiero internacional resiliente. Davis operó bajo el encuadre de la responsabilidad de Estado, proyectando una narrativa donde cualquier cambio de rumbo representaba un salto al vacío para las finanzas de la nación. Por su parte, el FNM de Pintard ensayó un marco interpretativo

centrado en la necesidad de un "reinicio nacional", focalizando su discurso en el encarecimiento diario del coste de la vida, las deficiencias en las infraestructuras de las islas periféricas y cuestionamientos hacia la transparencia en los procesos de contratación estatal. La oposición intentó instalar una sensación de urgencia ética y económica, pero se topó con un muro de contención mediático diseñado por el aparato de comunicación pública del gobierno, que supo reconducir las críticas hacia factores exógenos e incontrolables de la economía global.

El PLP retuvo el control de la Cámara de la Asamblea al adjudicarse una mayoría confortable de 33 escaños, consolidando el respaldo popular hacia su agenda de desarrollo de largo plazo

El escrutinio definitivo de las urnas sepultó las proyecciones de una contienda cerrada y ratificó la efectividad del cálculo político de Davis. El Progressive Liberal Party logró retener el control de la Cámara de la Asamblea al adjudicarse una mayoría confortable de 33 escaños, consolidando el respaldo popular hacia su agenda de desarrollo de largo plazo. El Free National Movement, aunque logró consolidar su posición como el referente indispensable de la oposición, quedó rezagado con ocho escaños, lo que forzó al líder opositor Michael Pintard a emitir un discurso de concesión pocas horas después del cierre de las mesas de votación. La Coalition of Independents se quedó sin representación parlamentaria a pesar de su intensa actividad en las plataformas digitales. Este desenlace rompe con el ciclo histórico de alternancia traumática en el archipiélago y deja al laborismo bahameño con un margen de maniobra legislativo excepcional para profundizar sus reformas estructurales bajo un liderazgo político unificado en la región caribeña.



Antigua y Barbuda: La consolidación del "capitalismo de empoderamiento" ante la incertidumbre

El pasado 30 de abril, Gaston Browne y el ABLP obtuvieron una victoria aplastante en las elecciones anticipadas de Antigua y Barbuda, logrando 15 de los 17 escaños. El primer ministro consolidó su cuarto mandato consecutivo y reforzó su modelo de "capitalismo de empoderamiento" frente a una oposición debilitada.

El uso del tiempo político en los sistemas parlamentarios de diseño Westminster representa uno de los ejercicios de control de agenda más determinantes para la supervivencia de un liderazgo. El pasado 30 de abril, Antigua y Barbuda reconfiguró su mapa de poder legislativo en una maniobra táctica ejecutada por el primer ministro Gaston Browne, líder del Partido Laborista de Antigua y Barbuda (ABLP). Al disolver el Parlamento casi dos años antes del vencimiento de los plazos constitucionales, el oficialismo desactivó de manera quirúrgica el factor temporal antes de que el deterioro macroeconómico internacional mermara sus niveles de aprobación. Browne justificó la premura bajo un encuadre discursivo de urgencia geopolítica, argumentando que las turbulencias en las cadenas de suministro globales y el encarecimiento del transporte aéreo requerían un horizonte político despejado y estabilidad institucional sin el desgaste de una campaña extendida. La maniobra neutralizó los intentos de la oposición por capitalizar el descontento social latente, forzando un escenario electoral en el terreno más favorable para el gobierno.

El ABLP obtuvo una victoria aplastante al concentrar el 60,3% de los sufragios, lo que se tradujo en el control de 15 de los 17 escaños en disputa

El terreno de juego institucional se limitó a la disputa por mayoría simple de los 17 escaños de la Cámara de Representantes, el órgano legislativo unificador que determina la jefatura del Ejecutivo. Con un padrón de aproximadamente 61.000 ciudadanos convocados a las urnas, los comicios funcionaron en la práctica como un plebiscito directo sobre la figura de Browne. Tras un antecedente volátil en 2023, donde el oficialismo retuvo el poder de forma ajustada con apenas nueve escaños, el desafío técnico de 2026 consistía en restaurar una hegemonía parlamentaria incontable. Ideológicamente, el espectro local elude los rigores dogmáticos del eje izquierda-derecha tradicional, decantándose por un pragmatismo instrumental. El ABLP, históricamente vinculado a la centroe izquierda sindical, formalizó en



Foto: facebook Gaston Browne

esta campaña una mutación hacia el concepto de "capitalismo de empoderamiento", una categoría híbrida que combina la intervención estatal en sectores estratégicos con agresivos incentivos a la inversión privada extranjera. Frente a este modelo, el Partido Progresista Unido (UPP), bajo la conducción de Jamale Pringle, se posicionó como una alternativa de centroderecha liberal y prooccidental, abogando por la desregulación, la eficiencia administrativa y un alineamiento prioritario con Washington.

Con un padrón de unos 61.000 ciudadanos convocados a las urnas, los comicios funcionaron en la práctica como un plebiscito directo sobre la figura de Browne

La campaña se dirimió en un choque asimétrico de relatos. El oficialismo articuló la consigna

unificada de "El Renacimiento de Antigua y Barbuda", un marco interpretativo de corte emocional que apelaba a la resiliencia colectiva y proyectaba a Browne como un "estadista protector" indispensable para guiar al país en un mar de incertidumbre global. Su despliegue combinó demostraciones de fuerza tradicionales con la difusión de un manifiesto concebido como una hoja de ruta estrictamente técnica. Por el contrario, el contrarrelato del UPP adoptó el eslogan "El gobierno debe trabajar para ti", intentando explotar las fracturas del modelo laborista mediante la denuncia del deterioro en la red vial y las deficiencias crónicas en los servicios de agua corriente y salud pública. Uno de los vectores clave en la batalla de encuadres fue el debate sobre las restricciones de visado estadounidenses en la subregión; mientras la oposición intentó minar la competencia internacional del primer ministro, la maquinaria de comunicación gubernamental neutralizó el golpe atribuyendo las medidas a dinámicas migratorias internas de los Estados Unidos, preservando el atributo de soberanía nacional.

El ABLP, históricamente vinculado a la centroizquierda sindical, formalizó en esta campaña una mutación hacia el concepto de "capitalismo de empoderamiento"

El veredicto de las urnas convalidó la audacia de la estrategia laborista. Con una participación estimada en el 62%, el ABLP obtuvo una victoria aplastante al concentrar el 60,3% de los sufragios, lo que se tradujo en el control de 15 de los 17 escaños en disputa. El UPP sufrió un colapso sin precedentes en su representación parlamentaria, quedando reducido a un único escaño defendido por Pringle, mientras que la última plaza legislativa permaneció en manos del histórico Movimiento del Pueblo de Barbuda, enfocado de manera exclusiva en el localismo identitario y la autonomía comunal de la isla menor. Desde una perspectiva analítica, Browne capitalizó la fragmentación de la oposición antes de que lograra vertebrarse, consolidando una hegemonía que introduce un debate profundo sobre la viabilidad de liderazgos alternativos bajo el actual modelo económico.



Foto: Facebook Mia Mottley

Barbados ratifica a Mia Mottley por tercera vez

El 11 de febrero de 2026, Mia Mottley y el Barbados Labour Party (BLP) obtuvieron por tercera vez consecutiva todos los 30 escaños del Parlamento con el 69,83% de los votos. Con una baja participación del 37,3 %, la campaña enfrentó el prestigio internacional de Mottley contra las demandas locales de la oposición. Mottley fue juramentada el 13 de febrero y, en sus primeros discursos, prometió no caer en la complacencia y priorizar infraestructura, salud, seguridad vial y la lucha contra la pobreza.

Las elecciones generales de Barbados del 11 de febrero de 2026 confirmaron el dominio absoluto de Mia Amor Mottley y el Barbados Labour Party (BLP). Por tercera elección consecutiva, el BLP consiguió un histórico y aplastante triunfo: los treinta escaños de la Cámara de la Asamblea, con 71.109 votos (69,83%). El principal partido opositor, el Democratic Labour Party (DLP) de Ralph Thorne, obtuvo el 27,31% de los votos, pero quedó sin representación parlamentaria. La participación fue la más baja en décadas: apenas 37,3%.

Mottley ha impulsado una agenda que combina políticas sociales inclusivas con pragmatismo económico, modernización del Estado y una visión de Barbados como nación republicana abierta al mundo

Tanto el BLP como el DLP se ubican ideológicamente en la centro-izquierda, dentro de la tradición socialdemócrata caribeña. Sin embargo, presentan matices diferenciados. El BLP, fundado en 1938, representa

una socialdemocracia moderna, progresista y con fuerte énfasis en la justicia social, el republicanismo y la proyección internacional. Mia Mottley, su lideresa desde 2008, encarna esta orientación con un perfil claramente progresista y globalista: defensora del cambio climático, la reparación por la esclavitud, la igualdad de género y un multilateralismo activo que defiende los intereses de los países pequeños y vulnerables.

Mottley ha impulsado una agenda que combina políticas sociales inclusivas con pragmatismo económico, modernización del Estado y una visión de Barbados como nación republicana abierta al mundo (*"Friends of All, Sate-llites of None"*). Su liderazgo se caracteriza por un fuerte componente reformista y transformador, visible en la transición a república en 2021 y en su activa participación en foros globales sobre clima y desarrollo sostenible.

El DLP, creado en 1955 como una escisión del BLP, también se define como un partido de centroizquierda socialdemócrata, aunque históricamente ha mantenido un perfil algo más tradicional y nacionalista. En esta campaña, bajo el liderazgo de Ralph Thorne, el DLP enfatizó un discurso más centrado en las necesidades domésticas inmediatas (*"Barbados First"*), criticando lo que consideró un exceso de atención internacional del gobierno en detrimento de los problemas cotidianos de los barbadianos.



Foto: facebook Mia Mottley

El principal clivaje de la campaña no fue tanto ideológico (ambos partidos comparten raíces socialdemócratas), sino entre la visión global y transformadora del BLP versus el enfoque doméstico y crítico del DLP. Mottley planteó continuar con su proyecto de desarrollo inclusivo: educación de calidad, energías renovables, digitalización, lucha contra las enfermedades no transmisibles y atracción de inversión extranjera. El DLP, en cambio, centró sus propuestas en la reducción del costo de vida, mejoras en salud e infraestructura vial, mayor transparencia y atención prioritaria a los sectores vulnerables.

La campaña electoral se desarrolló con intensidad en los medios de comunicación y en plataformas digitales, donde el BLP demostró mayor capacidad de *storytelling* emocional y conexión con los votantes jóvenes

Las encuestas previas anticiparon con claridad la victoria del BLP, aunque pocos esperaban un nuevo barrido total. La campaña, de apenas tres semanas, se desarrolló con intensidad en los medios tradicionales (CBC, Nation News y Barbados Today) y en plataformas digitales, donde el BLP demostró mayor capacidad de *storytelling* emocional y conexión con los votantes jóvenes.

El 12 de febrero se conocieron los resultados definitivos y el 13 de febrero Mia Mottley fue juramentada como Primera Ministra por tercera vez consecutiva. En sus primeros discursos tras la victoria y la asunción del gobierno, Mottley adoptó un tono de humildad y responsabilidad. “Acepto este mandato con humildad y con una resolución mayor”, afirmó. Su mensaje central fue contundente: “Nuestra misión primordial es detener que los pobres sigan siendo pobres y eliminar la injusticia dondequiera que exista, para crear oportunidades reales para nuestra gente”.

Prometió trabajar sin complacencia en infraestructura, salud, seguridad vial y la

mejora de los servicios públicos, advirtiéndole que “no será *business as usual*”. También llamó a la unidad nacional y agradeció el apoyo masivo, reconociendo que un dominio parlamentario tan absoluto implica una responsabilidad aún mayor para responder a las demandas ciudadanas.

El nuevo gabinete fue juramentado el 16 de febrero. Con este tercer triunfo absoluto, Mia Mottley se consolida como una de las líderes más exitosas y duraderas del Caribe contemporáneo. Su orientación progresista y su capacidad para combinar ambición global con políticas sociales han sido clave para mantener el respaldo popular, aunque la baja participación electoral plantea desafíos de conexión con una parte de la ciudadanía.

El gran reto del tercer mandato será convertir esta abrumadora confianza en soluciones concretas a los problemas cotidianos, manteniendo el equilibrio entre la proyección internacional de Barbados y las necesidades locales de su pueblo.



La newsletter disruptiva de comunicación política creativa de los creadores de **Beers & POLITICS**

Suscríbete en www.politicacreativa.com

Y recibe ideas innovadoras, agenda de eventos, noticias relevantes, guías en profundidad, ofertas de trabajo y muchas sorpresas más...



La ola Mamdani

En los primeros cinco meses de gestión de Zohran Mamdani en la alcaldía, New York City logró el récord más bajo de crímenes de la historia de la ciudad. No es una coincidencia. Desde que empezó su trabajo como alcalde de la ciudad más importante de Estados Unidos y quizás del mundo, Mamdani no perdió tiempo en burocracia.



Por Franca Roibal Fernández

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Desde el segundo día de su mandato, empezó a cumplir promesas de campaña, la primera fue cuidado universal y gratuito de niños, y siguió con obligar a los ricos a pagar impuestos en las viviendas de su propiedad, pero que no usan como domicilio, lo cual ayudó a rebajar la deuda de la ciudad de 12 billones a cero (gran parte de esta reducción fue gracias reestructuración y redistribución de fondos y algo de ayuda de Albany).

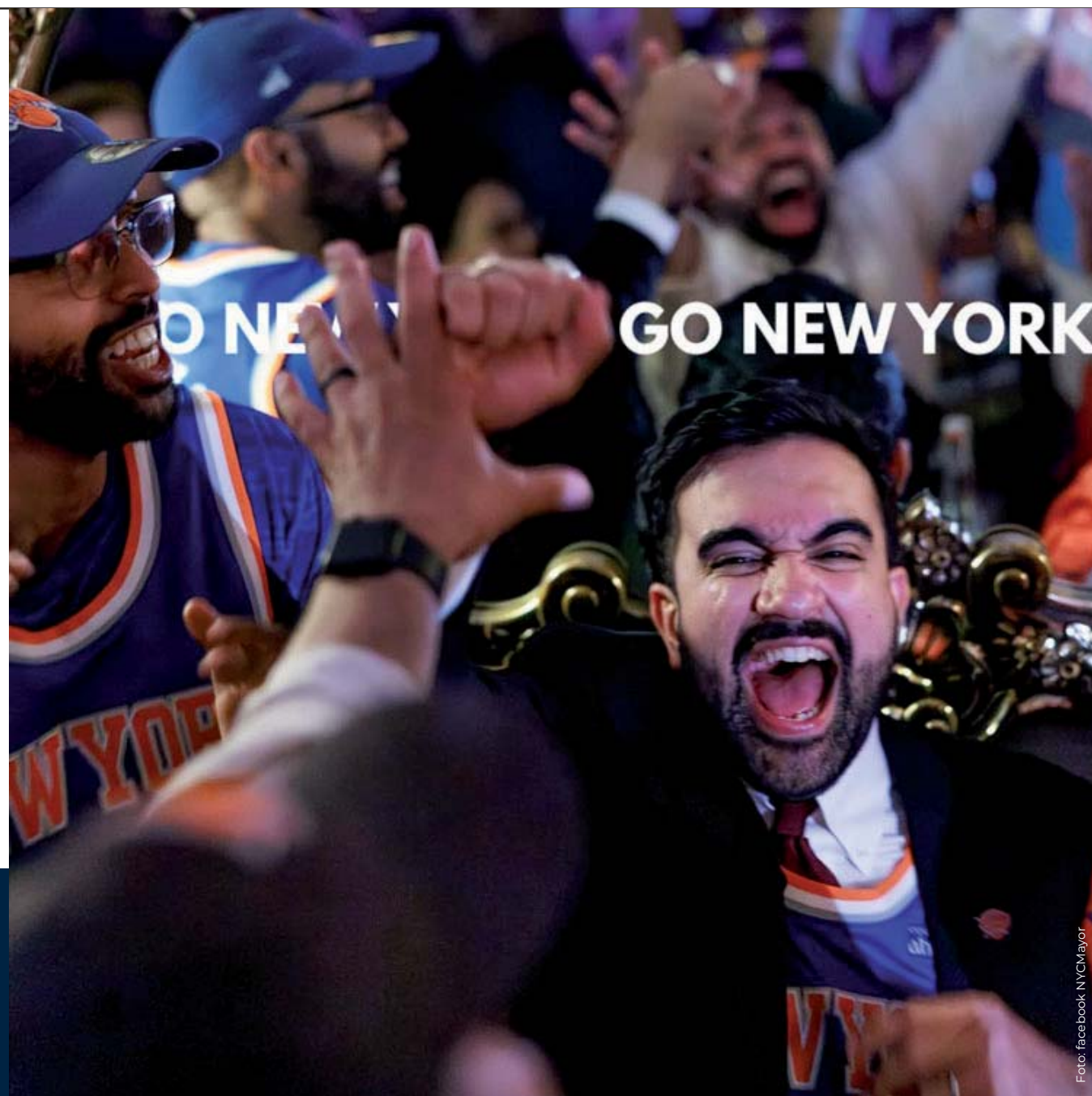
También cumplió la promesa de ponerse a trabajar para ayudar a las personas a poder vivir en su ciudad que estaba cada vez menos accesible a las personas comunes gracias a la gentrificación. En un par de semanas empezó a ponerle presión a los *slumlords*, dueños de edificios que se abusan de los inquilinos, no arreglan los inmuebles, y les cobran cada vez más alquiler.

Mamdani es fanático del Arsenal y de los Knicks. Su logo y marketing para su campaña en su fuente retro usó los colores azul y naranja en honor al equipo de basquetbol

La noche que ganó, algo cambió en el ámbito político en Estados Unidos. Muchos de nosotros no teníamos mucha esperanza de que fuera a ganar. El discurso que hizo la noche de las elecciones nos llenó de esperanza a muchos de nosotros, los que quisiéramos crear y ver un mundo mejor, de emoción y esperanza. Y desde ese momento no para de impresionarnos.

Hay un factor que no se está hablando mucho. Y es el factor *cool*, el factor de *aura* que tiene Mamdani. Primero que nada, es joven. No debe ser un choque tan grande ver a alguien joven, un *millennial*, en una posición tan importante en Estados Unidos, pero lo es. Es inmigrante. Es simpático. Es fanático del Arsenal y de los Knicks. Su logo y marketing para su campaña en su fuente retro usó los colores azul y naranja en honor al equipo de basquetbol, que de hecho está teniendo una temporada histórica, muchos creen que no es una coincidencia. Juega al fútbol en las calles con los niños en el Bronx. Usa instagram. Es una bocanada de aire fresco. Los jóvenes lo aman. Uno de los grupos más virales de apoyadores de Mamdani se llamaba “Hot Girls for Zohran”. En plena campaña, fue a un partido de los Knicks (a sentarse con la gente, no en los asientos de abajo) y terminó la noche en un club LGBTQIA+ bailando y cantando con el DJ.

La sociedad estaba hambrienta por un candidato como Zohran. Y desde que ganó, se levantó una ola demócrata



socialista que no se había visto hace mucho tiempo en este país. Porque cuando el fascismo es tan abierto como lo es bajo la administración de Donald Trump, la gente se despierta y quiere un cambio de verdad, no un cambio por un fascismo un poco más digerible como lo es el partido Demócrata *mainstream*. Cambio de verdad, y eso es lo que nos ofrece Mamdani.

En Jersey City, ciudad de New Jersey que está al otro lado del Río Hudson, hubo elecciones en las cuales un elegido hijo prójimo del partido Demócrata, Jim McGreevey, corrió contra varios candidatos más *grassroots*, y si bien había

opciones más parecidas a Mamdani, ganó James Solomon, quien está en contra de la gentrificación y de las pólizas terroríficas de ICE. También entraron de concejales dos candidatos del partido de Mamdani –Democratic Socialists of America–: Joel Brooks y Jake Ephros, ambos jóvenes y progresistas. Si no hubiera sido por el éxito de Mamdani, quién sabe cómo hubiera sido el resultado de las elecciones de Jersey City.

Unos meses después, hubo elecciones en un distrito congresual de New Jersey para reemplazar a Mikie Sherril, la actual gobernadora de New Jersey. A pesar de ser del Partido Demócrata, Sherril es

una candidata que puede ser definida como de centroderecha. En el distrito de donde viene, siempre se dijo que no podría ganar nadie progresista (el relato que hacen algunos liberales para continuar con el *statu quo*) ni que no fuera blanco/a.

Cuando empezó a nombrarse a Analilia Mejía, organizadora de sindicatos, apoyada por Bernie Sanders, antisionista, hablando del acceso a seguro médico y en contra de ICE, muchos pensaron que no sería posible, y hasta muchos demócratas la rechazaron al principio. Y sin embargo ganó. Una mujer latina y progresista en un distrito blanco y rico. Hizo lo imposible.

En otro distrito congresual de New Jersey en las primarias de junio, donde había para elegir entre doce candidatos, ganó Adam Hamawy, un médico que trabajó en Gaza.

Y cada vez que hay elecciones en Estados Unidos aparece un nuevo ganador que por lo menos se acerca más a los postulados que profesa Mamdani. A los liberales demócratas no les causa mucha gracia, pero tienen que apoyar como nos obligan a los izquierdistas, “vote blue no matter who.”

No se sabe si esto va a ser el principio de un cambio de verdad y radical, pero por lo menos nos da algo de esperanza a los que queremos ver y crear un mundo mejor.



Franca Roibal Fernández (Argentina - Uruguay) es doctora en Lengua y Estudios Latinoamericanos, profesora y jefa del departamento de Lenguas y Cultura y directora del Centro de Estudios Latinoamericanos, Caribeños y Latino/a/e/x en New Jersey City University.

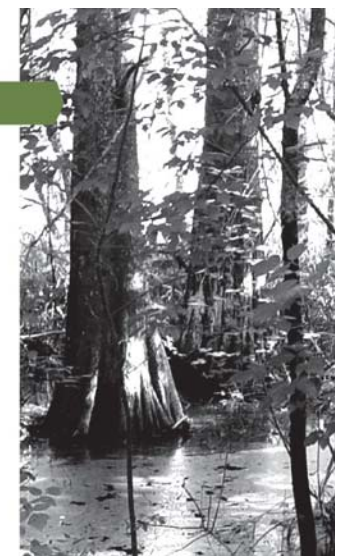
Ig: @drfrancaphd | Bsky: @drfrancaphd.bsky.social



NOVEDAD

GONZALO CARÁMBULA
**ECOSISTEMA
CULTURAL**

EDICIÓN A CARGO DE
DANILO URBANAVICIUS





MAPA ELECTORAL



Haití es el único país de América Latina y el Caribe que ha convocado elecciones para este trimestre. La primera vuelta de sus elecciones generales está programada para el 30 de agosto de 2026. De todas formas, la extrema violencia que vive el país y la frágil institucionalidad hace que sea muy incierto que se celebren los comicios.

Haití

Haití, el país más pobre del hemisferio occidental, se encuentra formalmente en camino hacia sus primeras elecciones generales en casi una década. Según el calendario del Consejo Electoral Provisional (CEP), la primera vuelta de las elecciones presidenciales, legislativas y locales está prevista para el 30 de agosto de 2026, con una posible segunda vuelta el 6 de diciembre de 2026. El nuevo presidente debería asumir el 7 de febrero de 2027.

En estos comicios se elegirá al presidente de la República por cinco años, los 30 escaños del Senado, los 119 miembros de la Cámara de Diputados, y numerosas autoridades municipales y locales.

Uno de los datos más llamativos de este proceso es la inscripción masiva de partidos. Entre el 2 y el 12 de marzo de 2026 se registraron 320 partidos y coaliciones ante el CEP. Tras la revisión, se aprobaron 282 formaciones



MAPA ELECTORAL

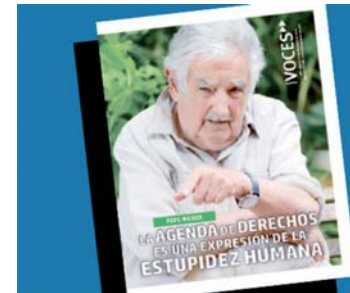
políticas para participar. Esta cifra récord muestra el gran interés de la clase política haitiana, pero también su extrema fragmentación, lo que augura un congreso muy dividido y posiblemente una difícil de gobernación.

La mayoría de los partidos coinciden en los diagnósticos: seguridad, reconstrucción institucional, lucha contra la pobreza extrema y el hambre, y atracción de inversión. Sin embargo, las soluciones difieren, mientras algunos enfatizan el diálogo nacional y la reconciliación otros proponen mano dura contra las pandillas. Temas como la diáspora, la reforma agraria y la soberanía económica también aparecen con frecuencia.

Aún no existen encuestas públicas confiables ni un candidato claro como favorito. Nombres como Edgard Leblanc Fils (OPL), Leslie Voltaire (Fanmi Lavalas), Claude Joseph (EDE) y algunos independientes del sector privado suenan con fuerza, pero la campaña oficial recién comenzará en marzo y todo puede cambiar drásticamente.

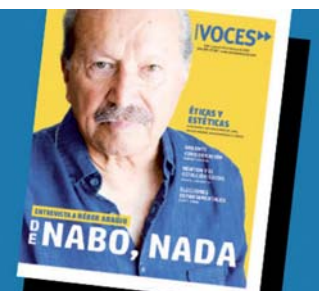
A pesar del avance formal, la realización de las elecciones es altamente incierta. Haití vive una crisis de seguridad extrema: pandillas armadas controlan gran parte de Puerto Príncipe y otras regiones, hay más de un millón de desplazados internos, hambruna aguda y un colapso casi total de las instituciones. El país no tiene presidente electo desde el asesinato de Jovenel Moïse en 2021 y el parlamento está inactivo desde 2019.

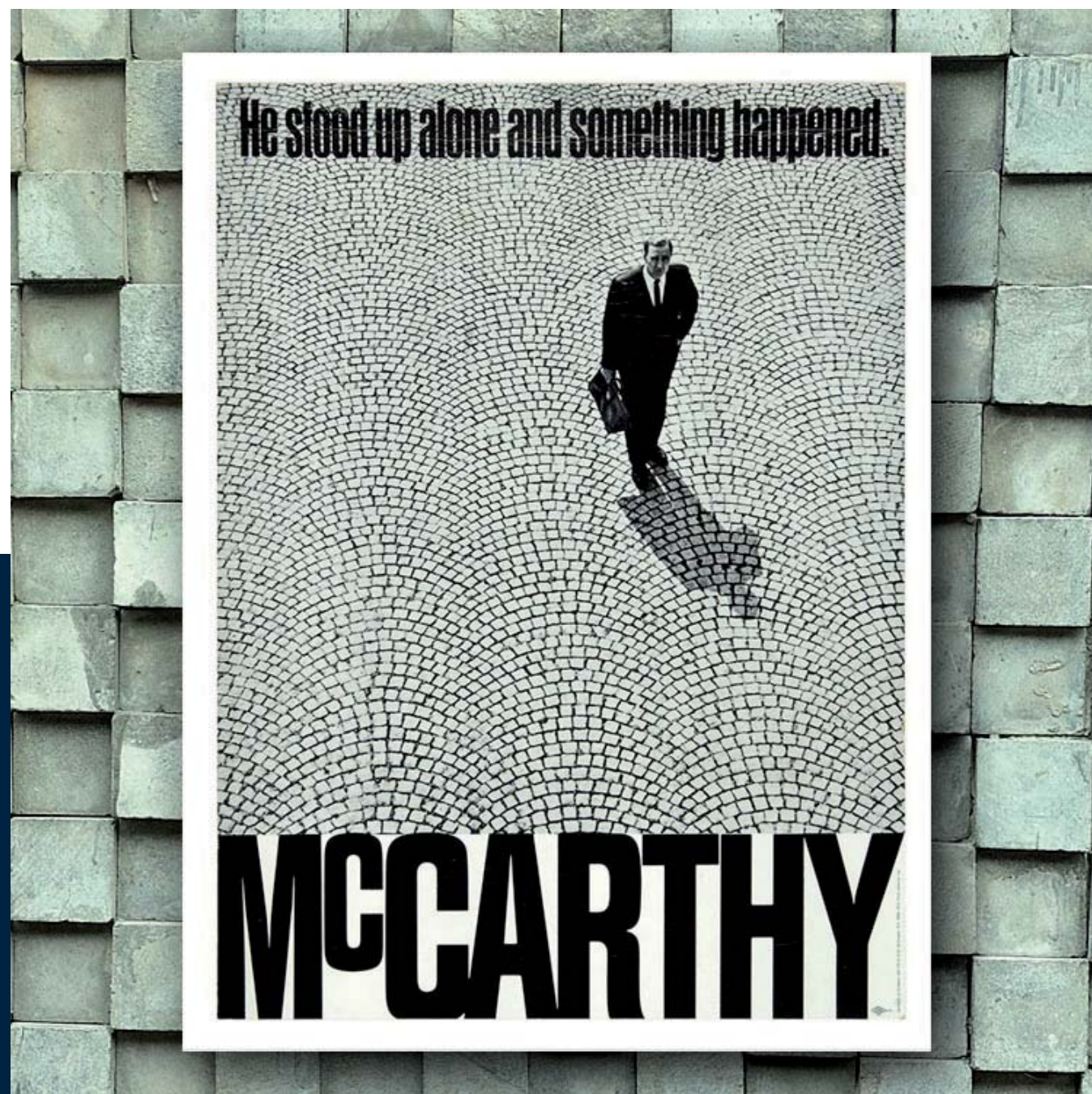
El primer ministro y diversas autoridades han reconocido públicamente que la situación actual no garantiza unas elecciones seguras en agosto. Faltan fondos, hay retrasos en el registro de votantes y no existe un control territorial mínimo en varias zonas. Aunque las elecciones aún no han sido suspendidas oficialmente, la gran mayoría de analistas y organismos internacionales consideran muy probable un nuevo aplazamiento si no mejora drásticamente la seguridad en los próximos meses.



**Por periodismo libre y heterogéneo
apoyá VOCES**

<http://semanariovoces.com/apoya-voces>





El hombre pequeño que hizo temblar al sistema

La historia de la comunicación política está llena de líderes que buscan verse más grandes de lo que son. Durante décadas, la propaganda electoral construyó una estética basada en la exaltación del poder. Por eso resulta tan fascinante que una de las piezas más inteligentes de la comunicación política moderna haya decidido hacer exactamente lo contrario.

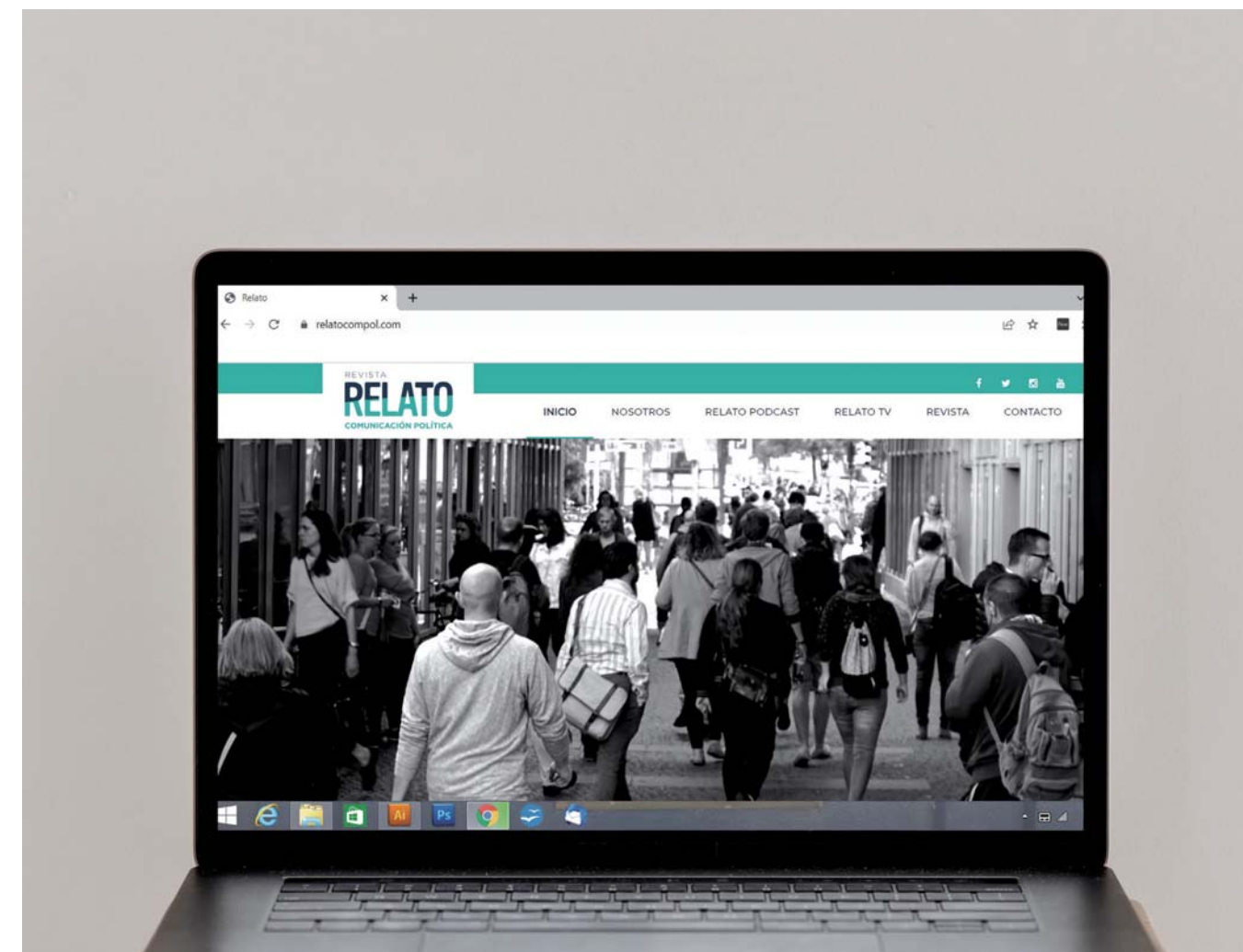
El afiche creado para la campaña presidencial de Eugene McCarthy en 1968 es una rareza visual. Una anomalía. Una joya de la comunicación política que sigue siendo estudiada porque comprendió algo que muchas campañas contemporáneas parecen haber olvidado: las grandes imágenes no siempre muestran poder; a veces muestran coraje.

Lo primero que observamos es una ausencia. No hay escenario. No hay bandera. No hay multitud. No hay espectáculo. Solamente vemos a un hombre caminando. Solo. Sobre él, una frase que funciona como declaración y sentencia: *"He stood up alone and something happened"*. (Se puso de pie solo y algo sucedió). La frase es sencilla, pero contiene toda la narrativa de la campaña. No habla de triunfo, ni

siquiera de liderazgo. Habla de un acto de valentía. De la decisión de levantarse cuando hacerlo implica quedarse aislado. Y eso era lo que representaba Eugene McCarthy al desafiar a un presidente en funciones de su propio partido en medio del debate nacional sobre la guerra de Vietnam.

La composición es su mayor acierto. Aproximadamente el 90 por ciento de la imagen está ocupado por espacio negativo. La plaza se extiende casi hasta el infinito. McCarthy aparece reducido a una figura mínima dentro de una inmensa superficie de piedra. En cualquier campaña moderna esto sería considerado un error. Las reglas tradicionales indican que el candidato debe ocupar el centro de la imagen, dominar el encuadre y proyectar autoridad. Aquí ocurre exactamente lo contrario.

La decisión visual comunica dos ideas simultáneamente. La primera es que el individuo es pequeño frente al sistema. La segunda es que una sola persona puede alterar la historia. La imagen y la frase cuentan exactamente la misma historia. Un hombre decide ponerse de pie. Y el sistema comienza a moverse.



SÍGUENOS EN NUESTRA WEB:
www.relatocompol.com

y en nuestras redes sociales



@relatocompol



@relato_compol



relato



@relatocompol



@relatocompol



Relato ComPol

RELATO

REVISTA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA