

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Comunicación

Maestría en Comunicación

Mención en Visualidad y Diversidades

La disputa en las imágenes

**Representación del poder y visualidad de la diferencia en la figura de Pedro
Castillo**

Jackeline Sofía Velarde Castillo

Tutor: Alex Schlenker

Quito, 2022



Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Jackeline Sofia Velarde Castillo, autora del trabajo intitulado “La disputa en las imágenes: Representación del poder y visualidad de la diferencia en la figura de Pedro Castillo”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Comunicación, Mención en Visualidad y Diversidades en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

31 de octubre de 2022

Firma: _____



Resumen

La presente investigación se acerca al análisis de la representación del poder y la visualidad propuesta por la(s) imagen(es) del actual presidente del Perú, Pedro Castillo, a través de la interpretación de dieciséis fotografías de circulación pública en distintos contextos.

La metodología empleada está construida en base a, sobre todo, lo propuesto por Gillian Rose (2019) quien toma en cuenta factores como el lugar de la producción de las imágenes, los soportes, los formatos, y las tecnologías; así como aquello referente a la composición, el contenido de la imagen, el color, la organización espacial y el “estado de ánimo” que expresa ésta. Es importante señalar que la intención no ha sido desarrollar un análisis semiótico, sino, interpretarlas a la luz de las definiciones construidas en torno a la representación del poder, a través de la visualidad.

A lo largo del texto se describe cómo la estética de Castillo rompe con lo elaborado por sus predecesores en los últimos 20 años de historia del Perú, para ello se elabora un breve resumen visual de candidatos/as y presidentes. Asimismo, se destaca la potencia de los símbolos en el personaje construido por Castillo para el convencimiento de sus electores, así como de la población una vez fue elegido mandatario.

Por otro lado, a través de la interpretación de las imágenes seleccionadas, se afirma cómo la estética propuesta por los principales medios de comunicación se enfrenta a la presentada por fotógrafos independientes con plataformas de menor alcance y, luego, a las imágenes construidas desde la presidencia.

A través de esta investigación se evidencia la relevancia que el actual gobierno del Perú le ha brindado a las imágenes construidas y circuladas del presidente; sin embargo, esto abre otro debate vinculado a la propiedad y el poder sobre las propias imágenes, desde lo visual, pero también desde lo político.

Palabras clave: presidente, política, elecciones, fotografía, Perú.

A María Bertha Marquina Barrera, en nombre de su presencia poderosa y eterna.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Andina Simón Bolívar por el espacio y la oportunidad para elaborar esta investigación.

A Alex Schlenker por la motivación y el acompañamiento riguroso y empático.

A Cathia Quintanilla por su ayuda oportuna.

A lo que sucede en mi país por las ganas, siempre contagiadas, de cuestionar, responder e intentar.

A Yvana y Alejandra, por el soporte y el corazón.

Tabla de contenidos

Figuras.....	13
Introducción.....	17
Capítulo primero: El contexto social y político del Perú, 20 años.....	19
Capítulo segundo: Representación del poder y visualidad de la diferencia.....	47
1. La representación del poder.....	47
2. La visualidad de la diferencia.....	52
3. Aldaír Mejía, un lente distinto (y útil).....	63
Capítulo tercero: El análisis de las imágenes, el candidato y el presidente.....	69
1. Las imágenes del candidato.....	71
2. Las imágenes del presidente desde adentro.....	82
3. El poder de la imagen y los contratos.....	87
4. La imagen del presidente desde afuera.....	90
Conclusiones.....	97
Lista de referencias.....	99

Figuras

Figura 1. Sin título, 2012, Alberto Fujimori.net.....	19
Figura 2. Logo de Perú Posible, s.f, Partido Político Perú Posible.....	21
Figura 3. Marcha de los Cuatro Suyos: Mitin en el Paseo de los Héroes Navales en el Centro de Lima, Verónica Salem / Archivo Histórico El Comercio, 2020, El Comercio.....	22
Figura 4. Alejandro Toledo con sus simpatizantes, 2010, Página de Facebook no oficial de Alejandro Toledo.....	22
Figura 5. El presidente Alejandro Toledo jura en una ceremonia simbólica en la ciudadela de Machu Picchu, Inés Menacho, 2001, El Comercio.....	23
Figura 6. Flyer promocional del partido político “Fuerza 2011”, 2011, Página de Facebook oficial de Keiko Sofia Fujimori Higuchi.....	25
Figura 7. Flyer promocional del partido político “Fuerza 2011”, 2011, Página de Facebook oficial de Keiko Sofia Fujimori Higuchi.....	26
Figura 8. Simpatizantes cargando fotos de Alberto Fujimori, 2012, Página de Facebook no oficial de Alberto Fujimori.....	27
Figura 9. Keiko Fujimori es la lideresa de Fuerza Popular, partido que recibió millonarios aportes de empresario y no los reportó a la ONPE, 2019, La República....	28
Figura 10. Candidato de Gana Perú - Ollanta Humala, 2011, Andina.....	28
Figura 11. Ollanta Humala, 2006, AFP, El Mundo.....	29
Figura 12. Afiche de la Campaña de Ollanta Humala durante las elecciones de 2006, 2009, Estrategia.....	31
Figura 13. Publicidad de “Gana Perú”, donde aparece Ollanta Humala acompañado de su esposa Nadine Heredia, 2011, Página de Facebook de Ollanta Humala Tasso.....	32
Figura 14. Elecciones Congresales 2011 - Conformación del Congreso de la República, según organización política, 2011, Jurado Nacional de Elecciones.....	33
Figura 15. Pedro Pablo Kuczynski con simpatizantes, 2015, Gestión.....	34
Figura 16. El candidato Pedro Pablo Kuczynski y su mascota el “PPKuy”, página web de Pedro Pablo Kuczynski, 2011, El Mundo.....	34
Figura 17. Distribución de escaños para el Congreso de la República 2016, 2016, Jurado Nacional de Elecciones.....	35

Figura 18. Manifestaciones por indulto a Fujimori marcaron el 25 diciembre hace un año, 2018, Eddy Ramos, Andina.....	36
Figura 19. Ciudadana durante una marcha, 2017, Jackeline Velarde Castillo.....	37
Figura 20. Presidente Vizcarra tomó juramento a Ministros de Estado, 2019, Presidencia del Perú, RPP.....	38
Figura 21. La movilización pretende ser una de las más grandes contra el gobierno actual, 2020, Johann Klug, La República.....	39
Figura 22. Joven alzando la bandera peruana frente a represión policial, 2020, RPP....	39
Figura 23. Captura de pantalla. Manuel Merino renuncia al cargo de presidente de la República tras caos y crisis en el Perú, 2020, TV Perú, Gestión.....	40
Figura 24. Afiche de la campaña de Keiko Fujimori 2021, 2021, Página de Facebook de Fuerza Popular.....	41
Figura 25. Afiche de la campaña de Pedro Castillo, 2021, Página de Facebook de Pedro Castillo Terrones.....	41
Figura 26. Marcha No a Keiko del 22 de mayo 2021 en el centro de Lima, 2021, Txolo, Wikipedia.....	42
Figura 27. Diferentes colectivos protestaron por las calles de Lima, en el marco de la “Marcha por la paz y la democracia”, 2021, Extra.....	43
Figura 28. Pedro Castillo en su recorrido como candidato presidencial, 2021, Prensa Latina.....	45
Figura 29. Ciudadanos se apostaron en el cerro Huaynarroque para escuchar mitin de Pedro Castillo, Perú Libre, 2021, La República.....	53
Figura 30. Movilización “Ni Una Menos” en Perú, 2019, La República.....	54
Figura 31. Manifestaciones por indulto a Fujimori, 2018, Eddy Ramos, Andina.....	54
Figura 32. Pedro Castillo asumió el cargo de Presidente de la República, 28 de julio del 2021, Diario La República.....	55
Figura 33. Captura de pantalla de video: Pedro Castillo en el debate presidencial organizado por el Jurado Nacional de Elecciones, 2021, Canal de Youtube El Comercio.....	57
Figura 34. Simpatizantes de Perú Libre, 2021, Aldaír Mejía.....	59
Figura 35. Ciudadana alzando la bandera peruana durante la marcha "por la paz y la democracia" en Lima, 2021, EFE, RPP.....	60

Figura 36. Familia en marcha "por la paz y la democracia" en Lima, 2021, EFE, RPP.	60
Figura 37. Portada del diario "El Comercio" del 31 de mayo del 2021, 2021, El Comercio.....	63
Figura 38. Cuenta de Aldair Mejía, 2022, Instagram.....	64
Figura 39. Pedro Castillo en la chacra en Tacabamba, 2021, Cuenta de Instagram de Aldair Mejía.....	65
Figura 40. Toma de mando del presidente de la República Pedro Castillo en la Pampa de la Quinoa, Aldair Mejía, 2021, El Peruano.....	67
Figura 41. Simulacro nacional de voto El Comercio - IPSOS, 2021, El Comercio.....	70
Figura 42. Pedro Castillo como dirigente sindical en la huelga nacional de docentes en el 2017, 2021, Andina.....	71
Figura 43. Pedro Castillo logró subir en las encuestas y posicionarse en la primera posición de las preferencias, según el resultado a boca de urna, Aldair Mejía, 2021, La República.....	73
Figura 44. Pedro Castillo se dirige a sus seguidores en la plaza de armas de Tacabamba en el departamento de Cajamarca, 2021, EFE.....	75
Figura 45. El candidato presidencial peruano Pedro Castillo, 2021, Zuma Press/Contactphoto, El Comercio.....	76
Figura 46. Pedro Castillo saliendo de la misa en el distrito de Anguía antes de conocer los resultados, 2021, Cuenta de Instagram de Aldair Mejía.....	78
Figura 47. Pedro Castillo recibiendo un abrazo de "suerte" por su padre y madre en su local de votación en Tacabamba, 2021, Cuenta de Instagram de Aldair Mejía.....	79
Figura 48. Pedro Castillo paseando en la Plaza de Armas de Tacabamba encima de un caballo denominado "Sol y Arena", 2021, Cuenta de Instagram de Aldair Mejía.....	80
Figura 49. Pedro Castillo desayuna con su familia, 2021, Cuenta de Instagram de Aldair Mejía.....	81
Figura 50. Pedro Castillo como presidente en los pasillos del Congreso de la República, 2021, Cuenta de Instagram de Aldair Mejía.....	83
Figura 51. Pedro Castillo en el salón dorado, 2021, Cuenta de Facebook de Aldair Mejía.....	85
Figura 52. Pedro Castillo saludando al periodista César Hildebrandt en Palacio de Gobierno, 2022, Cuenta de Facebook de Aldair Mejía.....	86

Figura 53. Pedro Castillo Pedro Castillo, brindó entrevista al periodista Fernando del Rincón de CNN en Español, 2022, Cuenta de Instagram de Aldair Mejía.....	87
Figura 54. Captura de pantalla de la cuenta de Aldair Mejía, 2022, Instagram.....	90
Figura 55. Pedro Castillo en su primera entrevista con el reconocido periodista César Hildebrandt en Palacio de Gobierno, 2022, Presidencia, La República.....	91
Figura 56. Pedro Castillo durante un avance en el programa “Panorama mundial” de CNN en Español, indicó que el jefe de Estado “está a favor de que eso (Bolivia tenga acceso al mar) ocurra”, 2022, Twitter, El Comercio.....	92
Figura 57. Pedro Castillo con Jair Bolsonaro suscribiendo acuerdos sobre salud, 2022, El Peruano.....	93
Figura 58. Presidente Pedro Castillo concluye este miércoles sus actividades en Nueva York. Por la mañana se reunió con António Guterres, Secretario General de la ONU, 2022, Cancillería, El Comercio.....	95

Introducción

¿Las imágenes en sí mismas tienen poder? ¿Las imágenes construyen o reproducen el poder? El problema en el que se inserta la presente investigación tiene que ver con la relación entre las imágenes y el poder, específicamente en el ámbito político.

La sociedad peruana atravesó el periodo de campañas políticas en el marco de las Elecciones Generales del 2021 en uno de los peores momentos a nivel social y económico a causa de la pandemia por la COVID-19, ello desembocó en una extremadamente polarizada segunda vuelta de la cual resultó electo como presidente, por primera vez, un candidato proveniente de un entorno rural y originario del mundo campesino. La intención inicial y más clara de esta investigación fue descubrir quién fue, quién es y quién quiere (y no) ser Pedro Castillo a través de las imágenes, en el marco de esas propias limitaciones.

La vida política formal en el Perú, como en varios otros países vecinos, ha sido muy convulsionada en los últimos años. Si bien todos estos procesos de transformación a nivel social son multicausales, la principal motivación para elaborar esta investigación fue desentrañar el papel de las imágenes en ellos. ¿Cómo la visualidad propone discursos que construyen o desbaratan hegemonías?

La investigación responde al objetivo de determinar cómo es que se representa el poder y qué tipo de visualidad propone la imagen de Pedro Castillo, a través del análisis y la interpretación de una selección de fotografías de circulación pública en dos diferentes momentos: durante su etapa de candidato a la presidencia y durante su etapa en el cargo de presidente de la República.

En el primer capítulo se recorrerá brevemente por la historia política del Perú en los últimos 20 años, post fujimorismo y lo que ha significado a nivel visual y simbólico, resaltando las imágenes producidas y circuladas de y por candidatos/as y presidentes.

A continuación, en el segundo capítulo se definirán teóricamente el poder y la visualidad, así como su relación para la construcción de sentidos y el mantenimiento de sistemas de ordenamiento social. Ello, específicamente vinculado con la imagen política y el poder de los discursos mediáticos.

Finalmente, en el tercer capítulo se analizará propiamente un conjunto de dieciséis (16) imágenes distribuidas de la siguiente manera: cuatro desde los medios de

comunicación mientras Pedro Castillo era candidato a la presidencia, cuatro desde el fotógrafo independiente Aldaír Mejía mientras Pedro Castillo era candidato a la presidencia, cuatro desde el fotógrafo de presidencia Aldaír Mejía mientras Pedro Castillo era presidente y cuatro desde los medios de comunicación mientras Pedro Castillo era presidente. En este recorrido se explorarán los simbolismos y estereotipos de las imágenes que componen cada etapa, tomando en cuenta el contexto sociopolítico y los discursos vinculados a las propias imágenes.

La investigación no pretende plantear la interpretación de la imagen de Pedro Castillo en relación con el poder como única, sino, a través de la selección de fotos, explicar las intenciones, vinculadas a los hechos sociales y políticos, para la construcción y circulación de imágenes que marquen claramente determinados significados para su posterior posicionamiento en la esfera pública.

Un análisis de este tipo es relevante para el campo de estudio porque crea un precedente de profundización en la cultura visual en sociedades como la peruana y su comportamiento cotidiano en el plano político, en una época en la que las formas en que operan las imágenes se están transformando constantemente. Además, contribuirá a guiar las aún escasas investigaciones que pretendan sumergirse en el mundo de las imágenes con la intención de develar sus operaciones, significados y relevancia a nivel político.

Si toda imagen es manipulada, toda manipulación tiene intención y toda intención es humana, la imagen política es un claro ejemplo de esto. En las siguientes páginas se propondrá una forma de entender la visualidad política del Perú, específicamente a partir de candidatos presidenciales y presidentes, en su historia reciente.

Esta investigación fue concluida en octubre del 2022; sin embargo, se han agregado notas finales, fuera del análisis elaborado, debido a que se consideró importante señalar lo que sucedió entre diciembre del 2022 y enero del 2023. Pedro Castillo fue vacado de la presidencia y puesto en prisión preventiva; le sucedió en el cargo Dina Boluarte, quien a la fecha encabeza un régimen en el que han muerto más de 60 personas en el marco del ejercicio de su derecho a la protesta ciudadana.

Capítulo primero

El contexto social y político del Perú, 20 años

Pedro Castillo fue nombrado el 28 de julio del 2021 como el presidente número 130 del Perú, además es el décimo mandatario del país en el periodo que va desde el año 2000. Castillo es el primer presidente de origen rural andino de nuestra historia, lo que ha significado un hito importante a nivel de representación. Sin embargo, no es sencillo afirmar de qué manera y a quién/es representa el presidente como figura de poder en el contexto político y social del Perú contemporáneo. Es en esa línea, la intención de esta investigación tiene que ver con analizar esta figura desde la visualidad.

Los últimos 20 años de historia republicana en el Perú han constituido un periodo inestable y lleno de sorpresas a nivel político, ubicado en la llamada “transición democrática”, que tuvo inicio en el año 2000. En aquel momento, cayó el régimen de Alberto Fujimori, lo cual significó el desmantelamiento de una gran red de corrupción y posesión de las instituciones por parte del gobierno. Solo para nombrar algunos, Fujimori, quien fuera presidente del Perú desde 1990 hasta el 2000, tras un largo juicio, fue condenado a múltiples penas privativas de la libertad y a la obligación de pagar reparaciones civiles por haber cometido, en su calidad de jefe de Estado, usurpación de funciones, homicidio calificado con alevosía, secuestro, delitos de corrupción, entre otros.



Figura 1. Sin título.

Fuente: Página web de Alberto Fujimori (2012)

Quien fuera presidente durante toda la década del noventa venía siendo cuestionado años antes del 2000 por corrupción y violación a los derechos humanos, entre otras acusaciones; sin embargo, tomó la decisión de postularse a las Elecciones Generales en el año 2000, mientras aún ejercía el cargo. Su principal opositor político fue Alejandro

Toledo, quien quedó segundo en el porcentaje de votos a nivel nacional (ONPE 2000), suscitándose, otra vez, una segunda vuelta electoral. Finalmente, se declaró ganador a Fujimori y muchas voces se alzaron para denunciar un supuesto fraude electoral. A pesar de ello fue investido y juramentó en una ceremonia oficial el 28 de julio de ese año.

La oposición no estaba nada conforme con lo que sucedía, es así como días antes de la juramentación se empezó a gestar la “Marcha de los 4 suyos” -encabezada por Toledo- que convocó a miles de personas a nivel nacional. Esta y otras manifestaciones sociales convocadas por sectores articulados marcaron una ruptura en la credibilidad y sostenibilidad del mandato del recientemente reelegido presidente.

Cuando los hechos delictivos del gobierno empezaron a salir a la luz a través de los medios de comunicación, en setiembre de ese año, la caída fue inminente. Días después, el presidente convocó lo más pronto posible a nuevas elecciones y dos meses después, renunciaría por fax a la Presidencia de la República desde Tokio, a donde había ido a participar de una actividad protocolar.

De esta manera, tras las Elecciones Generales del 2001 se alzó como presidente Alejandro Toledo, luego de ganarle a Alan García en una de las eternas segundas vueltas electorales peruanas, iniciando una nueva era que, mientras -en teoría- se han respetado las reglas democráticas, ha estado llena de convulsiones.

Aunque no es objeto de este trabajo analizar la visualidad y los modos de representación del poder en la figura del expresidente Toledo durante los cinco años de su mandato, es importante mencionar algunos marcados elementos visuales con los que vino armado y fue construyéndose para posicionarse en la esfera pública, a manera de precedente. El originario de Cabana, Ancash, había fundado el partido político “Perú Posible” en 1994, usando el símbolo Inca de la chakana¹ con una T en el medio. Así, fusionando la letra inicial de su apellido con el símbolo precolombino, se posicionaba en el imaginario visual como aquel gran caudillo incaico que tanto le hacía falta al país.

¹La chakana es la representación de un concepto que tiene múltiples niveles de complejidad de acuerdo con su uso. Constituye la síntesis de la cosmovisión andina, asimismo, es un concepto astronómico ligado a las estaciones del año. Se utiliza para dar sustento a la estirpe y es la historia viviente, en un anagrama de símbolos, que significan cada uno, una concepción filosófica y científica de la cultura andina.



Figura 2. Logo de Perú Posible.

Fuente: Partido Político Perú Posible, sin fecha.

El discurso en su etapa de candidato estuvo fuertemente marcado por su oposición rotunda al agonizante régimen anterior. Además, tras encabezar la manifestación ciudadana más grande de protesta hacia Fujimori en ese año, que no casualmente fue llamada “Marcha de los 4 Suyos”,² poseía gran aprobación popular y un panorama positivo para su consolidación como líder político.

“Porque nacen las auroras, luego de la oscuridad. Hoy quiero que florezcan mil formas de pensar. Ya se fue la dictadura, la esperanza crecerá. Con confianza y con futuro, con Toledo más”³ decía uno de los spots principales de aquella campaña presidencial en la que se presentaba como un candidato oriundo, usando poncho y otros elementos andinos en muchas apariciones públicas y cargando la chakana, símbolo oficial de su partido. No pasó mucho tiempo para que se haga popular su sobrenombre: “Cholo” Toledo.

² Refiriendo a la unión de los cuatro “Suyos” en los que se dividió el imperio incaico o Tahuantinsuyo: Chinchaysuyo, Antisuyo, Collasuyo y Contisuyo.

³ Se puede consultar el video completo en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=VGbrCTFKyMk&ab_channel=AlejandroToledo.



Figura 3. Marcha de los Cuatro Suyos: Mitin en el Paseo de los Héroes Navales en el Centro de Lima.

Fuente: Salem (2020)



Figura 4. Alejandro Toledo con sus simpatizantes.

Fuente: Página de Facebook de Alejandro Toledo (2010).

Un detalle no menos importante es que cuando Alejandro Toledo asumió el cargo de presidente, además de juramentar ante el Congreso de manera formal, también juramentó el 30 de julio del 2000 simbólicamente en Machu Picchu, siendo el único presidente en la historia en hacerlo.



Figura 5. El presidente Alejandro Toledo jura en una ceremonia simbólica en la ciudadela de Machu Picchu.

Fuente: Menacho (2001).

Dicho evento captó cámaras nacionales e internacionales, y generó novedad y algarabía en la ciudadanía que apostó por él en un país que acababa de salir del régimen más corrupto de su historia reciente. El nuevo presidente poseía una carga simbólica fuerte y fue construyendo cuidadosamente su Imagen durante sus cinco años de mandato. De esta manera, el imaginario del “chino”, un extranjero *outsider* que le robó y engañó al pueblo, fue reemplazado por el “cholo”, alguien oriundo en quien, quizá, sí se podía confiar. Sin embargo, a pesar de la narrativa del “Perú profundo” y sus raíces andinas apelando a la igualdad y reducción de la pobreza, su gobierno no se caracterizó por grandes reformas sociales sino, más bien, por la expansión económica, por ser un periodo de acumulación e incremento del PBI. En la actualidad, Alejandro Toledo se encuentra preso en Estados Unidos, con una orden de extradición pendiente, acusado de colusión, tráfico de influencias y lavado de activos (El Comercio 2022).

Según Dargent y Rousseau (2021), durante los primeros 15 años de la llamada “transición democrática” en el Perú, el Poder Ejecutivo venía logrando mantener cierto nivel de estabilidad y continuidad debido a su mayor fuerza frente a la oposición en el Congreso de la República en cada gobierno de turno.

Desde el 2002 las tasas anuales de crecimiento según el Producto Bruto Interno del país han sido siempre positivas, alcanzando su punto máximo en el 2006 con 14,9 %, solo cayendo estrepitosamente en el 2020 (INEI, s.f.) a causa de la pandemia y las distintas crisis ocasionadas. Al respecto el expresidente Alejandro Toledo publicaría años más tarde un libro titulado “Crecer para incluir”, en el cual describe el crecimiento económico y la inversión en políticas públicas durante sus cinco años de gobierno, desde su perspectiva. Los no menos importantes actores empresariales favorecidos por el modelo económico fueron fortalecidos durante todos estos años y defendían la continuidad de este (Dargent y Rousseau 2021, 378). En esa línea, los gobiernos han defendido también esta continuidad económica sin insertar algún tipo de transformación sustancial.

No es la intención de esta sección narrar a profundidad lo ocurrido en cada proceso electoral de nivel presidencial desde el 2000 hasta el 2022 y sus implicancias; sin embargo, es importante señalar cómo se venían enfrentando los partidos y las fuerzas políticas formales con propósitos electorales. Asimismo, también es evidente que existía una intención de ir virando las representaciones visuales del poder hacia otros significados, la juramentación simbólica de Toledo en Machu Picchu marcaba un precedente en la imagen de los mandatarios, cuestión que se analizará a profundidad cuando corresponda referirnos a Pedro Castillo.

También es relevante describir a grandes rasgos lo que significa el fujimorismo como partido y como movimiento en el Perú, su modo de operar y sus representantes para explicar lo que vendrá. Resulta, además, importante prestarle atención a la dimensión visual de las pugnas políticas partidistas, en el marco de un enfrentamiento constante en el que este partido ha sido protagonista durante, al menos, tres elecciones presidenciales consecutivas.

El fujimorismo dista mucho de haberse debilitado entre el 2000 y el 2010 que no tuvo un representante en la presidencia; todo lo contrario. Para las Elecciones Generales del 2006, en las que resultó electo como presidente por segunda vez Alan García, Keiko Fujimori intentó inscribir a su padre como candidato; sin embargo, este había sido inhabilitado para ejercer cargos públicos hasta el año 2011. Frente a ello, distintas fuerzas vinculadas al fujimorismo se unieron y formaron el partido “Alianza por el Futuro”, que obtuvo un nada despreciable 7,4 % de votos a nivel nacional en la lista presidencial y un 13 % en el Congreso de la República (ONPE 2006). A partir de ese momento no son pocos los esfuerzos a nivel de organización de bases que la fuerza política fujimorista

llevó a cabo. Keiko Fujimori, hija del encarcelado Alberto, fundó en el 2010 el partido político “Fuerza 2011” con la intención de convertirse en presidenta al año siguiente. En varias de las fotografías que componen las distintas piezas gráficas de propaganda de aquella campaña aparece con elementos distintos autóctonos a los andes y a la Amazonía peruana, cerca de la gente y con expresión gentil.



Figura 6. Flyer promocional del partido político “Fuerza 2011”.
Fuente: Página de Facebook de Keiko Sofia Fujimori Higuchi (2011).



Figura 7. Flyer promocional del partido político “Fuerza 2011”.
Fuente: Página de Facebook de Keiko Sofia Fujimori Higuchi (2011).

Como señala, Urrutia (2011), si bien el 2000 para muchos, como se narró en líneas anteriores, significó una disminución de la corrupción y el año de la recuperación de la democracia, para el movimiento fujimorista representa el año del inicio de la “persecución política” (Urrutia 2011, 3). Esta postura estuvo construida por sectores que posicionaban a Alberto Fujimori como aquel que salvó al país del terrorismo, ya que durante su gobierno se llevó a cabo la captura del líder del “Partido Comunista del Perú-Sendero Luminoso”, Abimael Guzmán, quien fue detenido en 1992 y hoy se encuentra cumpliendo cadena perpetua.

A esta narrativa de héroe social atribuida a Albero Fujimori, se le suma la noción de las grandes reformas económicas efectuadas en su gobierno, luego de la grave crisis en la que el país estuvo sumergido durante y después del primer gobierno de Alan García.

Es así como el discurso de ser perseguidos y de vivir una injusticia constantemente le permitió al fujimorismo definir enemigos políticos, movilizar emociones y organizar por primera vez desde sus orígenes una militancia; es decir, contribuyó a la creación de una identidad política (Urrutia 2001, 3).



Figura 8. Simpatizantes cargando fotos de Alberto Fujimori.

Fuente: Página de Facebook de Alberto Fujimori (2012).

Siguiendo con la línea de tiempo, el 2011 es la primera vez que Keiko se presenta oficialmente como candidata presidencial, con una campaña fuerte y con esfuerzos desplegados en muchas de las regiones del país. Sus mensajes centrales hacia la ciudadanía estuvieron vinculados principalmente al legado de su padre, así como las nociones señaladas anteriormente asociadas a la figura de Alberto Fujimori. Diez años después de la caída oficial del fujimorato, el recompuesto partido -ahora liderado por su hija mayor- y sus votantes parecían haber cobrado mucha fuerza.

El 10 de abril del 2011 se llevó a cabo la elección: el partido político “Gana Perú” con Ollanta Humala a la cabeza, sobre quien también nos referiremos en las páginas siguientes, se ubicó en el primer lugar con el 31,70 % de votos y “Fuerza 2011”, partido que fundó un año atrás Keiko Fujimori, se ubicó en el segundo lugar con 23,5 % de votos (ONPE 2011). Ello dio lugar a la segunda vuelta electoral que se celebró el 5 de junio del mismo año. En ambas campañas, tanto la de Humala como la de Keiko la imagen tuvo un rol central.



Figura 9. Keiko Fujimori es la lideresa de Fuerza Popular, partido que recibió millonarios aportes de empresario y no los reportó a la ONPE.

Fuente: La República (2019).



Figura 10. Candidato de Gana Perú - Ollanta Humala.

Fuente: Andina (2011).

A pesar de que las encuestas y sondeos publicados durante los meses anteriores de ese año ponían a Fujimori sobre Humala, quien venía de perder en segunda vuelta ante Alan García en las elecciones del 2006, el resultado final colocó a Ollanta en el sillón presidencial con el 51,45 % de los votos válidos.

A este punto, es necesario describir brevemente quién fue Humala como candidato y como presidente, así como, de manera general, la imagen política que construyó y

circuló y los mensajes centrales que lo acompañaron, tanto en el 2006 como en el 2011, cuando asumió la presidencia. Esto servirá de marco precedente para cuando nos refiramos específicamente a la visualidad y a la representación fotográfica del poder en la imagen de Pedro Castillo.

Ollanta Humala Tasso era un comandante del Ejército del Perú en retiro cuando en el 2005 fundó, junto a su esposa Nadine Heredia -quien más tarde cobraría mucho protagonismo-, el Partido Nacionalista Peruano, en adelante PNP. Hicieron campaña para las Elecciones Generales del 2006; sin embargo, como no alcanzaron a contar con una inscripción vigente ante el Jurado Nacional de Elecciones, Humala, finalmente, se postularía como candidato con Unión Por el Perú (UPP).



Figura 11. Ollanta Humala.
Fuente: El Mundo (2006).

Un documento que contiene las bases político-ideológicas del PNP señala lo siguiente respecto al nacionalismo propuesto por el partido:

el nacionalismo del Partido Nacionalista Peruano es moderno, democrático y popular y pretende organizar y movilizar al pueblo peruano en torno a un proyecto de nación donde todas y todos quepan, desde la defensa de nuestra soberanía y desde una concepción de la democracia como un desarrollo integral del conjunto de los ciudadanos que componen o forman nuestro plural país. En definitiva, un nacionalismo emancipatorio y de

liberación en base a un proyecto civilizatorio que se inscribe en la construcción de una Latinoamérica independiente y soberana, en un mundo solidario y en una Tierra habitable. (Ideario del Partido Nacionalista Peruano 2006, 21).

Si bien Humala postuló finalmente con UPP en el 2006, su imagen estuvo asociada al nacionalismo y al movimiento etnocacerista. Según Ostrowska (2010), la palabra etnocacerismo une dos conceptos: la identidad étnica y la estrategia militar; específicamente “cacerismo” alude al personaje de Andrés Avelino Cáceres, general del Ejército peruano que durante la Guerra del Pacífico lideró la resistencia campesina en la sierra andina. En 1989, Ollanta Humala Tasso y su hermano Antauro fundan la organización clandestina Militares Etnocaceristas (MEC).

Durante la campaña electoral a la presidencia del 2006, Ollanta fue asociado muchas veces a su pasado militar y su participación en movimientos de sublevación contra el régimen fujimorista como el “Locumbazo”, un suceso que ocurrió el 29 de octubre del año 2000. Los hermanos Humala y unos 66 soldados se rebelaron en Locumba (región de Tacna), los sublevados ocuparon la mina de Toquepala y demandaron la renuncia del presidente Alberto Fujimori. Durante cuatro semanas, los Humala y su tropa recorrieron el sur de los Andes peruanos con el objetivo de crear sobre la marcha el Nuevo Ejército Peruano y establecer una “zona etnocacerista” (Ostrowska 2010, 2), también se les unieron los reservistas y los veteranos de las luchas contra la guerrilla senderista y de la guerra del Cenepa. El 22 de noviembre de 2000, bajaron las armas cuando Valentín Paniagua fue nombrado presidente transitorio del Perú, tras la huida de Fujimori a Japón.

A Humala se le veía normalmente usando camisetas rojas, cerca de la gente y cargando el slogan “Amor por el Perú”. En la primera vuelta, ocupó el primer lugar con más del 30 % de los votos a nivel nacional, el segundo lugar lo ocuparía Alan García con 23 % de los votos (ONPE 2006).

Sin embargo, a pesar del gran apoyo que obtuvo meses antes, Ollanta perdió en segunda vuelta. Ello tras una campaña muy polarizada y agresiva, que en muchos casos respondió a la exacerbación de su postura ideológica de izquierda por parte del principal opositor, Alan García, y sus seguidores, frente a la ciudadanía. Asimismo, no faltaron las vinculaciones constantes con el entonces presidente venezolano Hugo Chávez, así como con el socialismo y el comunismo, discurso que sería repetido varias veces más en momentos similares de polarización política en las elecciones presidenciales del Perú.

Entre las elecciones del 2006 y la campaña política hacia el 2011, Ollanta Humala cambió mucho su imagen, sus mensajes y su estrategia. Se ha dicho mucho sobre que se

“centró” o que se hizo más hacia la derecha para evitar asociaciones con los fantasmas del comunismo. Cabanillas (2016) señala, usando un análisis comparado de los carteles de sus dos campañas y su relación con la imagen política del candidato, que, a mayor moderación del discurso nacionalista, mayor aceptación del electorado urbano. Es así como, conforme fue cambiando su estrategia, también fue aumentando su popularidad.



Figura 12. Afiche de la Campaña de Ollanta Humala durante las elecciones de 2006. Fuente: Estratégica (2009).



Figura 13. Publicidad de “Gana Perú”, aparece Ollanta Humala acompañado de su esposa Nadine Heredia.

Fuente: Página de Facebook de Ollanta Humala Tasso (2011).

Para el 2011, como se señaló en líneas anteriores, Humala no postuló a la presidencia con el PNP, sino con una coalición de partidos de izquierda que se llamó “Gana Perú”. El candidato, en este segundo intento, cambió el rojo por el blanco, se le empezó a ver casi siempre en apariciones públicas con su esposa. En muchos de los spots y entrevistas aparecían también sus hijos, mostrando un ánimo más familiar y un discurso más moderado. A la vez que crecía su popularidad, también usaba el antifujimorismo contra Keiko, que, como ya vimos, perdía por primera vez las elecciones presidenciales en segunda vuelta de manera muy apretada.

Si bien Keiko Fujimori perdió las elecciones en ese año, su partido no tuvo pocos representantes en el Congreso, logró colocar 37 congresistas, que representaron un 28 % (JNE 2011). Luego, Fuerza 2011 se aliaría con otras bancadas, en clara oposición al oficialismo, logrando fortalecerse y posicionarse en el Legislativo en los años venideros.

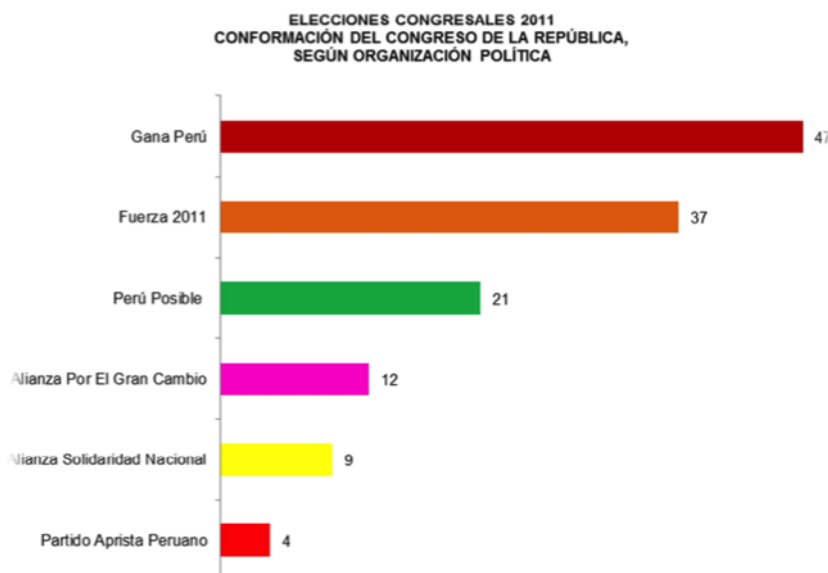


Figura 14. Elecciones Congresales 2011 - Conformación del Congreso de la República, según organización política.

Fuente: Jurado Nacional de Elecciones (2011).

En las elecciones del 2016, Pedro Pablo Kuczynski, candidato del partido Alianza por el Gran Cambio que ya había participado en las elecciones del 2011 quedando en tercer lugar, obtuvo 21 % de los votos válidos, mientras que Fujimori captó casi el 40 % de los votos a nivel nacional. Lo que, nuevamente, dio lugar a una segunda vuelta electoral. Dados los porcentajes, parecía claro que esta vez en segunda vuelta había una ganadora. Sin embargo, nuevamente, aunque las encuestas la posicionaron durante muchísimas semanas a la cabeza, conforme fue llegando la fecha de la elección, PPK, sobrenombre que le pusieron al que sería el siguiente presidente del Perú, iba repuntando. La imagen que la campaña construyó de PPK tuvo la intención de mostrar al candidato como alguien cercano a los jóvenes, vivaz, enérgico, lleno de vitalidad, algo que parecía muy difícil de conseguir tomando en cuenta que para entonces el candidato tenía 77 años.



Figura 15. Pedro Pablo Kuczynski con simpatizantes.
Fuente: Gestión (2015).

Pedro Pablo Kuczynski Godard era un economista que había sido parte del entorno muy cercano en el gobierno de Toledo, banquero y empresario con doble nacionalidad: peruana y polaca. Su estrategia fue disruptiva en tanto se intentó acercar, sobre todo, al público joven y a los no convencidos. Con una fuerte estrategia de marketing político, PPK logró que se le asocie con una renovación, con frescura y probidad. Los colores elegidos fueron el fucsia, el turquesa y el amarillo, construyó también una mascota de campaña política: el ppkuy. Un animal oriundo de los andes con estilo caricaturesco, muy asociado al espectáculo mediático que sabemos es útil a las campañas políticas.



Figura 16. El candidato Pedro Pablo Kuczynski y su mascota el “PPKuy”.
Fuente: El Mundo (2011).

La candidatura de PPK no significaba nada muy distinto a lo que proponía Fujimori, ambos en una línea neoliberal, hacia la derecha, defensores del status quo y junto a grandes sectores empresariales. Lo que el equipo que manejó la campaña de PPK se esforzó en hacer fue dibujarlo como un “presidente de lujo”. Sus estudios, su preparación, su experiencia; y, por qué no decirlo, su color de piel y sus rasgos físicos jugaron a favor del incremento paulatino de su popularidad y aprobación.

Es así como para la campaña del 2016 se fue haciendo cada vez más evidente que la fuerza antifujimorista era avasalladora en cada elección presidencial. A pesar de que Keiko Fujimori había alcanzado más del 40 % en primera vuelta, muchas fuerzas políticas se unieron en segunda vuelta para enfrentarla; se produjeron pactos, acuerdos y alianzas diversas en contra del fujimorismo; el antifujimorismo era en sí misma una fuerza política capaz de cambiar radicalmente resultados.

PPK le ganó en segunda vuelta a Keiko Fujimori por solo 0,24 % de los votos, en una apretadísima contienda. Sin embargo, en el Congreso de la República, Fuerza Popular logró 73 representantes, lo que significó el 56 % del total. La mayoría en el Legislativo esta vez era bastante clara y no iba a tardar en demostrarse.

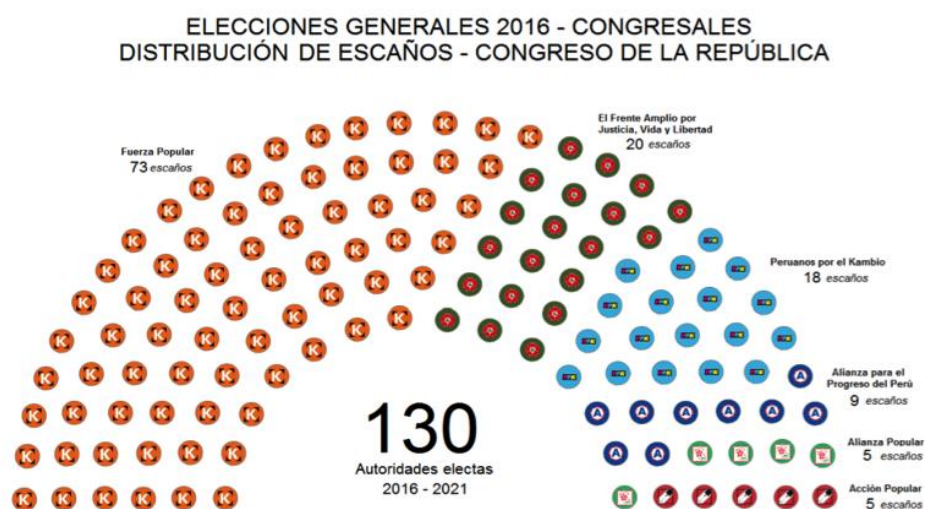


Figura 17. Distribución de escaños para el Congreso de la República 2016.
Fuente: Jurado Nacional de Elecciones (2016).

Como ya han señalado Dargent y Rousseau (2021), Fujimori en el 2016 demoró en aceptar los resultados de la elección y, luego, su bancada se dedicó casi exclusivamente a atacar al Ejecutivo con recursos como la interpelación y censura a ministros, así como

la amenaza de vacancia constante (Dargent y Rousseau 2021, 379). Evento que precedió a repetidos intentos de vacancia en los años que siguieron.

Solo un año después, para las fiestas navideñas del 2017, PPK se encontraba amenazado e intentó negociar con el fujimorismo, el resultado fue el anuncio de que le había ofrecido, en su calidad de presidente de la República, un indulto humanitario a Alberto Fujimori. Las protestas no se hicieron esperar, ese mismo día las calles del centro de Lima y otras regiones del país fueron llenadas por la ciudadanía indignada.



Figura 18. Manifestaciones por indulto a Fujimori marcaron el 25 diciembre hace un año. Fuente: Ramos (2018).

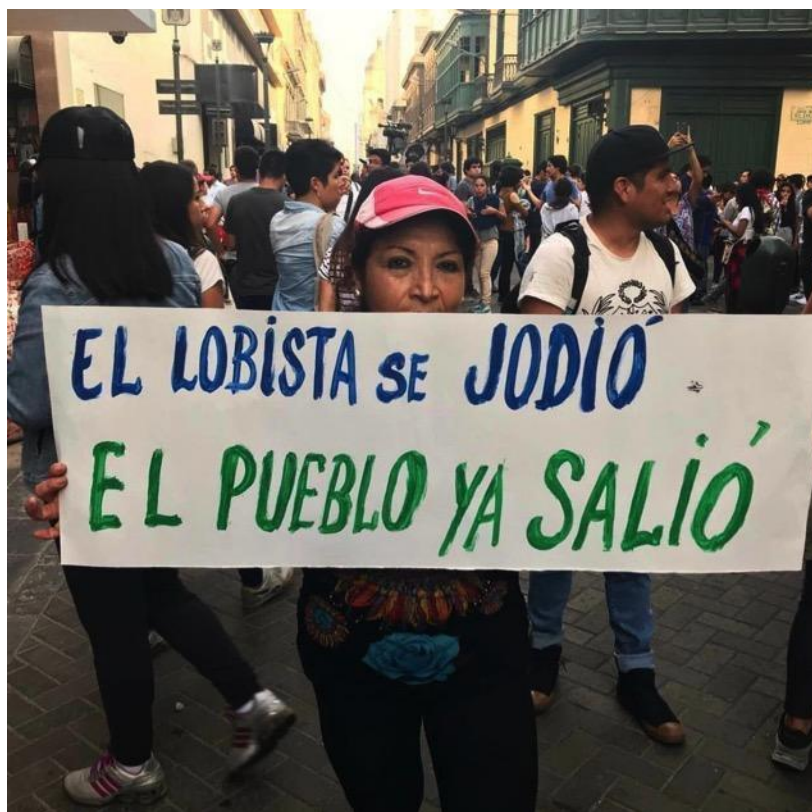


Figura 19. Ciudadana durante la marcha de protesta ante el indulto a Alberto Fujimori.
Fuente: Velarde (2017).

Poco tiempo después, PPK renunciaría a la presidencia, cuando la situación era ya insostenible. El 23 de marzo del 2018, entonces, asumió la presidencia automáticamente el vicepresidente, Martín Vizcarra, quien protagonizaría una etapa trascendental en la historia reciente del país.

Vizcarra no hizo campaña política, no era muy conocido más allá del círculo cercano del gobierno de turno, pero poseía experiencia como presidente regional de Moquegua entre el 2011 y el 2014. La recordación de su trabajo, en general, era positiva. Vizcarra gobernó desde el 2018 hasta fines del 2020, tuvo a su cargo las primeras respuestas a la pandemia del COVID-19 y desarrolló una estrategia de comunicación cara a cara con la ciudadanía vía mensajes a la nación diarios durante los primeros meses del 2020. Contó con una inusual aprobación y mucho apoyo de la ciudadanía, especialmente durante el 2020.



Figura 20. Presidente Vizcarra tomó juramento a ministros de Estado.
Fuente: RPP (2019).

La mayoría de las fotografías mostraban a Martín Vizcarra en una posición de liderazgo, como alguien con mucha simpatía y carisma, con un halo de glorificación y muy al estilo de “padre de la patria”. Lo que ha significado el gobierno de Vizcarra, la construcción de un nuevo tipo de relación entre gobernante y ciudadanía en la historia reciente del Perú, su propia imagen política es un gran tema para otra investigación. Terminó su gobierno, de manera intempestiva, con 77 % de aprobación ciudadana (La República 2020).

En noviembre del 2020, el Pleno del Congreso de la República admitió el pedido de vacancia del entonces presidente de la república Martín Vizcarra, argumentando incapacidad moral permanente para ejercer dicho cargo, incentivado por el fujimorismo y coaliciones que ya habían sacado de la ecuación a PPK. Esto, además, en un contexto desolador a nivel sanitario y económico a causa de la pandemia que venía golpeando fortísimo al país.

El 9 de noviembre, tras una serie de enfrentamientos entre el Ejecutivo y el Legislativo, con 105 votos a favor se aprobó la vacancia presidencial. Desde ese día se activaron las protestas y manifestaciones públicas a nivel nacional. Al día siguiente, Manuel Merino, presidente del Congreso de la República durante ese periodo, asumió como nuevo presidente del Perú. La ciudadanía en su mayoría rechazó tajantemente esta decisión, las protestas se agudizaron en todo el territorio nacional.

La primera gran marcha fue convocada para el jueves 12 de noviembre con la denominación “#FueraMerino”. Esta fue difundida principalmente a través de las redes

sociales, con punto de concentración en la Plaza San Martín, a la cual asistieron miles de personas.



Figura 21. La movilización pretende ser una de las más grandes contra el gobierno actual.
Fuente: Klug (2020).

La segunda gran marcha, denominada “¡Que se vayan todos!”, se convocó para el sábado 14 de noviembre, el clima político era cada vez más caótico e insostenible conforme transcurrían los días y la movilización contó con más episodios violentos. Al finalizar ese sábado, se informó de las muertes de Inti Sotelo (24 años) y Bryan Pintado (22 años), además de decenas de personas heridas a causa de la represión policial.



Figura 22. Joven alzando la bandera peruana frente a represión policial.
Fuente: RPP (2020).

Al día siguiente, el desenlace de la semana de conflicto fue que Manuel Merino diera un mensaje a la nación presentando su renuncia irrevocable al cargo de presidente de la República: “No habrá vacío de poder. Quiero hacer de conocimiento a todo el país que presenté mi renuncia al cargo de Presidencia de la República por lo que invocó a la paz, por lo que haré todos mis esfuerzos para la sucesión que corresponde”, alegó.



Figura 23. Captura de pantalla de video: Manuel Merino renuncia al cargo de presidente de la República tras crisis en el Perú.

Fuente: Gestión (2020).

Este periodo, además, destacó por los usos y efectos de los medios digitales para convocar, reportar, denunciar y acompañar. Señala Villanueva (2021,17) que:

En este contexto, el componente digital fue de suma importancia para el desarrollo del contragolpe. En esa tensa e intensa semana que duró desde la noche del 9 de noviembre hasta el mediodía del 15 de noviembre, en el Perú vivimos un evento local, pero reconocible como parte de una tendencia global [...] Particularmente, fue una colección de interacciones digitales que conectaron, amplificaron y multiplicaron las acciones en el ‘mundo real’.

Algo se transformó en las prácticas digitales en medio de la “nueva normalidad” y la crisis generalizada.

Tras la renuncia de Manuel Merino, el cese de las protestas, las muertes y las bombas, por sucesión constitucional, Francisco Sagasti asumió el cargo de presidente de transición desde noviembre 2020 hasta las nuevas elecciones convocadas para abril del año siguiente.

El 11 de abril de 2021, se realizó la última edición de las Elecciones Generales en el Perú, en las cuales participaron 18 candidatos presidenciales. Pedro Castillo y, nuevamente, Keiko Fujimori fueron los candidatos que pasarían a la segunda vuelta electoral. Con el conteo al 100 % de las actas, “Perú Libre”, partido político con el que se postuló Pedro Castillo, obtuvo el 18,921 % de los votos, mientras que “Fuerza Popular”, partido de Fujimori, consiguió el 13,407 % de votos válidos (ONPE 2021). Un punto para resaltar es que la suma de porcentajes de ambos partidos alcanzó solo un 32 %, reflejo de la atomización y volatilidad del voto en estas elecciones.



Figura 24. Afiche de la campaña de Keiko Fujimori 2021.
Fuente: Página de Facebook de Fuerza Popular (2021).



Figura 25. Afiche de la campaña de Pedro Castillo.
Fuente: Página de Facebook de Pedro Castillo Terrones (2021).

Los resultados de la primera vuelta electoral generaron gran sorpresa en la ciudadanía, Pedro Castillo había sido el candidato presidencial más votado y su candidatura se había desarrollado en el anonimato ante la prensa limeña, lo cual también se había reflejado en su baja posición en las encuestas publicadas previamente a la elección. El escenario electoral de la segunda vuelta se caracterizaría por una polarización entre la izquierda y la derecha, así como por una suerte de enfrentamiento entre los votantes de las otras regiones y los de la “capital”.

La segunda vuelta electoral generó un gran número de movilizaciones a nivel nacional, lideradas por distintos colectivos de ciudadanos. Uno de los primeros hitos de manifestaciones se llevó a cabo el sábado 22 de mayo con la primera marcha nacional, convocada en la Plaza San Martín, denominada #KeikoNoVa, a 15 días de la segunda vuelta. Participaron en esta movilización actores sociales como los familiares de las víctimas de esterilizaciones forzadas, representantes de los gremios de universidades nacionales y privadas, la Confederación General de Trabajadores del Perú (CGTP), promotores de las ollas comunes, comités comunitarios anti-COVID-19, trabajadores del arte, sindicatos, entre otros (La República 2021). La marcha se realizó en diversas partes del país (Lima, Cusco, Lambayeque, entre otras regiones.), así como también en otras ciudades del mundo con residentes peruanos.



Figura 26. Marcha No a Keiko del 22 de mayo 2021 en el centro de Lima.
Fuente: Txolo (2021).

Una semana después, se realizó la “Caravana cívica por la familia y la democracia” y la Marcha “por la paz y la democracia” para manifestar la postura a favor de la continuidad de la “democracia”, el rechazo al comunismo y al terrorismo, además del apoyo a la candidatura de Keiko Fujimori. De modo que, para el sábado 29 de mayo, la caravana fue convocada por diversos colectivos ciudadanos y tuvo como punto de partida el Estadio Monumental de Ate para culminar en la Avenida La Peruanidad, en Jesús María (El Comercio 2021). Asimismo, la marcha “por la paz y la democracia” fue convocada con punto de concentración en la Plaza San Martín.



Figura 27. Diferentes colectivos protestaron por las calles de Lima, en el marco de la “Marcha por la paz y la democracia”.
Fuente: Extra (2021).

Ahora bien, el entonces candidato Pedro Castillo comenzó la segunda vuelta liderando las encuestas de intención de voto, colocándose como favorito; sin embargo, a medida que avanzaron las semanas el escenario cambió. En el último simulacro publicable del diario El Comercio – Ipsos, el margen de diferencia porcentual entre intención de voto para ambos candidatos se había recortado. Por un lado, el representante de Perú Libre contaba con un 51,1 % de los votos válidos, mientras que a Keiko Fujimori obtenía un 48,9 % a una semana de la segunda vuelta. En ese escenario, cualquier movimiento de los entonces candidatos podría ser decisivo para la elección del ganador.

Según una recopilación hecha en base a los principales medios de comunicación con plataformas digitales en el Perú, entre los meses de abril y julio del 2021 (tiempo que duró la campaña de la segunda vuelta electoral), hubo, aproximadamente, 26 movilizaciones ciudadanas de apoyo o de rechazo hacia alguno de los dos candidatos que compitieron en la segunda vuelta electoral.

Finalmente, el 06 de junio se llevó a cabo la segunda vuelta electoral. En resultados a boca urna, la encuestadora colocó como ganadora a la candidata de Fuerza Popular con un 50,3 %, mientras que Pedro Castillo obtenía el 49,7 % (IPSOS 2021). Sin embargo, el contexto cambió con el anuncio del conteo rápido al 100 %. La encuestadora colocaba a Pedro Castillo como ganador, mientras que Keiko Fujimori pasaba al segundo lugar (IPSOS 2021). La diferencia entre ambos candidatos era mínima.

Durante las siguientes semanas, los simpatizantes de Perú Libre pernoctarían a los exteriores del Jurado Nacional de Elecciones con la consigna de “defender la voluntad popular” expresada en las urnas hacia Perú Libre, ante las declaraciones de Keiko Fujimori de comenzar acciones de nulidad de mesa y auditoría para las elecciones. Mientras que Fuerza Popular, simpatizantes del partido, y otras organizaciones convocaron movilizaciones y caravanas bajo la consigna “respeto mi voto” para la defensa de los votos dirigidos hacia la candidata Fujimori, además de acampar al exterior del Palacio de Justicia.

Aproximadamente, luego de un mes y medio, la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) anunció que Pedro Castillo era el ganador al 100 % de actas contabilizadas (ONPE 2021). De modo que, el 19 de julio el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) proclamó a Castillo como presidente electo, y el 28 de julio asumió la presidencia de la República del Perú. Castillo juramentaría el 29 de julio del 2021 de manera simbólica en Ayacucho con un estilo visual particular a la tradición política del Perú, lo que se revisará más adelante.

El actual presidente del Perú, que hasta abril del 2021 era un “desconocido” para los grandes medios y la opinión pública, es profesor y rondero,⁴ oriundo de Chota, Cajamarca, el que -no se sabe bien cómo- venció a Fujimori quien ha acumulado su tercera derrota histórica en elecciones presidenciales. Pedro Castillo será el foco del

⁴ Se les llama ronderos a los miembros de los Comités de Autodefensa Civil, también llamados rondas campesinas, que surgen en el sur andino del Perú como respuesta a la violencia terrorista cometida por Sendero Luminoso.

análisis que en los capítulos siguientes se centrará en la visualidad y en la representación fotográfica del poder.



Figura 28. Pedro Castillo en su recorrido como candidato presidencial.
Fuente: Latina (2021).

Capítulo segundo

Representación del poder y visualidad de la diferencia

1. La representación del poder

El término *poder* proviene del latín que significa ser capaz, tener fuerza para algo, o lo que es lo mismo, ser potente para lograr el dominio o posesión de un objeto físico o concreto, o para el desarrollo de tipo moral, político o científico (Ávila 2008). El poder ordena, clasifica y construye todo tipo de relación entre las personas.

Michel Foucault (1975) analiza cuáles son los mecanismos, implicaciones y relaciones del poder, así como los distintos dispositivos que se utilizan en la sociedad para ejercerlo. Señala que: “Hay que admitir en suma que este poder se ejerce más que se posee, que no es el ‘privilegio’ adquirido o conservado de la clase dominante, sino el efecto de conjunto de sus posiciones estratégicas, efecto que manifiesta y a veces acompaña la posición de aquellos que no son dominados” (Foucault 1989, 33). El poder, dice, no se aplica inevitablemente sobre los que no lo poseen, sino que se apoya sobre ellos como un conjunto de fuerzas que los atraviesan; de ahí se desprende la complejidad de sus puntos de enfrentamiento y focos de inestabilidad (Foucault 1989, 34). En esta línea, no habría una relación unidireccional en el ejercicio del poder sino, más bien, un conjunto de fuerzas y tensiones que lo van construyendo y a través del cual se va moviendo.

En el caso del campo político peruano, la dinámica del poder en las relaciones jerárquicas de raza, género y clase se arrastra, con diversas transformaciones, desde la época colonial. Si nos referimos específicamente del ámbito racial, la estructura tiene en la punta de la pirámide a lo percibido como blanco, seguido por lo blanco-mestizo, dejando en la base a lo indígena (andino y amazónico), a lo afroperuano y a otras identidades raciales minoritarias. Mientras que, en el ámbito de las clases sociales, existe un sistema de clases también racializado, en el que influyen características tan diversas como el origen, la etnia, el color de piel, la lengua, las costumbres, las vestimentas, entre otras. Incluso el dinero o el poder adquisitivo son indicadores que dependen de los demás atributos raciales para ordenar a las personas en la pirámide del poder.

En el marco de esta investigación, luego de definir convenientemente lo que se entiende por poder, es necesario posicionar la mirada sobre la estructura mundial y cómo

se ha construido el orden global para llegar a la sociedad en la cual se enmarca este análisis. El trabajo de Enrique Dussel (1998) es relevante en este punto por su interés en describir minuciosamente los flujos de poder y el nacimiento de la “modernidad” que gestiona la centralidad y la universalidad en el mundo contemporáneo.

Cuando Dussel se refiere a la noción occidental de modernidad, que toma a Europa como centro, se refiere a un “sistema-mundo”, término que toma de Immanuel Wallerstein y que se le abre precisamente al centro del continente. Se inicia la construcción de un imaginario único, a través del uso de distintas herramientas clasificatorias y simbólicas. Esto, a diferencia de la noción de modernidad hispánica, humanista y renacentista, implica una nueva comprensión de la totalidad del mundo de la vida, la relación con la naturaleza, ante la propia subjetividad, ante la comunidad e incluso una nueva actitud económica (Dussel 2009, 59).

Según esta lógica, la modernidad ordena al mundo desde Europa y para Europa, las formas de vivir y de construir humanidad tendrán que ver con la instalación de un régimen racional y un único tipo de conocimiento “válido”. Esto, inevitablemente, estará relacionado con la negación de otras formas de comprensión y existencia y relacionamiento entre seres en el mundo, así como la negación de otros saberes y conocimientos que se originan en otros territorios.

Dussel, además, plantea que el estadio civilizatorio actual tiene dos límites principales: la destrucción ecológica del planeta y la destrucción de la misma humanidad. Dado que propone un modo de vida único, una medida de éxito y un tipo de consumo se ha concebido en una lógica de planeta con recursos inagotables e infinitos. El autor señala que:

El capital que vence todas las barreras pone cada vez más tiempo absoluto en el trabajo, cuando no puede superar este límite, entonces aumenta la productividad por la tecnología [...] el desempleado no gana salario y el dinero es la única mediación en el mercado por la que se puede adquirir mercancías para satisfacer las necesidades [...] Aumenta así la proporción de sujetos necesitados no solventes. (Dussel 2009, 65)

La devastación, la pobreza y la miseria serán, entonces, los límites del capital en esta forma de existencia. Una de las leyes de esta modernidad será que se acumula miseria proporcionalmente a la acumulación de capital en un círculo vicioso que parece no tener fin. Esto genera consecuencias muy diferenciadas según cada territorio y población, ello estará vinculado a su ubicación en el sistema de poder que a diferencia de la concepción que sugiere Foucault (ref.) está concentrado en un reducido grupo de personas que se

asumen como superiores, en tanto blancos, católicos, europeos, letrados en el marco de la cultura “universal” grecolatina y poseedores de una lengua que desconoce a las lenguas amerindias.

En el Perú, por ejemplo, existen 48 lenguas originarias y más de cuatro millones de hablantes (MINCUL s.f.); sin embargo, la gran mayoría de servicios, materiales educativos e información oficial relevante para la ciudadanía solo toma en cuenta al castellano, como lengua homogenizante. Esto representa un obstáculo para el acceso a derechos de las poblaciones hablantes de lenguas distintas al castellano.

Los efectos de lo que trae la modernidad, en concordancia con el capitalismo como sistema, no son difíciles de notar en el caso de los países del sur global. Durante las últimas décadas, casi todos los países latinoamericanos han vivido una fuerte transformación en su clase política, particularmente en los últimos años. Una larga lista de países ha experimentado cambios importantes en las orientaciones ideológicas no solo de sus jefes de Estado, sino también en las redes de poder político que determinan sus agendas nacionales (Ackerman 2015, 4). El Perú no ha sido la excepción.

Dussel también plantea que territorios como América Latina, África y Asia poseen una especie de voluntad de sobrevivencia como desarrollo de la propia vida humana que generan fricción y resistencia ante el sistema hegemónico contemporáneo que pretende presentar un solo “mundo humano”, excluyendo a los “otros” en el margen (Dussel 2009, 66). Sin embargo, es preciso aclarar que estos territorios no son homogéneos, que los deseos, expectativas y trayectorias de vida de las poblaciones, en su mayoría y sobre todo en la contemporaneidad, siguen los modelos clásicos impuestos por la hegemonía y los enfrentamientos y conflictos se generan también a la interna con consecuencias muchas veces gravísimas.

Para hablar de hegemonía, también es importante mencionar a Gramsci (1967), quien le brinda un lugar central a este concepto en la dominación del capitalismo. Principalmente, nos dice, la hegemonía es ese consenso a través del cual la clase dominante impone a la sociedad un sistema de significados propios, un sistema que nos dice qué está bien y qué es correcto, que ayuda a perpetuarlo. Para él, son tres las vías por las cuales se difunde la hegemonía cultural: la educación, la religión y los medios de comunicación. Es esta última vía la que cobra especial relevancia para el objeto de esta investigación.

Al respecto, Gramsci también afirma que “la clase dominante ejerce su poder no sólo por la coacción, sino porque logra imponer su visión del mundo [...], lo que favorece el reconocimiento de su dominación por las clases dominadas”. Es así como:

El grupo dominante es coordinado concretamente con los intereses generales de los grupos subordinados y la vida estatal es concebida como una formación y superación continua de equilibrios inestables entre los intereses del grupo fundamental y los de los grupos subordinados, equilibrios donde los intereses del grupo dominante prevalecen hasta cierto punto, o sea, hasta el punto en que chocan con el mezquino interés económico-corporativo. (Gramsci 1978, 72)

En esta disputa por el sentido los medios de comunicación juegan un rol central. Refiriéndonos a la campaña electoral del 2021 en el Perú, si bien durante la primera vuelta las posiciones mediáticas fueron en cierta medida variadas -con la clásica inclinación de apoyo hacia las propuestas políticas de derecha y a propuestas liberales vinculadas a los grupos empresariales-, en la segunda vuelta el apoyo a Fujimori fue explícito en la mayoría de los medios escritos, televisivos, radiales y digitales, principalmente limeños.

Para Jesús Martín-Barbero (2003), la mediación es, principalmente, una posibilidad de pensar no dualistamente, que atiende temas como lo masivo en la sociedad y la relación de la gente con los medios. En esa línea, la mediación está centrada en lo popular, esto cobra particular sentido cuando se refiere especialmente a la falta que hace el reconocimiento de lo popular para comprender la cultura y los modos de vida en los países de América Latina, a diferencia de otros espacios.

Lo distintivo de la propuesta de Martín-Barbero radica, sobre todo, en entender que los usos de la comunicación no son individuales sino sociales. Otra de las características de su propuesta consiste en que el énfasis se descentra del impacto directo de un medio a su audiencia, para reubicarse en la convergencia implicada en el uso, el “in between”, a lo que él también llamaría el “entre”.

Asimismo, Carlos Scolari (2008) propone el concepto de “hipermediación”. Señala que “son procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos medios y lenguajes interconectados tecnológicamente”. Plantea que, en esta época, los “nuevos medios” en el entorno digital están generando nuevas subjetividades espaciotemporales en un contexto de movilidad y pluri ubicuidad.

En el entendimiento de la hegemonía y las formas de construcción de sentidos a partir de los medios de comunicación, se sitúa a la prensa como la parte más dinámica de

la superestructura ideológica de las clases dominantes. El objetivo será fijar orientaciones generales para la comprensión de los hechos, “así en la perspectiva gramsciana, la prensa, el periodismo y los periodistas son agentes históricos esenciales para la formación de la opinión pública, interfiriendo en los procesos de conservación o cambio de las formas de hegemonía” (de Moraes 2013, 101). Lo que la gente opina, o incluso, lo que la gente decide estará también condicionado por cómo la prensa y los medios elaboran discursos favorables a la mantención de la hegemonía.

También es importante señalar que lo propuesto por Gramsci está muy acotado a su contexto y a la época; sin embargo, sus descripciones son útiles para analizar de qué manera funcionan los medios de comunicación contemporáneos, en su mayoría virando con cada vez más fuerza hacia lo digital. Entonces, es relevante entender, no solamente la producción de mensajes, sino su circulación en canales rápidos y de fácil acceso como el internet.

Según el “Informe de consumo de medios” elaborado por Havas Perú en 2020, los encuestados consumen 7% más el formato digital que la versión impresa de los diarios en circulación a nivel nacional. Asimismo, para el 2021, se proyectó que el 28 % de personas consumiría más periódicos digitales; y un 47 % consumirá menos periódicos impresos. Las prácticas se han ido transformando, con mucha más prisa del 2020 en adelante, a partir de la pandemia y los giros hacia la virtualidad y la hibridez.

Ahora bien, para Stuart Hall (2010), la noción de hegemonía implica una política de identificación del imaginario. Es así que sostiene que el principal campo de acción de los medios de comunicación es la producción y la transformación de las ideologías. En esa línea:

las ideologías “trabajan” construyendo para sus sujetos posiciones de identificación y conocimiento que les permiten “proferir” verdades ideológicas como si fueran sus legítimos autores. Esto no se debe a que emanan de nuestra experiencia más íntima, unificada y auténtica, sino a que nos vemos reflejados en las posiciones que hay en el centro de los discursos desde los cuales “cobran sentido” las afirmaciones que hacemos. (Hall 2010, 299)

Es así como señala que en las sociedades modernas los medios de comunicación son sitios de especial importancia para la producción, reproducción y transformación de las ideologías. Afirma que “lo que ellos producen es, precisamente, representaciones del mundo social, imágenes, descripciones, explicaciones y marcos para entender cómo es el mundo y cómo funciona de la manera como se dice y se muestra que funciona” (Hall

2010, 300). Los medios ordenan también en qué creemos y hasta lo que sentimos, debido a ello su poder e influencia no son menores.

2. La visualidad de la diferencia

Una vez entendida la hegemonía como la forma en la que es dominado el mundo a través de, entre otras cosas, las construcciones culturales que disemina la clase dominante, también es importante señalar que la visualidad es crucial para aquella construcción de representación y sentido. Así, como señala Gillian Rose (2019), las imágenes representan al mundo, construyen la visualidad, un determinado régimen escópico. Para referirse a la *reproducción* del mundo, la autora señala que:

Evidentemente estamos constantemente rodeados por diferentes tipos de tecnologías visuales, como por ejemplo fotografía, cine, video, gráficos digitales, televisión, acrílicos, y las imágenes que nos muestran los programas de TV, la publicidad, las instantáneas, las páginas de Facebook, la escultura pública, las películas, los circuitos cerrados de televisión, las imágenes en los periódicos, los cuadros. Todos estos tipos de tecnologías e imágenes diferentes nos ofrecen visiones del mundo; reproducen el mundo en términos visuales. (Rose 2019, 41)

Es importante, además, mencionar lo que propone Rose cuando se refiere a *visualidad* y *dominación*. Para la autora, ciertas instituciones movilizan formas de visualización específicas para ver y para ordenar el mundo. Sin embargo, en esa línea, si una visualidad dominante niega la validez de otros modos de representar la diferencia social. Si una visualidad dominante- que podríamos catalogar como hegemónica- está organizando la información y la cognición visual, otros flujos también son posibles. El régimen escópico dominante/hegemónico no será pues algo incontestable.

Lo mencionado anteriormente respecto a los medios, la visualidad y el poder no será ajeno a las campañas políticas y a todos aquellos elementos que analizan la comunicación política. Esta se define cómo el análisis de la relación entre actores políticos, medios de comunicación y ciudadanía; asimismo, se divide principalmente en tres tipos: comunicación electoral, comunicación de gobierno y comunicación ciudadana.

No es novedad en nuestra época el reconocimiento progresivo del poder de las imágenes y la curiosidad general cada vez mayor por definir cómo operan a nivel social, político y económico. Las campañas políticas, las movilizaciones ciudadanas, las protestas sociales, todas ellas están constituidas por imágenes y, muchas veces, son éstas las que determinan el curso de los acontecimientos y las decisiones que rigen las vidas de las personas.

Así por ejemplo, vale la pena destacar la fotografía de uno de los mítines de Pedro Castillo en Puno en su camino a la segunda vuelta electoral en mayo del 2021 en el que llenó de gente los cerros; o la fotografía aérea de la movilización “Ni Una Menos” en Perú que marcó un precedente en defensa de los derechos de las mujeres en 2016; o la fotografía de la navidad en la cual PPK le otorgó el indulto a Alberto Fujmori, cientos de personas pasaron el 25 de diciembre protestando y haciendo presión popular, cinco meses después la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) se pronunciaría y cinco meses luego el expresidente volvería a prisión.



Figura 29. Ciudadanos se apostaron en el cerro Huaynarroque para escuchar mitin de Pedro Castillo.

Fuente: La República (2021).



Figura 30. Movilización “Ni Una Menos” en Perú.
Fuente: La República (2019).



Figura 31. Manifestación contra el indulto a Fujimori.
Fuente: Ramos (2018).

En el caso de la visualidad de las campañas mediáticas, como se ha revisado a lo largo del primer capítulo, las estrategias de comunicación política aplicadas por los candidatos en los últimos 20 años han sido variadas. Una rápida revisión de las distintas campañas en medios tradicionales impresos, así como en canales y plataformas digitales, permite constatar que el rol de lo visual como elemento central discursivo y estético ha cobrado una relevancia cada vez mayor.

En el caso de Pedro Castillo, cuyos precedentes a nivel visual como presidentes, afirmaremos, son Alejandro Toledo y Ollanta Humala, lo visual-simbólico cobra mucha importancia en la forma en la que construye su imagen como candidato, pero también como presidente, en consecuencia, esto tiene efectos en la manera en la que se lee su figura desde la representación social.



Figura 32. Pedro Castillo asumió el cargo de presidente de la República.
Fuente: La República (2021).

Según la página web de la Presidencia de la República, José Pedro Castillo Terrones ha sido docente, rondero y dirigente sindical. Nació en 1969 en el poblado de Puña, Tacabamba, provincia de Chota. Sus padres fueron agricultores de condición analfabeta. Castillo se hizo conocer a nivel nacional por ser el principal dirigente en la huelga magisterial del año 2017.

Pedro Castillo es el primer presidente del Perú nacido en Cajamarca y, además, el primero que proviene del ámbito rural. A diferencia de otros presidentes, no estuvo

anteriormente vinculado a grupos de poder en la capital y ha significado la representación electoral de, sobre todo, movimientos regionales andinos.

Ya ha señalado Asensio (2021) que, probablemente, un buen porcentaje de su atractivo electoral se haya debido a su imagen como maestro rural y como integrante de rondas campesinas en su natal Chota. Es sabido también que la campaña electoral de Pedro Castillo no contó con el nivel de inversión de muchos otros/as candidatos/as y, en consecuencia, con el nivel de alcance masivo, mucho menos a nivel digital, aunque cabe mencionar que, si bien no produce necesariamente una visualidad para fines de campaña, toda presencia pública es grabada por celulares privados de asistentes que *viralizan* estos contenidos visuales en redes sociales.⁵ A pesar de ello, el candidato y su equipo lograron generar mucho movimiento proselitista a nivel regional, sobre todo en Cajamarca y zonas colindantes.

Castillo ofreció muy pocas entrevistas a medios de comunicación durante el periodo de campaña de la primera vuelta en 2021, de hecho, también fue pocas veces invitado, debido a que las encuestas lo ponían muy lejos de parecer alguien con posibilidades de siquiera acercarse a la Presidencia. No obstante, Castillo parecía estar muy convencido de la efectividad de su estrategia y del trabajo proselitista de su campaña. El 23 de diciembre del 2020 el periodista Marco Sifuentes entrevistó en su programa⁶ al entonces candidato. Del minuto 48 se rescata el siguiente extracto:

S: “Digamos que en la segunda vuelta llegan Marco Arana y Verónica Mendoza ¿Por quién vota usted?”

C: “¿Perdón?”

S: “En la segunda vuelta, llegan Marco Arana y Verónica Mendoza ¿Por quién vota usted?”

C: “Es que no van a llegar” (Sonríe)

S: “Pero usted tiene 0,001 % de intención de voto ¿Cómo va a ser?”

C: “Eso lo dicen las encuestas las de arriba, pero yo cuando bajo, cuando voy al pueblo, no los encuentro a los señores que están en primera, en el sondeo en las encuestas y estas son las encuestas que tienen los que tienen dinero y nosotros tenemos al pueblo (...) Yo

⁵ Hay cierto factor “incontrolable” por las figuras políticas en lo que se mueve y difunde en las redes sociales. Al respecto, Natanson (2010) señala que, los medios y redes sociales han sido entendidos como actores principales en el debate político; tanto así, que hoy no solo gobiernan los políticos, sino también los medios.

⁶ Se puede revisar la entrevista completa en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=dM00DmReDu0&ab_channel=MarcoSifuentes

he estado recorriendo el país y es totalmente incoherente lo que dicen los medios de comunicación, las páginas, no encuentro a ningún candidato que esté en las primeras intenciones de voto”.

S: “Muchas gracias señor Castillo por participar”.

Dos de las principales promesas de campaña de Pedro Castillo, que conectaban directamente con los deseos y expectativas de un grueso de la población, fueron la nueva constitución y la “segunda reforma agraria”. El candidato repitió en cada espacio de propaganda que había que transformar las reglas de juego para que las personas ricas y poderosas en el país dejen de aprovecharse y beneficiarse solas de los recursos. Asimismo, otro de sus estandartes discursivos fue que él realmente venía del pueblo y sabía lo que el pueblo necesitaba.

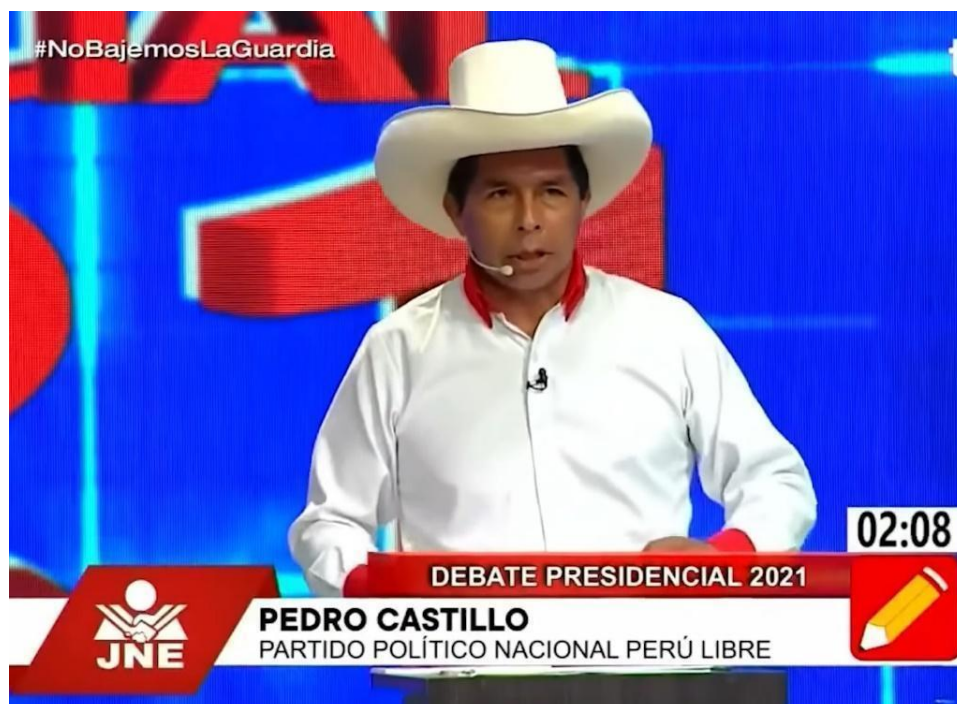


Figura 33. Captura de pantalla de video: Pedro Castillo en el debate presidencial organizado por el Jurado Nacional de Elecciones.

Fuente: El Comercio (2021).

Lo prometido en campaña por Castillo, que luego se vería reflejado en el manejo gubernamental, es identificable como populismo. Germani (2003) señala que el populismo incluye componentes como el reclamo por la igualdad de derechos políticos y la participación universal de la gente común. Esto, señala, va acompañado de la afirmación de los derechos de la gente común como enfrentados a los grupos de interés

privilegiados, generalmente considerados contrarios al pueblo y a la nación. El estandarte de campaña de Castillo, recién sumado al partido político Perú Libre dado que su fundador Vladimir Cerrón se vio imposibilitado de ser candidato a la presidencia debido a una inhabilitación judicial por una condena por delitos de corrupción, fue un conjunto de promesas de corte populista.

Betancourt Ruiz (2020) señala que la imagen-representación identifica, diferencia, interactúa socialmente y es un tipo de discurso al que le subyacen intereses y estrategias de diferente índole. Así, existen formas de dominación simbólica, a través de las imágenes, que acentúan la negación de la alteridad, de todo aquello concebido como diferente. En la contemporaneidad, refiriéndonos específicamente al contexto latinoamericano, se han construido “nuevas relaciones con lo visible que configuran nuevas formas identitarias y posibilitan tanto la sumisión, como la emergencia de resistencias” (Betancourt Ruiz 2020, 51).

Como se ha mencionado ya, en el 2020, en el marco de la pandemia, el Perú atravesó uno de sus momentos más difíciles debido a la crisis sanitaria, económica y política. Además de las dos grandes marchas nacionales contra el gobierno de Manuel Merino en noviembre, una larga lista de manifestaciones de protesta en todo el país mostraba que la población llegaba harta y agotada al final del año.

Este breve periodo de álgida crisis social-política, además, destacó por los usos y efectos de los medios digitales para convocar, reportar, denunciar y acompañar. Señala Eduardo Villanueva (2021, 17-18) lo siguiente:

En este contexto, el componente digital fue de suma importancia para el desarrollo del contragolpe. En esa tensa e intensa semana que duró desde la noche del 9 de noviembre hasta el mediodía del 15 de noviembre, en el Perú vivimos un evento local, pero reconocible como parte de una tendencia global [...]. Particularmente, fue una colección de interacciones digitales que conectaron, amplificaron y multiplicaron las acciones en el «mundo real».

Algo se transformó en las prácticas digitales en medio de la “nueva normalidad” detonada por la pandemia y la crisis generalizada; en esa línea, conforme se ha explicado en párrafos anteriores, las imágenes siguieron construyendo realidad y circulando ahora a mayor velocidad. En el periodo de la pandemia la gran mayoría de la población limitó su relación con el mundo de lo real a través de las plataformas digitales del internet.

Poco después de superada la crisis dada la convocatoria a nuevas elecciones, la primera vuelta electoral posicionó al país en un nuevo enfrentamiento encabezado, por

un lado, por Keiko Fujimori (por tercera vez consecutiva en segunda vuelta) y, por el otro, por Pedro Castillo, quien para sorpresa de todos los grandes medios de comunicación, analistas y encuestadoras logró un 18,9 % de votos válidos a nivel nacional.

Naturalmente, el país se dividió, la polarización tocó su punto más intenso en los meses que vinieron. Según una recopilación hecha sobre la base de los principales medios de comunicación con plataformas digitales en el Perú, entre abril y julio de 2021 — periodo en el que se desarrolló la campaña de la segunda vuelta electoral—, hubo, aproximadamente, 26 movilizaciones ciudadanas de apoyo o de rechazo hacia alguno de los dos candidatos que compitieron en la segunda vuelta. Muchas de estas convocadas y organizadas a través de medios digitales. Las imágenes de estas movilizaciones fueron replicadas ampliamente por internet.



Figura 34. Simpatizantes de Perú Libre.
Fuente: Mejía (2021).



Figura 35. Ciudadana alzando la bandera peruana durante la “Marcha por la paz y la democracia”.
Fuente: RPP (2021).



Figura 36. Familia y su auto en la “Marcha por la paz y la democracia” en Lima.
Fuente: RPP (2021).

Se ha señalado anteriormente como los medios construyen imaginarios a través de las imágenes. Al respecto Hall (2010, 3001) afirma que:

Sería simple y conveniente que todos los medios fueran simplemente ventrílocuos de una concepción del mundo “de clase dominante” unificada y racista. Pero en nada existen unos medios unificados en conspiración ni una “clase dominante” racista unificada en forma así de simple. No insisto en la complejidad porque sí. Pero si los críticos de los medios son de los que piensan en sus operaciones de manera demasiado simplista o reduccionista, esto inevitablemente les quita credibilidad y debilita sus argumentos, porque las teorías y críticas no encajan en la realidad.

Las super estructuras mediáticas también pueden ser heterogéneas y diversas, sin negar su carácter hegemónico y dominante. Habría que explorar la naturaleza e intención de cada contenido, de cada canal, de cada diario y de cada publicación para argumentar con evidencia y de manera certera la posición política. Sin embargo, en línea con lo que postula Hall, tampoco puede haber contrahegemonía homogénea, unificada y contestataria. Las formas en las que se construyen los discursos subalternos también serán variables, los propios significados y símbolos cambiarán según las plataformas, los emisores y los interlocutores. No toda comunicación contestataria hacia la hegemonía podrá desestabilizarla o, inclusive, no necesariamente toda comunicación contestataria tendrá la intención de hacerlo realmente.

Uno de los mecanismos a través de los cuales funciona esta representación propuesta por Hall es la estereotipación. El autor señala que esta es:

parte del mantenimiento del orden social y simbólico. Establece una frontera entre lo ‘normal’ y lo ‘desviante’, lo ‘normal’ y lo ‘patológico’, lo ‘aceptable’ y lo ‘inaceptable’, lo que pertenece y lo que no pertenece [...] Facilita la unión o el enlace de todos nosotros que somos ‘normales’ en una “comunidad imaginada” y envía hacia un exilio simbólico a todos ellos – los ‘otros’. (Hall 2010, 430)

La estereotipación opera a distintos niveles y de muchas formas. Se basa además en el poder de la representación, ese mecanismo de producción de sentido de los conceptos en nuestra mente mediante el lenguaje. Hall también afirma que sin estas representaciones mentales no podríamos de ningún modo interpretar al mundo. El estereotipo construye también la representación y, de alguna manera, ordena nuestro entendimiento, cómo leemos la realidad (Hall 2010, 446).

Asimismo, los signos visuales y las imágenes, aun aquellas que tienen una semejanza estrecha con las cosas a las cuales se refieren, son signos: portan sentido y por tanto deben ser interpretados. Las imágenes no son las cosas mismas, nada de lo que se nos presenta en la visualidad escapa de un análisis capaz de interpretar hacia donde es

que nos dirige ese ordenamiento de la realidad. Ningún signo visual es neutro o carente de significado.

Ahora bien, Silvia Rivera Cusicanqui (2015) también vincula su teoría a lo propuesto por Foucault y Hall. La autora señala lo siguiente:

Pero lo central de mi distancia con Stuart Hall es que en su obra el tema del colonialismo permanece implícito y no es llevado a sus últimas consecuencias. Aunque tampoco Foucault aborda este asunto capital, su trabajo nos da pautas para distinguir las miradas según la colocación de lxs sujetxs en diversos escalones de una estructura piramidal de dominación. Esta colocación confiere poderes diferenciales para nombrar y para representar lo real [...] otorga a la mirada de “los de arriba” el poder de nominar, clasificar, y administrar a “lxs de abajo”. (Rivera Cusicanqui 2015, 27)

Como también señalarían Gramsci y Rose, salvando sus posiciones y aproximaciones teóricas, las formas de mirar están estrechamente vinculadas con quienes ejercen el poder. Es así como la posibilidad de ver de manera subversiva, antimodernista, contra hegemónica, o como queramos llamarle a ese ejercicio de resistencia, es real.

Los medios de comunicación en el Perú no fueron parte pasiva del enfrentamiento entre abril y julio del 2021, todo lo contrario, fueron protagonistas. En las pantallas “dominantes” se observaba a Castillo como la opción peligrosa, improvisada y mediocre; mientras que Fujimori aparecía como la opción segura, preparada y confiable.



Figura 37. Portada del diario “El Comercio” del 31 de mayo del 2021.
Fuente: El Comercio (2021).

3. Aldaír Mejía, un lente distinto (y útil)

En medio de estas disputas surgieron algunas otras voces y propuestas visuales circulantes en plataformas con menor alcance. Una de ellas fue la de Aldaír Mejía, un joven fotógrafo que inició su carrera profesional hace aproximadamente cinco años como fotoperiodista. Sus temas registrados, como ha señalado él en entrevistas, han tenido que ver, primero, con conciertos y eventos sociales para luego virar hacia temáticas políticas, con mucho énfasis en el periodo de la pandemia COVID-19, conflictos sociales, policiales y distintos eventos sociales del país. Según la Asociación de Foto Periodistas del Perú (AFPP), de la cual es miembro, durante los últimos años Aldair ha trabajado como colaborador para la agencia EFE de España y Diario La República de Perú, sus fotografías han sido publicadas en diversas agencias de prensa y televisión como CNN en español, Agencia EFE, New York Times, Clarín, entre otras.

Mejía se hizo conocido por la cobertura de la protesta social generada por el conflicto de poderes, la vacancia presidencial y la posterior represión policial durante

noviembre de 2020, en la que, luego de cobrarse muertos y heridos, el gobierno de turno renunció iniciando un gobierno de transición y posteriormente a nuevas elecciones. Particularmente adquirió mucha visualidad por el contenido de su cuenta personal en Instagram. A partir de ello, Mejía ha cubierto procesos de movilización social importantes, así como las campañas políticas para las elecciones generales en 2021, en las que retrató a Pedro Castillo como candidato.

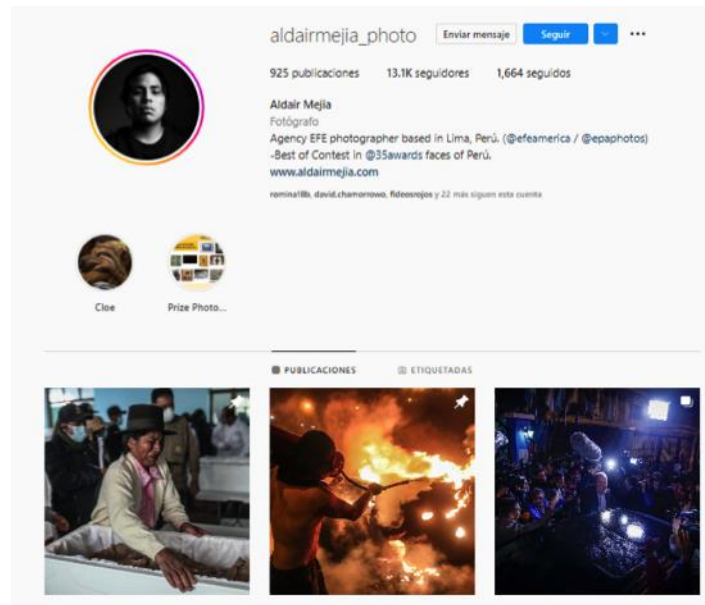


Figura 38. Captura de pantalla de la cuenta de Aldair Mejía en Instagram.
Fuente: Velarde (2022).

A diferencia de lo que se producía en medios hegemónicos, la visualidad propuesta por Mejía durante esos meses fue radicalmente distinta, construía un relato opuesto al oficial; ofrecía imágenes de ambos rostros mucho más complejos, incluía más matices y casi no usaba texto. La posición política de Mejía, a juzgar por lo publicado en sus cuentas personales, se fue marcando cada vez más conforme transcurrieron los meses.



Figura 39. Pedro Castillo en la chacra en Tacabamba.
Fuente: Mejía (2021).

En el siguiente capítulo se desplegará el análisis visual de un conjunto de imágenes de Pedro Castillo, todas publicadas en plataformas digitales. Estas corresponderán específicamente a dos momentos: Castillo como candidato y Castillo como presidente. Antes de pasar a esa sección, nos detendremos en el rito de pasaje de asunción de poder, específicamente a lo que sucedió el 29 de julio del 2021.

Balandier (1994) señalaba que los lenguajes, las simbolizaciones y las imágenes, las ritualizaciones y las dramatizaciones en sociedad se adaptan a sus imperativos y actúan bajo su influencia. El espacio mediático es pues un gran escenario en el que se sitúan las construcciones de lo real, las maneras de producirlo y de dotarlo de significación. Nos dice lo siguiente:

Ello nos sirve de ayuda a la hora de identificar y medir los riesgos; las concesiones hechas a la necesidad de aparentar, de existir en primer lugar por la imagen y de conformidad con el arte de los comunicadores; la imposición de trasladar la puesta en perspectiva de las convicciones y de las propuestas a partir de la dramatización generadora de emociones; la fabricación de una opinión pública hecha cautiva y que ha dejado de ser ya el resultado de la confrontación entre intereses, opiniones y expectativas; la contaminación de la práctica política de un exceso de tratamientos espectaculares, lo que ha acabado multiplicando el número de ciudadanos convertidos en meros espectadores. (Balandier 1994, 12)

Balandier (1994) también habla de la “espectacularización” del poder. Dice que se dramatiza precisamente por medio de las elecciones, a través de las cuales “se crea la

impresión de que puede “jugarse siempre una nueva partida” (Balandier 1994, 19). Conectándolo con lo sucedido en Perú en el 2021, el autor señala que ocasionalmente, el efecto sorpresa barre la rutina y asombra colocándose en primer plano; es entonces cuando se denuncia la transformación del Estado en “Estado-espectáculo”.

Esto se evidenció en lo ocurrido el 29 de julio de 2021 en la Pampa de la Quinua, lugar en el que se llevó a cabo la última batalla contra la invasión española en territorio peruano el 9 de diciembre de 1824 y en el que también se llevó a cabo la toma de mando simbólica de Pedro Castillo.



Figura 40. Toma de mando simbólica del presidente de la República Pedro Castillo en la Pampa de la Quinua.

Fuente: Mejía (2021).

Lo acontecido en la segunda vuelta electoral entre abril y julio y en la posterior toma de mando por el actual presidente del Perú parece descrito por Balandier cuando se refiere a cómo se teatraliza el poder a través de las imágenes y los símbolos. Dice que el pueblo “quedaba transformado en una multitud de figurantes fascinados por el drama al que les incita a participar el dueño absoluto del poder” (Balandier 1994, 20). Son espectadores, pero también parte del espectáculo.

Capítulo tercero

El análisis de las imágenes, el candidato y el presidente

En este capítulo se desarrollará el análisis de las imágenes que forman parte del cuerpo de la investigación. Todas las fotografías que conforman la muestra retratan a Pedro Castillo, no obstante, lo hacen en dos diferentes etapas: mientras era candidato a la presidencia, temporada que para fines del análisis se ha establecido entre enero y julio del 2021, y durante el tiempo de su mandato como presidente de la República, que, en la misma línea, se ha establecido entre julio del 2021 y setiembre del 2022.

La metodología empleada está construida en base a, sobre todo, lo propuesto por Gillian Rose (2019) quien toma en cuenta factores como: el lugar de la producción de las imágenes, los soportes, formatos, tecnologías y procedencias; luego, todo lo referente a la composición, el contenido de la imagen, el color, la organización espacial y hasta el “estado de ánimo” que expresa ésta. Es importante señalar que la intención de esta sección no es desarrollar un análisis semiótico, sino, más bien, interpretarlas a la luz de las definiciones construidas en torno a la representación del poder, a través de la visualidad.

Se analizarán estos componentes de las imágenes sin perder de vista a sus autores, el contexto en el que son construidas, el contexto en el que son difundidas y, finalmente, aquello que no es evidente, pero se desliza. Barthes (1986) usa para definir esto último el término “tercer sentido”, lo que será esta especie de tercera dimensión que va más allá de lo discursivo y textual. Según el autor, el tercer sentido alude a lo obtuso, una especie de sábana transparente e incolora que cae y se impregna en la imagen sin casi poder ser percibida.

Asimismo, en el análisis también será importante tomar en cuenta lo señalado por Stuart Hall, quien coloca al estereotipo como práctica significativa. Como ya se ha revisado en el capítulo anterior, señala que el estereotipo reduce a la gente a unas cuantas características simples y esenciales que son representadas como fijas, de esta manera clasifica a la gente según una norma y construye al excluido como un “otro”. El estereotipo contribuye a ordenar el mundo y, en consecuencia, refuerza las jerarquías establecidas hegemónicamente.

La estereotipación, entonces, también será un elemento clave en el ejercicio de la violencia simbólica (Hall 2010, 431), pues perpetúa y perenniza las formas en las que les

asignamos valor a las personas, Hall se refiere específicamente al racismo en este encuentro de ideas. Para ser conscientes de ello tendrá particular relevancia la propia capacidad de identificar los patrones en lo que vemos, pues el mundo de las imágenes contendrá muchos dispositivos de estereotipación que, debido a la jerarquía étnico-racial impuesta por la modernidad, están normalizados.

Corría la campaña electoral del 2021, las primeras encuestas de intención de voto mostraban a los ya conocidos candidatos Yonhy Lescano, Verónica Mendoza, Keiko Fujimori, Hernando de Soto y Rafael López de Aliaga, quien luego se convertiría en alcalde de Lima, encabezando las listas.

Para el mes de marzo, el último simulacro nacional de intención de voto mostraba la siguiente lista:

SIMULACRO NACIONAL DE VOTO PRESIDENCIAL (Cédula y ánfora secreta)					
ELECCIONES GENERALES 2021					
		10-11 DE MARZO		31 DE MARZO	
		VOTOS EMITIDOS	VOTOS VÁLIDOS	VOTOS EMITIDOS	VOTOS VÁLIDOS
ACCIÓN POPULAR		16,8%	21,0%	12,1%	14,7%
AVANZA PAÍS		4,8%	5,9%	11,5%	13,9%
JUNTOS POR EL PERÚ		8,4%	10,4%	10,2%	12,4%
VICTORIA NACIONAL		11,2%	13,9%	9,8%	11,9%
FUERZA POPULAR		8,6%	10,6%	9,3%	11,2%
RENOVACIÓN POPULAR		9,3%	11,6%	6,8%	8,2%
PERÚ LIBRE		3,0%	3,7%	6,5%	7,9%
PODEMOS PERÚ		5,1%	6,4%	3,9%	4,7%
ALIANZA PARA EL PROGRESO		2,6%	3,3%	3,5%	4,2%
PARTIDO POPULAR CRISTIANO		1,2%	1,5%	2,2%	2,7%
PARTIDO NACIONALISTA PERUANO		2,2%	2,8%	1,6%	1,9%
PARTIDO MORADO		3,1%	3,8%	1,4%	1,8%
SOMOS PERÚ		1,9%	2,3%	1,3%	1,5%
UNIÓN POR EL PERÚ		0,3%	0,4%	0,8%	1,0%
FRENTE AMPLIO POR JUSTICIA, VIDA Y LIBERTAD		0,7%	0,9%	0,7%	0,8%
PERÚ PATRIA SEGURA		0,7%	0,8%	0,6%	0,7%
DEMOCRACIA DIRECTA		0,2%	0,3%	0,4%	0,4%
RENACIMIENTO UNIDO NACIONAL		0,3%	0,4%	0,1%	0,1%
EN BLANCO / VICIADO		19,6%		17,3%	

Figura 41. Simulacro nacional de voto El Comercio - IPSOS, 2021.
Fuente: El Comercio (2021).

Los primeros lugares estaban ocupados por Lescano, de Soto, Mendoza y George Forsyth. Pedro Castillo aparecía en un, al parecer, poco relevante séptimo lugar; sin

embargo, casi duplicó su porcentaje de intención de voto a la medición de intención de voto anterior.

1. Las imágenes del candidato

A continuación, se presentarán ocho (08) imágenes de Pedro Castillo durante la época en la que fue candidato a la presidencia. Cuatro (04) de ellas publicadas en los espacios digitales de medios de comunicación privados nacionales e internacionales; cuatro (04) de ellas registradas y publicadas en la cuenta personal de Instagram de Aldair Mejía, a quien ya se ha hecho referencia en páginas anteriores.

Una de las primeras fotografías que medios peruanos presentaron a inicios de 2021 de Castillo fue la siguiente:



Figura 42. Pedro Castillo como dirigente sindical en la huelga nacional de docentes en el 2017. Fuente: Andina (2021).

En la nota publicada el 26 de enero del 2021 por la Agencia Andina, el entonces candidato aparece sujetado de los brazos por compañeros suyos mientras se sumaba a la huelga nacional de docentes durante el año 2017. La imagen fue capturada en el contexto de esta movilización social, en la cual Castillo cumplió un rol importante, ya que fue dirigente sindical.

Las expresiones de todas las personas que aparecen en la imagen son de disgusto, el lenguaje corporal captado es de incomodidad. Se podría interpretar que Castillo está siendo sujetado para ser llevado a algún lugar o que está siendo resguardado con fuerza.

Es probable que no haya sido una foto posada y haya sido capturada en movimiento. Justamente esta idea de movimiento es central para comprender parte de su campaña política.

Para el mes de enero del 2021, Castillo iniciaba su candidatura, tras su inscripción oficial el 9 de enero ante el Jurado Nacional de Elecciones, a la cabeza de la lista del partido “Perú Libre”, que, como ya se ha señalado, fundó el inhabilitado como candidato Vladimir Cerrón. Apenas se resolvió su inscripción, inició sus viajes alrededor de casi todo el territorio nacional.

Según Silvio Rendón para la Revista Ideele, durante la campaña electoral, Pedro Castillo viajó desde Lima hasta Tumbes, a Amazonas, San Martín, Huánuco y Ucayali, luego viajó a Pichari y luego a Puerto Maldonado, a continuación, viajó por tierra a Puno, Tacna, Moquegua y Arequipa. Finalmente recorrió Cusco, Apurímac y Ayacucho para cerrar su recorrido el tramo final en Lima, Ica Huancavelica, Junín y Pasco. Cerró su campaña en Cajamarca, Iquitos y luego en Lima (Rendón 2021). Poco le faltó para llegar a los 24 departamentos del país de manera presencial.

Castillo, además, fue un candidato que muchas veces incumplió con las medidas de “distanciamiento social” impuestas por el gobierno a causa de la pandemia que se vivía en esos momentos. De hecho, entre los meses de enero y febrero, el país atravesó una dura tercera ola del virus (MINSA 2022), momento en el que Castillo se infectó y tuvo que dejar los mítines por unos días.

El domingo 11 de abril se anunciaron los resultados de la primera vuelta y Pedro Castillo los recibía en Tacabamba, Cajamarca. Ese día, apenas la noticia fue publicada en TV, Castillo se dirigió a la población en una improvisada conferencia de prensa en la Plaza de Armas, dijo lo siguiente:

En primer lugar, quisiera saludar a los pueblos más olvidados de mi patria, saludar a los hombres y mujeres que están en el último rincón del país. Quisiera saludar, allá en la frontera de la patria, donde no hay presencia del Estado, donde hemos comido un camote asado. Allá en el último rincón, allá en ese último sitio, donde mientras otros viven en la gran opulencia, mientras otros están con cuello y corbata detrás de un pupitre, están con una vida lujosa, mis hermanos que hoy en día depositan la confianza en un hombre de pueblo y que día a día se muerden las uñas esperando que llegue un pan. Yo quisiera extender, no solamente mi saludo, sino mi eterno agradecimiento. Hoy al pueblo peruano se le acaba de quitar la venda de los ojos. Muchas veces nos han dicho que solamente los politólogos, los constitucionalistas, los eruditos políticos, los que tienen grandes pergaminos pueden conducir un país. Han tenido el tiempo suficiente, ha habido el tremendo espacio, décadas, bastantes lustros, pero ¿cómo dejan el país? ¿cómo está el país ahora? Llegas a Lima Metropolitana, llegas ahí a grandes ciudades y encuentras a

los lugares donde hay más opulencia y no miran más allá de su nariz... (Latina.pe 2021, 0:20)

Era su primera aparición en la prensa a ese nivel y se dirigía a la gente posicionándose como potencial futuro presidente. Lo acompañaban hombres con chicotes y puños en alto mientras se desplazaba con las cámaras de casi todos los canales apuntándolo. Las reacciones visibles del otro lado de la pantalla fueron muchos rostros desconcertados y de sorpresa en las transmisiones en vivo, en los presentadores de noticia y en los reporteros. Esas primeras imágenes marcarían un antes y después en relación con lo que sucedería desde ese momento hasta el día de la segunda vuelta electoral ese mismo año.

La siguiente imagen que se presentará fue publicada por el diario La República el 12 de abril del 2021, el lunes luego de la primera vuelta electoral, al día siguiente del mensaje en directo presenciado desde Tacabamba.



Figura 43. Pedro Castillo logró subir en las encuestas y posicionarse en la primera posición de las preferencias, según el resultado a boca de urna.
Fuente: Mejía (2021).

La fotografía muestra al candidato caminando entre la gente en lo que parece una celebración. Por la ropa que lleva puesta, se puede deducir que la foto es de la celebración del 11 de abril a la que nos referimos anteriormente.

A pesar del tinte festivo del contexto, en la imagen la mirada de Castillo no expresa alegría ni celebración, sino, más bien es una mirada perdida, fija en un punto,

hasta podría denotar preocupación o aflicción; sin embargo, la emotividad no llega a leerse del todo debido a la presencia de la mascarilla en su rostro.

Los brazos que aparecen a su lado derecho parecen acercarse a tocarlo o a aplastarlo, el ánimo es cercano a lo sombrío. Las posiciones de los cuerpos arman una especie de túnel por el cual el candidato atraviesa en un ánimo no feliz. Lo particular de esta imagen es que fue registrada por Aldaír Mejía para el diario; sin embargo, es una de las primeras veces que fue publicada una foto suya del candidato durante la campaña electoral. A partir de este momento, Aldaír registraría muchas veces más a Castillo y, como veremos más adelante, esas imágenes serían publicadas desde su cuenta personal.

La fecha también es importante, pues el lunes 12 de abril se publicaron muchísimas biografías, resúmenes, notas, artículos y reseñas sobre quién era Pedro Castillo y cómo había llegado al primer lugar de la elección si las encuestas y los simulacros de intención de voto nunca lo pusieron en el top 5. En general, se vivía expectativa por saber sobre su historia, su trayectoria política y la fuerza de su partido, que se enfrentaría a la ya dos veces anteriormente derrotada en segunda vuelta Keiko Fujimori.

Si bien parecía ser alguien desconocido para Lima, Pedro Castillo no era un novato en la vida política. En el año 2002, año en el que fue candidato a la alcaldía del distrito de Anguía, Cajamarca con el partido Perú Posible, fundado por Alejandro Toledo. En el 2005, se convirtió en miembro del Comité de Cajamarca del mismo partido hasta el 2017.

La Figura 44 fue publicada en el diario ecuatoriano *El Universo* el 13 de abril del 2021:



Figura 44. Pedro Castillo se dirige a sus seguidores en la plaza de armas de Tacabamba en el departamento de Cajamarca.
Fuente: EFE (2021).

La imagen fue registrada en el momento en el que Castillo se dirigió al país luego de anunciados los resultados de la primera vuelta electoral. La toma es en contrapicado, el entorno es oscuro, ya que el espacio no poseía la iluminación adecuada para llevar a cabo una conferencia.

Castillo aparece con las manos alzadas, lo que podría ser una señal de celebración, pero también puede ser interpretada como una señal de “alto”, una expresión que indica que hay que parar. Otra interpretación de la posición de los brazos en la imagen es la de cuando una persona es detenida y es ordenada a levantar las manos para demostrar que no carga armas consigo.

Abajo aparecen los dispositivos celulares en manos de las personas con ansias de capturar lo que tiene por decir, en la que está más cerca del lente de la cámara se observa una “transmisión en vivo” de lo que está ocurriendo al frente, también se logran ver unos micrófonos de canales de televisión muy cerca del protagonista. Atrás y en la oscuridad se ve a dos efectivos policiales mirando hacia el público, se puede interpretar que, resguardando a Castillo, sin embargo, se les nota poco por la sombra.

El techo de la glorieta en la que se encuentra el entonces candidato no pasa desapercibido, las líneas y las formas circulares dan la impresión de ojos que miran hacia abajo. Este elemento, cercano a una suerte de marco solemne similar a un templo, puede

denotar la sensación de exposición y de la relevancia del momento en el que, por primera vez, esta persona se dirigía a todo el país en televisión nacional. El último elemento que tomar en cuenta es un único puño levantado en el extremo derecho de la imagen. Al igual que la foto anterior, a pesar del contexto celebratorio, la imagen resulta sombría.

La última imagen por analizar en esta sección es una que fue publicada en el diario español La Razón el 27 de abril del 2021 en una nota que lleva de título “Pedro Castillo, un peligro para Perú”:



Figura 45. El candidato presidencial peruano Pedro Castillo.
Fuente: El Comercio (2021).

La imagen parece ser de archivo en la época en la que Castillo era dirigente sindical y encabezaba las protestas de las organizaciones de maestros. La imagen muestra al protagonista con el puño izquierdo alzado y con la expresión de estar gritando con indignación. Tras él y a su lado aparecen los rostros de otras personas también con los puños levantados, al parecer arengando y con expresiones de molestia, rabia e indignación. Todas las bocas abiertas en la foto conectarían también con el simbolismo del reclamo popular.

En la imagen, las cámaras, luces y micrófonos apuntan a Castillo como expresando intención de recoger lo que tiene por decir, las demás personas en la imagen aparecen medio en penumbra.

Además, Castillo carga unos papeles en la mano derecha que podrían ser documentos que sustentan su protesta, otras personas en la imagen también sostienen una especie de volantes que tienen de fondo la bandera del Perú, pero no son lo suficientemente legibles. Nuevamente, esta imagen denota furia e incomodidad.

Hasta aquí, las cinco imágenes presentadas correspondieron al periodo entre enero y junio del 2021 y todas fueron publicadas por medios de comunicación nacionales e internacionales.

A continuación, se presentarán cuatro (04) imágenes que correspondieron a una publicación a modo *carrusel* el 12 de abril de 2021, un día después del día de la elección en primera vuelta, en la cuenta personal de Instagram de Aldaír Mejía. La publicación agrupó un total de 10 fotos acompañadas de la siguiente descripción:

Estuve en Tacabamba acompañando a Pedro Castillo como candidato presidencial para el Diario La República. Al comienzo Pedro nos invitó un rico caldo verde acompañado con queso en su desayuno familiar, luego nos fuimos hasta el distrito de Anguía, dónde mucha gente lo recibió con abrazos y incluso se tomaron fotos con él. Pedro antes de saber los resultados entró a la misa de Anguía, solo fue unos segundos y luego se dirigió hacia Tacabamba, dónde espero en su local de su partido. Castillo al ver venir a sus padres le da un fuerte abrazo de mucha suerte. Pues Pedro salió con un caballo denominado "Sol y Arena" y se paseó por toda la plaza de armas de Tacabamba dirigiéndose a votar. Ya emitido si voto mucha gente lo acompañaba a Pedro dándole mucha suerte. Pasaron las horas y faltando unas pocas horas de saber los resultados de boca de urna, Pedro subió al segundo piso con sus padres y se quedó allí viendo los resultados. El boca de urna le dió el primer puesto a Pedro Castillo, mucha gente celebró en los exteriores de su local al ritmo de un rico huayno cajamarquino sin respetar el distanciamiento por la Covid-19. Al ver los resultados en un 69 % Pedro salió hacia la Plaza de Armas dando tranquilidad a su gente, se le vio contento y muy tranquilo. Al siguiente día lo seguí hacia la casa de sus padres, lo encontré en el campo, macheteando y recordó su infancia a lo largo del recorrido. Entré a su vivienda y pues vi a su madre pelando alberjas, no escucha mucho, pero entablé una buena conversación con Pedro sobre fotografía. Fin de la cobertura. (Mejía 2021)



Figura 46. Pedro Castillo saliendo de la misa en el distrito de Anguía antes de conocer los resultados.

Fuente: Mejía (2021).

La primera imagen muestra a Castillo en un espacio de solemnidad como la iglesia local, tiene los ojos cerrados, lleva el sombrero no en la cabeza, sino en las manos y la cabeza gacha, lo que puede indicar que se encontraba rezando. En el marco de una sociedad católica como la peruana, la imagen puede denotar fe y respeto por las costumbres religiosas tradicionales.

El protagonista aparece iluminado y de espaldas al altar de la iglesia, así que al parecer está saliendo del lugar. Se ha sacado el sombrero como muestra de respeto. No hay elementos distractores de la imagen del candidato, más que el pequeño altar que aparece al fondo. Además, el altar al fondo muestra un reflejo, como si se tratara de un gran espejo y no de la arquitectura de un templo religioso. El protagonista cabizbajo posee un tinte de derrota o hasta de sufrimiento.

El color marrón opaco de la casaca que lleva puesta lo acompañaría en muchos otros momentos en sus apariciones públicas, al igual que el sombrero, que más adelante decidirá sacarse para no volver a usar.



Figura 47. Pedro Castillo recibiendo un abrazo de “suerte” por su padre y madre en su local de votación en Tacabamba.

Fuente: Mejía (2021).

La segunda imagen muestra a Pedro Castillo, el mismo día, abrazando a su padre y a su madre. Es registrada de muy cerca de las tres personas que portan los sombreros tradicionales de su localidad y mascarillas. La expresión de Castillo es de una especie de alivio, de contención. Atrás se logra ver una gigantografía publicitaria de su candidatura, lo que podría indicar que se encuentran en su local partidario o en un mitin.

La imagen los muestra como protagonistas y capta no solo los gestos, sino las manos en las espaldas de sus padres. No se logra ver con claridad el rostro completo de los ancianos, pero se puede distinguir su identidad. La foto denota afecto y puede resultar hasta conmovedora. Una imagen muy distinta a las anteriormente presentadas.

A pesar de ello, la imagen posee aún un tono opaco y sombrío, el contraste y las sombras que se dibujan en el rostro y la camisa de Castillo cubren la imagen con un halo de desesperanza. La foto lograría mostrar de muy cerca al candidato, con todos sus matices, incluso transmitiendo sus temores.



Figura 48. Pedro Castillo paseando en la Plaza de Armas de Tacabamba encima de un caballo denominado “Sol y Arena”.
Fuente: Mejía (2021).

En la tercera imagen se observa a Pedro Castillo subido sobre un caballo agitado, tiene una mano extendida hacia el frente, dos personas más se encargan de sostener las riendas adelante. En la parte de atrás, una multitud observa el acontecimiento.

Es una foto de calle. El fotógrafo capta el momento exacto en el que el animal se para en dos patas haciendo tambalear al candidato, quien no se cae, sino que logra sostenerse con la ayuda de otros hombres.

Castillo es presentado como un jinete, intentando domar al animal, a pesar del movimiento visible en la imagen, mantiene la postura y se interpreta que, a pesar de tener su mano derecha libre, tiene las riendas sujetadas con la mano izquierda. A pesar del movimiento y el esfuerzo el sombrero está intacto.

En el ámbito narrativo, no es un detalle menor que todas las personas de fondo y las dos adelante, además del excandidato sean hombres. Las expresiones son las de observar un espectáculo con atención.

En el ámbito ideológico, otra lectura podría ser la heroica. Castillo podría representar a aquel hombre que, subido en el caballo, intenta por primera vez representar al pueblo y domar/dominar a la nación, representada por el animal. A la vista de las imágenes hegemónicas del candidato en los medios de comunicación para entonces, esta sería una imagen contestataria, que resignifica la posición de poder.

Sin embargo, desde el tercer sentido propuesto por Barthes, la postura del protagonista en la imagen no es la de los grandes héroes libertadores, como Bolívar y sus representaciones visuales, sino de una dominación débil, al borde de la silla, sin mostrar firmeza ni seguridad. El caudillo no podría domar al caballo ¿anticipándose a lo que vendría?



Figura 49. Pedro Castillo desayuna con su familia.
Fuente: Mejía (2021).

La cuarta imagen de este grupo muestra a Pedro Castillo desayunando con su esposa, su padre y sus hijos el día de las Elecciones. Castillo va a la cabeza de la mesa y frente a él su padre, marcando una especie de jerarquía masculina en el espacio, al lateral, pero de frente al lente de la cámara, van su esposa e hijos/as. Atrás de la mesa, como de fondo, se encuentran un total de 11 personas observando el acontecimiento.

Sobre lo connotativo de la imagen, sobre la mesa se observan productos como choclo, pan, mote, queso y café, oriundos de la zona. La reunión no es lejana a la referencia de la última cena, evento importante anterior a un hecho histórico, lo que nos podría colocar frente a una imagen de tipo mesiánico. Sin embargo, la gente detrás de la mesa muestra un ambiente de espectacularidad hacia el consumo de los productos, frutos del trabajo agrícola en la zona.

Respecto al ámbito ideológico, podemos interpretar aquí también una lógica jerárquica entre hombre y naturaleza, uso/consumo, cosecha/agricultor, boca/comida. Otra mirada sería aquella que identifique a los frutos de la tierra entregados como en una especie de ofrenda o ritual previo al momento electoral decisivo, que sabemos luego fue positivo para Castillo.

Resulta resaltante en esta imagen que el candidato, en el marco de las promesas de corte populista ofrecidas durante la campaña electoral y sus constantes referencias al pueblo, se siente a la mesa con el pueblo de espectador y no participando de la comida junto a sus familiares.

Las últimas cuatro imágenes presentadas, registradas y publicadas por Aldaír Mejía en abril del 2021, muestran a Pedro Castillo de una forma muy distinta a la que fue presentado en las cinco primeras imágenes de distintos medios de comunicación seleccionadas en esta sección. En las primeras, el candidato es presentado como peligroso, en posición de protesta, algunas muy similares a la exposición de alguien que cometió algún delito. Esas imágenes son de baja resolución o sombrías, todas registradas en movimiento y en momentos de efusividad.

Mientras que en las del segundo grupo, que le corresponden a Mejía, el candidato es presentado como creyente, fiel, respetuoso, afectuoso, líder y hasta salvador. Estas imágenes muestran momentos íntimos o de afecto con personas de su entorno cercano, sin perder el halo de miedo o inseguridad de algunos elementos visuales en las composiciones. Con excepción de la imagen en el caballo, todas muestran un espacio de reposo y no de confrontación.

Didi Huberman en su prólogo a Farocki señalaba que todas las imágenes del mundo son el resultado de una manipulación, de un esfuerzo voluntario en el que interviene la mano del hombre y que la función de discernimiento de los espectadores será la de determinar, cada vez, en cada imagen, qué es lo que la mano ha hecho exactamente, cómo lo ha hecho y para qué, con qué propósito tuvo lugar dicha manipulación (Farocki 2013, 13-14).

Según lo que se ha señalado, las cuatro últimas imágenes expresan una estética radicalmente diferente a las cuatro imágenes anteriores en las que aparece el entonces candidato. En las primeras, publicadas en distintos medios de comunicación, Castillo es representado en su rol de dirigente sindical, opositor, reclamando o atravesando por miedo, inseguridad o presión. Mientras que en las últimas Castillo aparece en una mayor diversidad de situaciones como en la iglesia, en el campo, junto a su familia o montando

a caballo. Además, en estas últimas cuatro imágenes, elaboradas y publicadas por Mejía, Castillo es representado como un hombre de campo, líder, de fe, en el que es importante visibilizar sus afectos.

2. Las imágenes del presidente desde adentro

Las imágenes que se presentarán a continuación están comprendidas dentro del periodo en el que Pedro Castillo ya ocupa la presidencia de la República, el corte de este último periodo se ha hecho a setiembre del 2021.

Las primeras cuatro (04) imágenes son registradas y publicadas por el fotógrafo Aldaír Mejía en sus plataformas digitales personales. Sin embargo, es importante mencionar que hay un evento importante en el medio al que nos referiremos, pues en octubre del 2021, el fotógrafo dejó de trabajar de manera independiente para ser contratado por la Oficina de la presidencia de la República.

La primera imagen es la siguiente:



Figura 50. Pedro Castillo como presidente en los pasillos del Congreso de la República.
Fuente: Mejía (2021).

La imagen fue publicada en la cuenta personal de Instagram del fotógrafo el 28 de julio del 2021, día de la ceremonia oficial de juramentación de Pedro Castillo como presidente del Perú. Es la última foto de una publicación de tipo carrusel que tuvo la siguiente descripción:

28 de julio, 2021. Pedro Castillo asumió esta mañana la Presidencia de la República en el Congreso en Lima, Perú en el 200 años del Bicentenario. En la juramentación le acompañó su familia, El Rey Felipe VI y diferentes presidentes de distintos países que fueron invitados.

En la imagen, el presidente aparece con un traje llamado “liqui liqui”, una especie de chaqueta formal con bordados andinos en el área del pecho, los bolsillos y el cuello. Traje muy similar a los que usaron alguna vez otros mandatarios en Latinoamérica como Nicolás Maduro y Evo Morales. Esta sería la primera vez en la historia contemporánea del Perú que un presidente no juramentaba vestido con terno y corbata. Además, lejos de abandonar el uso del sombrero chotano usado durante su campaña, Castillo permaneció con él en muchas apariciones públicas desde ese día. También sería la primera vez que un presidente juramente con sombrero en el Perú.

La imagen es una de las primeras en circular con Castillo usando la banda presidencial, aparece al centro y es la única persona que no lleva una mascarilla. Todas las demás personas, nuevamente todos hombres, que aparecen alrededor lo hacen con mascarillas, denotando censura o sujeción. Mientras tanto, Castillo es captado desplazándose por la alfombra roja con un gesto de seguridad, pero que también expresa ligera incomodidad en su rostro. Es una imagen de ánimo imponente.

No faltan en la imagen los detalles de las cámaras apuntando hacia él, tratando de registrar sus movimientos en un momento histórico como aquel. Castillo inició su mandato posicionando intencionalmente simbolismos visuales en su indumentaria. Más adelante se explicará cómo esto fue cambiando a lo largo de su gestión.

A este punto, será importante señalar que el 29 de octubre del 2021, Aldaír Mejía anunciaría en su cuenta de Facebook que iniciaba labores como reportero gráfico en la Presidencia de la República. A partir de entonces, empezó a firmar así las imágenes publicadas en sus cuentas personales.

La segunda imagen para analizar en esta sección es la siguiente:



Figura 51. Pedro Castillo en el salón dorado.
Fuente: Mejía (2021).

Esta imagen fue publicada el 19 de diciembre del 2021 en la cuenta personal de Facebook del fotógrafo junto a la siguiente descripción: “Presidente de la República, Pedro Castillo en el salón dorado”.

La imagen nos muestra al presidente de espaldas, usando indumentaria similar a la que usó el día de la juramentación oficial, una chaqueta con los mismos motivos y un pantalón color tierra. Lleva el mismo sombrero chotano que no se sacaría por muchos meses más. El lugar en el que es registrada la imagen es una de las seis salas oficiales que se encuentran dentro del Palacio de Gobierno, estas suelen ser usadas para actividades protocolares como reuniones oficiales, conferencias de prensa o mensajes a la nación.

La composición está finamente estructurada, este sería uno de los rasgos más resaltantes en las imágenes que Mejía elaboraría durante su paso como trabajador del Gobierno. Muy probablemente la foto es posada, las luces y la temperatura la convierten en una imagen solemne. ¿Qué nos quería transmitir el fotógrafo en ese momento? Y ¿Por

qué seguía publicando las imágenes en su cuenta personal a pesar de que ya era trabajador del Gobierno?

En esta imagen vemos al ahora Presidente usando nuevamente tonos marrones, como la casaca que lo acompañó en campaña electoral y un pantalón arrugado que lo hace ver pequeño, ante la imponente del salón en el que se encuentra. Desde el tercer sentido, se denota a un hombre pequeño que se deslumbra ante la grandeza de lo que le toca enfrentar. Muy pocas veces se ha visto imágenes oficiales que retraten a los jefes de Estado de espaldas, como ésta.

El presidente Pedro Castillo no llegó a tener siquiera un 50 % de aprobación popular, según las encuestas que se realizaron desde que asumió el cargo (El Comercio 2022). Sin embargo, conforme avanzaron los meses, su aprobación fue descendiendo. Al cerrar el 2021, su aprobación había bajado casi 10 puntos porcentuales en relación con la que fue medida en agosto, cuando recién había asumido funciones.

Se ha mencionado anteriormente que, durante la campaña electoral, Castillo dio contadas entrevistas para medios de comunicación; cuando asumió el cargo de jefe de Estado esto no cambió tanto pues, en general, entre agosto y diciembre del 2021 su gestión fue muy reservada en cuanto en declaraciones y no aceptó entrevistas en medios de comunicación.

En el mes de enero del 2022, se programaron por fin las primeras entrevistas oficiales con dos reconocidos entrevistadores: el peruano César Hildebrandt y el mexicano Fernando del Rincón. La primera para el semanario “En sus trece” y la segunda para CNN en español. A continuación, se presentarán las imágenes:



Figura 52. Pedro Castillo saludando al periodista César Hildebrandt en Palacio de Gobierno. Fuente: Mejía (2022).

La tercera imagen, publicada el 21 de enero del 2022 en la cuenta de Facebook de Mejía, muestra el saludo de César y Pedro en Palacio de Gobierno, momento previo a la entrevista que se llevaría a cabo en ese lugar. Parece ser un saludo amable, con un abrazo sentido y que denota respeto, la expresión del presidente es de comodidad, parece sonreír tras la mascarilla. Además, es una foto cálida por la luz del verano limeño y los tonos claros de las paredes y la ropa de las personas.

Sin embargo, la entrevista publicada después distó mucho de ser positiva para el mandatario, recibió muchas críticas por la forma evasiva de responder las preguntas que le hizo el periodista. La foto mostraba un evento al parecer agradable, pero la entrevista tuvo muchos momentos de incomodidad, silencio y tensión.

La imagen refiere a cordialidad, respeto y camaradería, se puede interpretar el apretón de brazos como una especie de reconciliación el presidente con la prensa peruana, específicamente limeña. César parece darle su apoyo y ánimos al jefe de Estado que atravesaba momentos de tensión y conflicto debido a sus decisiones de gobierno.

La cuarta imagen está muy vinculada a la anterior, pues se trata de una de las que fue registrada durante la entrevista con Fernando del Rincón:



Figura 53. Pedro Castillo Pedro Castillo, brindó entrevista al periodista Fernando del Rincón de CNN en español.

Fuente: Mejía (2022).

Esta imagen fue publicada el 25 de enero del 2022 en la cuenta en Facebook del fotógrafo. Entrevistador y entrevistado se encuentran en el Salón Dorado de Palacio de Gobierno. Fiel al estilo del fotógrafo, la composición permite que la imagen de ambos personajes se enmarque claramente con la estructura del salón, sus columnas, su candelabro y el piso brillante. Ambos aparecen sonriendo, con una expresión amabilísima.

En la imagen, Pedro y Fernando, a pesar de estar sentados uno frente al otro, muestran un lenguaje corporal de comodidad y soltura, Castillo tiene los brazos abiertos como si le estuviese explicando algo a del Rincón, quien a su vez carga una hoja con su guía de entrevista.

Si el impacto de la entrevista con Hildebrandt fue malo, el de esta segunda entrevista fue terrible. Fue transmitida por televisión nacional y mostró al presidente evadiendo muchas preguntas vinculadas con algunas acusaciones y decisiones políticas desde que asumió el cargo, como el nombramiento de ministros y ministras con proceso judiciales abiertos o con nula experiencia en sus respectivas materias, también se le pudo ver respondiendo generalidades ante las preguntas del entrevistador. Hubo muchísimos

comentarios negativos sobre esta entrevista y, posteriormente, la aprobación del presidente seguiría bajando.

Sin embargo, la imagen nuevamente denota amabilidad, buen ánimo, el reflejo de un aparente buen momento. Esta vez un representante de la prensa internacional le sonrío frente a frente al presidente en uno de los momentos más difíciles de lo que fuera su gestión. Pedro está abriendo los brazos como explicándole algo a Fernando, quien asiente sonriente, no hay tensión ni conflicto denotados.

Las cuatro (04) imágenes analizadas hasta aquí, todas obras de Aldaír Mejía, presentan una visualidad que se enfrenta a lo que iba siendo manifestado en espacios mediáticos de poder hegemónico sobre la imagen y valoración del presidente. Todas son fotos con características imponentes y de clima cálido, que presentan a Pedro como alguien seguro, amable, solemne. Esto, veremos luego, no era lo que ocurría con la gran mayoría de otras imágenes que circulaban en los medios de comunicación, ni con lo que se medía respecto a la temperatura de aprobación popular.

Por otro lado, las imágenes, en la solemnidad expresada que ya se mencionó (presente, por ejemplo, en el dorado de los salones o en la investidura presidencial), presentan a Castillo como un individuo frágil, confrontado por el tamaño de la responsabilidad y las fuerzas increpantes.

3. El poder de la imagen y los contratos

Aldaír Mejía solo trabajó hasta marzo del 2022 en la Presidencia de la República. El 22 de marzo se publicó una investigación periodística preparada por El Foco en la que se señalaba el Despacho Presidencial había desembolsado, entre agosto y enero del 2022, S/ 167, 900 (nuevos soles) en “órdenes de servicio” para contratar servicios externos de fotografía y video, uno de estos servicios externos era el de Aldaír (Taco 2022).

Las órdenes de servicio son documentos usados en la gestión pública para contratar a personas naturales o jurídicas por servicios temporales y no como parte de un equipo de planta con derechos laborales. Esta modalidad contractual posiciona a la persona que brinda el servicio como “consultora” o “locadora”, en tanto su trabajo es temporal y no tiene vínculo legal, es así como no tienen derechos ni deberes hacia la institución que la contrata, más allá de entregar el producto específico solicitado en los términos de referencia de la consultoría.

La investigación publicada por El Foco también señalaba que este desembolso de dinero era inusual, pues durante gobiernos anteriores como el de Ollanta Humala y Pedro

Pablo Kuczynski, el Palacio de Gobierno tenía un fotógrafo en planta y, si se requería de personal adicional, se solicitaba lo propio a la Agencia Andina o TV Perú, los medios de comunicación estatales. No se contrataban fotógrafos a modo de “servicios temporales”.

A todas las críticas que ya venía recibiendo Castillo se le sumó esta acusación de estar malversando fondos, hasta se le acusó de estar pagando favores políticos a fotógrafos y/o profesionales del ámbito audiovisual que lo apoyaron durante la campaña electoral. Se criticó, sobre todo, porque se partió de que la Secretaría de Prensa del Gobierno no es una unidad ejecutora, sino que tiene que trabajar en función de lo que existe dentro del aparato público, como los periodistas, fotógrafos y/o reporteros de los medios estatales con los que ya se cuenta.

La acusación fue grave, además, porque Mejía era solo uno de los cinco fotógrafos y audiovisuales que habían sido contratados a través de esa modalidad entre agosto del 2021 y enero del 2022. Poco después de la publicación de esta acusación, el fotógrafo dejó de trabajar en presidencia y volvió a hacerlo de manera independiente para agencias y diarios.

A este punto saltan varias preguntas respecto a las motivaciones y explicaciones no solo respecto al trabajo como fotógrafo de Aldaír Mejía para presidencia, sino a la importancia que cobraría la construcción de la imagen para la gestión de Castillo ¿Por qué, a diferencia de las anteriores gestiones presidenciales, esta vez se vio necesario contratar creadores de imágenes adicionalmente a lo que ya existía en los medios estatales? ¿A qué respondía la necesidad de contar con este tipo de servicios externos para la gestión? ¿Qué y cómo debían expresar las imágenes para ser favorables a la gestión presidencial?

Otro de los aspectos problemáticos de la situación mencionada fue el hecho de que todo el material producido bajo la modalidad de órdenes de servicio es de propiedad del profesional contratado, debido a la inexistencia de una relación contractual. En esa línea, era entendible que muchas fotos aparecieran en las cuentas personales (Facebook e Instagram) de Mejía, pero no en los archivos oficiales de la página web de Presidencia.

Se presenta, a continuación, una imagen del feed de la cuenta de Instagram de Aldaír Mejía hasta marzo del 2022 (que fue usada en la investigación publicada en El Foco), en la que aparecían distintas imágenes del mandatario que luego borró. Lo que se interpreta es que, debido a las acusaciones y a la polémica, tuvo que retirar algún contenido y negociar temas de propiedad y derechos de las fotos que fueron publicadas en sus cuentas personales mientras trabajaba ahí.



Figura 54. Captura de pantalla de la cuenta de Aldair Mejía en Instagram.
Fuente: El Foco (2022).

Es importante señalar que la investigadora intentó conversar con Aldair Mejía desde octubre del 2021, pero no obtuvo respuesta positiva para realizar alguna entrevista o recoger información al respecto.

Lo descrito en esta breve sección expone la tensión entre las decisiones políticas y la necesidad de la incorporación de una estética particular para el régimen de Castillo. Si bien no se conoce cuáles fueron las motivaciones explícitas que llevaron a la oficina de Presidencia a decidir la contratación, cuando menos inusual, de estos profesionales de la imagen, queda claro que lo expresado es conveniente para manifestar un discurso centrado en la emotividad y en los afectos movilizados por la visualidad propuesta.

Es así que, así como se empezó a notar en las imágenes que Mejía elaboraba sobre Castillo cuando era candidato, la propuesta estética colocaba al ahora presidente como una especie de salvador popular, como un individuo destacable e inusual en la escena política peruana contemporánea, en la que la cercanía y el movimiento fueron los elementos más presentes.

4. La imagen del presidente desde afuera

En esta última sección se analizarán cuatro (04) imágenes del presidente Castillo publicadas en distintos medios de comunicación durante su mandato, desde enero hasta setiembre del 2022. En dos de los casos las imágenes responden a los mismos eventos que los que fueron registrados por Aldair Mejía y presentados en la sección anterior.



Figura 55. Pedro Castillo en su primera entrevista con el reconocido periodista César Hildebrandt en Palacio de Gobierno.

Fuente: La República (2022).

La primera imagen fue publicada en el diario La República en marzo del 2022 y registrada en enero cuando el reconocido periodista peruano visitó Palacio de Gobierno para entrevistar al presidente por primera vez durante su mandato.

En comparación con la imagen registrada y publicada por Mejía del mismo día, esta nos muestra al entrevistado y al entrevistador en una postura más tensa y rígida, al lado izquierdo de Castillo aparece un vaso con agua, denotando la necesidad de algunos elementos de apoyo mientras conversa con Hildebrandt, además hace un gesto con las manos como intentando explicar algo. Por su lado, César lleva en la mano un folder con hojas, que sostiene firmemente, su expresión es de mucha seriedad.

La siguiente imagen a analizar fue publicada en el diario El Comercio el 25 de enero del 2022, día en el que, como ya se ha dicho, Fernando del Rincón entrevistó a Pedro Castillo en Palacio de Gobierno, lo que fue la segunda entrevista a medios durante su mandato y la primera de alcance internacional.



Figura 56. Pedro Castillo durante un avance en el programa “Panorama mundial” de CNN en español, indicó que el jefe de Estado “está a favor de que eso (Bolivia tenga acceso al mar) ocurra”.

Fuente: El Comercio (2022).

En la imagen, a diferencia de la registrada y publicada por el fotógrafo del presidente sobre el mismo evento, solo se logra ver completo a Fernando del Rincón con un lenguaje corporal inquisidor, una expresión seria y con el cuerpo inclinado hacia adelante, sus manos indican efusividad en lo que dice. Además, a diferencia del entrevistado, el entrevistador lleva saco y corbata.

Pedro Castillo pierde protagonismo en la imagen, ya que no es del todo visible, solo se logra ver su perfil, su brazo izquierdo y su sombrero. Además, en el medio de la foto aparece un tacho de luz que parece alumbrar con fuerza para el lado del entrevistador. Un detalle no menor que aparece en la imagen es el vaso vacío que se ve al lado izquierdo de del Rincón, lo que denota que la entrevista ya está bastante avanzada.

Más allá de esta imagen, luego se afirmaría en los medios que se refirieron a este evento, que del Rincón fue muy “tolerante” para no perder la paciencia ante las negativas, evasiones y generalidades que Castillo respondía. La imagen expresa este ánimo cuestionador y firme.

Enero del 2022 terminaba para el presidente con muchas críticas y reacciones negativas a sus primeras entrevistas, incluso a nivel internacional. Para febrero, Pedro Castillo viajaría a Brasil para reunirse con el entonces presidente Jair Bolsonaro, de esta visita resultó la siguiente imagen a analizar.



Figura 57. Pedro Castillo y Jair Bolsonaro suscribieron acuerdos sobre salud.
Fuente: El Peruano (2022).

La imagen fue publicada por el diario El Peruano, diario estatal, el 3 de febrero del 2022 en una nota periodística titulada “Presidentes Castillo y Bolsonaro suscribieron acuerdos sobre salud”.

Hasta este día, todas las apariciones públicas del presidente peruano habían sido con su ya tradicional sombrero; sin embargo, antes de tomarse la foto, como luego se evidenciaría en los videos que registraron diversos medios de comunicación presentes en el evento, el presidente brasilero se lo quitaría y se lo pondría. La reacción de Castillo, al parecer, sería positiva y en la foto saldrían ambos sonrientes y abrazados.

La imagen resulta polémica porque, a nivel político, las ideologías de ambos políticos son opuestas. De manera reduccionista, se vería, entonces, a la “extrema derecha” y a la “extrema izquierda” juntas en una sola imagen. El detalle del sombrero no pasa para nada desapercibido, pues realmente le es arrebatado en ese encuentro, denotando una fuerte sensación de subordinación.

En los meses venideros, la gestión del mandatario alcanzaría su porcentaje más alto de desaprobación en la ciudadanía, esto pasaba a la vez que se iban destapando más escándalos de corrupción dentro del entorno cercano del presidente. Fue cuestionada su familia, sus asesores y su secretario general, mientras tanto también los ministros y ministras iban y venían.

Según reveló una encuesta realizada por el Instituto de Estudios Peruanos (IEP), en junio del 2022, la gestión del presidente alcanzó un 70 % de desaprobación, la más

alta hasta ese momento (IEP 2022). A la vez, se reducía drásticamente también su aprobación ciudadana según las mismas mediciones.

No es casual, entonces, que para inicios de junio se haga de conocimiento público que el presidente había recibido la asesoría de María Alejandra Trujillo Moncaleano, una “reconocida consultora política de origen colombiano y especialista en gestión de crisis de gobierno” (La República 2022). Según medios nacionales, la asesora colombiana poseía “experiencia de haber estado en siete países de América Latina asesorando en gerencia política y manejo de crisis a los gobiernos locales, regionales y nacionales” (La República 2022).

Trujillo se reunió con Pedro Castillo hasta en siete ocasiones en el Palacio de Gobierno, según sus propias declaraciones, para realizar un diagnóstico de la crisis que acontecía en el país. Sin embargo, de acuerdo con una breve investigación hecha por los mismos medios que dieron a conocer la noticia, la consultora no realizó un servicio pagado, sino ad honorem.

Luego de esto, se observó en Castillo un cambio en vestimenta, indumentaria y dinámicas de reuniones, en general se transformó su imagen. El presidente empezó a usar terno y corbata, dejó de usar su tradicional sombrero chotano y se empezaron a llevar a cabo cada vez con más frecuencia Consejos de ministros descentralizados y otro tipo de reuniones en diversas ciudades del país.

Pero la situación política empeoraría, en agosto de 2022 se realizó la detención preliminar de la cuñada del presidente Yennifer Paredes, hermana de su esposa Lilia, acusada de coludirse para realizar “licitaciones fraudulentas”, también se autorizó el allanamiento de su domicilio y su detención desplegó distintos operativos en el Palacio de Gobierno y alrededores. Incluso se acusó al presidente de esconderla.

A continuación, se presentará la última imagen a analizar en estas páginas:



Figura 58. Presidente Pedro Castillo concluye este miércoles sus actividades en Nueva York. Por la mañana se reunió con António Guterres, secretario general de la ONU. Fuente: El Comercio (2022).

La imagen fue publicada el 21 de setiembre en el diario El Comercio, acompañando una nota periodística sobre un viaje del presidente a Estados Unidos para reunirse con los secretarios generales de la ONU y de la OEA.

Esta corresponde a la primera imagen de Pedro Castillo con esta vestimenta atípica para él hasta ese momento, situación que fue repetida y comentada en diversos espacios mediáticos por la novedad.

En la imagen estrecha la mano de Antonio Guterres y ambos sonríen para la foto. Este viaje se llevó a cabo mientras que en el Perú se destapaban severas acusaciones de corrupción e investigaciones al mandatario y su entorno más cercano. Al respecto en dicha reunión en Nueva York, Castillo aprovechó para manifestar lo siguiente:

La democracia supone la existencia de posiciones políticas, de esas posiciones políticas opuesta, en eso consiste la libertad. Pero en la gobernabilidad democrática existe el respeto a la libertad y sobre todo a la voluntad popular. Los golpes de Estado, sean cual sea su modalidad o el poder de Estado que los impulse, son ilegítimos. Atentan contra la expresión soberana de la voluntad popular, de la misma manera que en las crisis externas. (El Comercio 2022)

Esta es la última imagen seleccionada para el análisis pues marca un claro hito a nivel visual en el estilo y construcción de la imagen del presidente. Denota un cambio radical en su apariencia, quizá motivado por los serios problemas que venía teniendo y la creciente desaprobación popular. Apelando al tercer sentido, la imagen denota un apretón

de manos entre el mandatario y los organismos multinacionales, el mundo globalizado, las élites y las clases dominantes.

La visualidad de las dos primeras imágenes de esta última sección propone una representación de Castillo contra las cuerdas, sin empoderamiento, en situaciones de tensión por su perfil cerrado ante las entrevistas y el acceso de los medios a las acciones de su gestión. Silencio duramente criticado y a partir del cual también nacieron muchas especulaciones.

La visualidad de las dos últimas imágenes es completamente disruptiva en relación con lo que vimos en páginas anteriores. A partir de las dos últimas imágenes analizadas, se puede decir que un año y dos meses después de su juramentación simbólica en la Pampa de la Quinoa, Castillo se presentaba ante los ojos del público como otro político tradicional, cumpliendo con las formas hegemónicas y cumpliendo con los protocolos internacionales. Estrechaba manos, sonreía al lado de otros presidentes con ideologías radicalmente distintas a las que él defendía mientras que su gobierno, como luego sucedió, se iba despedazando.

Si bien hay una clara intención del presidente por transformar su imagen, vale la pena preguntarse ¿A quién se estará dirigiendo específicamente? En paralelo, la visualidad propuesta por sus propios canales digitales, como la cuenta en Facebook y la cuenta en Instagram de Presidencia, se fue haciendo cada vez más similar a la propuesta en medios hegemónicos.

¿Corresponde la imagen y representación de Pedro Castillo a una nueva forma de operar visualmente la comunicación política? Esta nueva construcción de sentidos oficiales, de discursos “hegemónicos” podría posibilitar la ruptura de diques que contienen estos procesos de descolonizar las sociedades, específicamente en países latinoamericanos contemporáneos en la era digital.

Por otro lado, ¿Será que las visualidades hegemónicas y contrahegemónicas no son tan diferentes entre sí? O será que la propuesta contrahegemónica tiene que posicionarse de manera firme hasta llegar a ser hegemónica para marcar una ruptura. Al respecto Barriandos plantea que:

toda imagen-archivo de la modernidad/colonialidad, toda categoría imperial y todo relato colonial ha de ser considerado como desplazable o prescindible, pero también, toda contra-visualidad ha de ser tomada en cuenta como necesaria para avanzar en la descolonización de nuestros imaginarios globales. (Barriandos 2011, 23)

¿Podría catalogarse la imagen y representación de Castillo como una contravisualidad? O será, más bien, que las interpretaciones limitadas están enunciadas desde *colonialidad del ver*. Las imágenes que muestran a Pedro Castillo en distintos momentos de su vida política transitan desde la representación mediática de lo salvaje, rebelde y peligroso; pasando por un tránsito visual compuesto por diversos símbolos étnicos en su indumentaria y entorno, hasta la representación, primero de solemnidad, capacidad y liderazgo que termina, tras un proceso de reajuste y asesoría, en una propuesta estética despojada de los simbolismos utilizados de entrada y más cercanos a la “oposición”.

Las imágenes presentadas en esta investigación representan un pequeño grupo de todas las imágenes de Pedro Castillo que han circulado en diferentes plataformas en el tiempo delimitado; sin embargo, se han usado éstas como muestra para identificar cómo, según la etapa social y el contexto político, han representado claramente una intención y una postura desde quienes las enuncian.

Asimismo, muchas de estas imágenes han estado compuestas por estereotipos y símbolos fácilmente identificables para construir una estética particular. La de los medios nacionales e internacionales frente a la del fotógrafo afín a Pedro Castillo que luego trabajó para el gobierno. En ambos tipos de estética, la representación del personaje y su vínculo con el poder gira por completo. Ello sin tomar en cuenta necesariamente todos los discursos textuales que acompañaban a las imágenes.

Por otro lado, las dieciséis (16) imágenes analizadas, cuatro (04) según subsección, están claramente ligadas a momentos específicos de tensión de poderes y, en esa línea, construyen un archivo y una memoria viva que relata el ánimo, la temperatura y los giros de esta intensa etapa política vivida en el Perú.

Es importante señalar que, al cierre de la redacción de esta tesis, Pedro Castillo afronta una denuncia constitucional interpuesta por la Fiscal de la Nación del Perú, que lo acusa explícitamente de liderar una organización criminal en el seno de su gobierno.

Conclusiones

Esta investigación ha tenido por objetivo analizar, a partir de la interpretación de imágenes, cómo se representa el poder de Pedro Castillo como personaje político, cuando candidato y cuando presidente, así como determinar qué tipo de estéticas y visualidad han sido utilizadas para representarlo.

A partir de lo señalado en el capítulo primero, se ha destacado la manera en la que la estética de Castillo rompe con lo elaborado y expuesto por sus predecesores, tanto candidatos como jefes de Estado en los últimos 20 años de historia del Perú. Es así como se describen, de manera general, los antecedentes y la ruta icónica de las campañas electorales y las elecciones más recientes para desembocar en la irrupción de la figura de Castillo la pantalla pública. Figuras como la de Alejandro Toledo y Ollanta Humala se posicionan como referentes visuales.

Asimismo, se destaca la potencia de los símbolos en el personaje de Pedro Castillo construido para el convencimiento de sus electores en el marco de sus propuestas bandera de corte populista, así como de la población una vez fue elegido mandatario. La teatralidad del poder se manifiesta con mucha claridad desde el primer momento en el que asume la presidencia. La juramentación simbólica y la puesta en escena es un afán que inicia y mantiene durante todo su gobierno como estilo de posicionamiento público. Esto estaría vinculado, después, con la especial atención al tratamiento de la imagen desde su despacho, a través de la contratación de profesionales de la fotografía y audiovisuales.

Por otro lado, se puede señalar también que estas vueltas del significado pictórico de la imagen política están vinculadas con la irrupción a gran escala y a gran velocidad de las pantallas y las diversas tecnologías de la imagen en la sociedad, así como de las propias crisis sociales, políticas y económicas del Perú reciente. Estos sucesos en el contexto de la pandemia influyeron también en la frecuencia, calidad y usabilidad de las imágenes para distintos fines.

Además, a través de la interpretación de la muestra de imágenes escogida, se afirma cómo la estética propuesta por las versiones digitales de los principales medios de comunicación es de alguna manera opuesta a la presentada por fotógrafos independientes con plataformas de alcance más pequeños. La transición de la estética propuesta por los medios según las etapas establecidas fue desde la construcción de un personaje inexperto,

salvaje e incompetente, a uno acorralado, débil e incoherente. En esa misma línea, la estética propuesta por el fotógrafo Mejía según las etapas establecidas fue desde la construcción de un personaje afectuoso, comprometido y cercano, a uno solemne, competente y líder, con halos de miedo y misterio.

En la línea de responder la pregunta principal de la investigación, a través del análisis de las 16 fotografías, el poder se representa desde la espectacularización, la puesta en escena compuesta por simbolismos marcados como el del caudillo salvador, el líder movedor de grandes masas, el hombre humilde con gran responsabilidad marca la estética de Pedro Castillo en su época de candidato. Sin embargo, mientras ocupa el cargo de Presidente, la visualidad, poco a poco, se va transformando insertando nuevos simbolismos y construyendo una imagen muy distinta. El poder, para entonces, estará en la representación de lo oficial, lo formal y el contacto con lo global.

Hall señalaba cómo la sociedad se ordena simbólicamente a través de los estereotipos que construyen las representaciones del otro, éstas ordenan nuestras preconcepciones sobre los demás y se fortalecen según la repetición y posicionamiento de aquellos estereotipos. Las fotos publicadas por los medios tradicionales en la etapa de candidato posicionaron a Castillo en el marco rígido de algunos estereotipos, como un hombre andino ignorante, contestatario y molesto; mientras que las publicadas por la foto independiente giraban su representación hacia los afectos, las conexiones humanas con su familia y con el tan nombrado pueblo.

Para la etapa de presidente es muy relevante señalar la clara intención en la construcción visual y la manipulación de la imagen para fines de posicionamiento político. Ningún otro despacho presidencial antes había contratado a tantos profesionales de la imagen adicionales al equipo con el que contaba la oficina gubernamental, o quizá se haya hecho, pero no hay registro de ello, tomando en cuenta todas las acusaciones y pruebas de corrupción en la gestión de anteriores gobiernos. Sin embargo, es evidente el afán de Castillo y su gestión por construir un relato propio, oponiéndose al construido por los medios tradicionales en todas las plataformas de consumo masivo.

Es posible afirmar, a partir del análisis de las fotografías elaboradas desde la oficina presidencial, que el poder para Castillo ha estado reflejado, en cierta manera, en la construcción de su imagen, en la forma en la que los demás lo ven, en lo que los demás tienen por decir. Pero no habría que confundir eso con un extremo cuidado por lo visual y lo pictórico, pues desde que inició su gestión le negó el acceso a muchos espacios a las grandes corporaciones mediáticas, renunciando estratégicamente a ese nivel de

exposición. Los relatos contruidos por los medios estuvieron, pues, completamente fuera de su control.

Bien señalaba Gramsci cómo era fundamental para el mantenimiento de la hegemonía, construir un único ordenamiento del mundo desde los medios de comunicación y las industrias culturales. Si bien lo señalado por el autor data de hace 100 años, a través de esta caso en específico se puede interpretar no solo el poder de los relatos hegemónicos a través de la cultura pensado como única, sino también la importancia de las otras voces, los otros ojos, los otros lentes y las otras pantallas. Estas últimas serán necesarias para construir una interpretación más justa y equilibrada de la vida social.

Por otro lado, también es pertinente señalar el giro que la imagen construida por el presidente y su equipo fue dando. Como se ha señalado, conforme la gestión avanzaba, los cuestionamientos y amenazas provenientes del Congreso de la República, los medios de comunicación y la ciudadanía en general crecían, a su vez, Castillo fue despojándose de elementos como la chaqueta con motivos andinos y el tradicional sombrero chotano. Al corte temporal del análisis de las fotos, y tras recibir asesorías de imagen en el camino, el estilo en el vestir había cambiado por completo; ello coincidió con la interrupción de las labores de los profesionales fotógrafos y audiovisuales a partir de los señalamientos. La visualidad de Castillo en octubre del 2022 posee diferencias abismales con la de julio del 2021.

Si bien este trabajo señala la relevancia inusual que el gobierno de Castillo le brindó a las imágenes construidas y circuladas del presidente, también ha abierto un nuevo debate sobre la propiedad, la privacidad y el poder de las propias imágenes, desde lo visual, pero también desde lo político.

Es importante señalar que esta investigación se ciñe a la interpretación visual; sin embargo, estas etapas y transiciones fueron también llevándose a cabo mientras la población iba conociendo a Pedro Castillo como líder político y como autoridad. Si bien muchas personas creyeron y aún creen en él, su gobierno ha sido cada vez más cuestionado y deslegitimado.

Notas finales

Esta investigación fue concluida en octubre del 2022; sin embargo, dado que se revisó el texto entre enero y febrero del 2023, la autora consideró conveniente añadir esta sección para narrar, en líneas generales, lo que sucedió en los meses posteriores a nivel político en el Perú.

Como se señaló en las líneas finales del último capítulo de este documento, el gobierno de Pedro Castillo llegaba al final del 2022 con cuestionamientos y acusaciones de corrupción cada vez más fuertes y con más evidencia. Además, llegaba con menos aprobación popular, con el Congreso, los medios de comunicación y los grupos de poder económico en su contra.

Para diciembre del 2022, en medio de negociaciones de votos y movidas estratégicas, en el Congreso de la República se había aprobado ya el debate para una tercera moción de vacancia del presidente por incapacidad moral. Es así como, en la mañana del miércoles 7 de diciembre, día en que le correspondía ejercer su defensa, Pedro castillo ofrece un mensaje a la nación en el que señala, entre otras cosas, lo siguiente:

“La mayoría de congresistas identificados con intereses racistas y sociales en general han logrado crear el caos con el fin de asumir el gobierno, al margen de la voluntad popular y del orden constitucional, llevamos más de 16 meses de continua y obcecada campaña de ataques sin cuartel a la institución presidencial, situación nunca antes vista en la historia peruana. La única agenda del Congreso desde el 29 de julio del 2021, en que juramenté el cargo de Presidente de la República ha sido y es la vacancia presidencial, la suspensión, la acusación constitucional o la renuncia a cualquier precio, para esa mayoría congresal que representa los intereses de los grandes monopolios y oligopolios (...) Los adversarios políticos más extremos, en un acto inédito, se unen con el único propósito de hacer fracasar al gobierno para tomar el poder sin haber ganado previamente una elección. Esta situación intolerable no puede continuar por lo que, en atención al reclamo ciudadano, a lo largo y ancho del país, tomamos la decisión de establecer un Gobierno de excepción orientado a restablecer el Estado de derecho y la democracia, a cuyo efecto se dictan las siguientes medidas: Disolver temporalmente el Congreso de la República e instaurar un Gobierno de emergencia excepcional, convocar en el más breve plazo a elecciones para un nuevo Congreso, con facultades constituyentes para elaborar una nueva Constitución en un plazo no mayor de 9 meses. A partir de la fecha y hasta que se instaure el nuevo Congreso de la República se gobernará mediante decretos ley, se decreta

el toque de queda a nivel nacional a partir del día de hoy miércoles 7 de diciembre del 2022 desde las 22 horas hasta las 4 horas del día siguiente; se declara en reorganización el sistema de justicia, el poder Judicial, el Ministerio Público, la Junta Nacional de Justicia y el Tribunal Constitucional (...)"



Figura s/n. Captura de pantalla de la transmisión de TV Perú Noticias del mensaje presidencial el 7 de diciembre del 2022.

Fuente: TV Perú Noticias (2022).

El presidente, contra las cuerdas, había dado un golpe de Estado. Sus palabras fueron transmitidas en todos los canales de señal abierta de radio y TV. Tras ello, el Congreso de la República adelantó la sesión prevista e inició la votación de la vacancia directamente amparándose en el artículo número 46 de la Constitución Política del Perú, que hace referencia a la no obediencia a un gobierno usurpador o que en funciones viole la Constitución o las leyes. La votación terminó con 101 votos a favor y el presidente fue vacado.

Mientras eso sucedía en el Congreso, el paradero de Castillo era desconocido, al iniciar la tarde los medios se dirigieron al Palacio de Gobierno y registraron cómo la esposa e hijos del ya expresidente salían con mochilas, maletas y bolsas, acompañados de algunas personas del equipo de seguridad. Días después se sabría que solicitaron asilo político en la embajada de México en Perú, posteriormente viajaron a dicho país, aún sin retorno.



Figura s/n. Captura de pantalla de la transmisión de América Noticias en la que se ve a Lilia Paredes, esposa de Pedro Castillo, abandonando el Palacio de Gobierno.
Fuente: América Noticias (2022).

En el Congreso, luego de la votación y de vacar al presidente, se procedería a la juramentación de la vicepresidenta en funciones Dina Boluarte. Avanzada la tarde se supo que Pedro Castillo había sido detenido intentando huir junto a su ex premier y abogado Aníbal Torres. El Ministerio Público dirigió su detención por presunto delito de rebelión y quebrantar el orden constitucional. Se les llevó a la sede de la Prefectura de Lima, en presencia de la Fiscal de la Nación. Ambos permanecieron detenidos por varias horas.



Figura s/n. Atrás Pedro Castillo y Aníbal Torres detenidos en la Prefectura de Lima, adelante Harvey Colchado y Walter Lozano, miembros de la Policía Nacional del Perú que encabezaron el operativo para su detención.
Fuente: El Comercio (2022).

Desde el 07 de diciembre iniciaron las protestas ciudadanas a lo largo del territorio nacional, empezaron en las regiones del sur del país como Puno, Cusco, Ayacucho y progresivamente llegaron a Arequipa, Ica y Lima. Las consignas han sido diversas, pero resaltan el pedido por la liberación de Pedro Castillo, el cierre del Congreso de la República, la convocatoria a una Asamblea Constituyente para la elaboración de una nueva Constitución y finalmente la denuncia de Dina Boluarte a la Presidencia. Se han convocado marchas, bloqueos de carreteras y huelgas indefinidas.

Hasta el 07 de febrero del 2023 han muerto más de 60 personas en el marco de la protesta social, ha habido centenares de heridos, incluidos periodistas y reporteros independientes cubriendo la protesta. Además, se ha evidenciado como el régimen de la presidenta Dina Boluarte ha hecho uso indebido de la fuerza a través de la Policía Nacional del Perú y las Fuerzas Armadas, ha reprimido y ha detenido arbitrariamente. Lo que se vive en el Perú es trágico. Las implicancias a nivel de visualidad, imagen y poder de este momento serán objeto de alguna posterior investigación.

Lista de referencias

- Ackerman, John. 2015. "México: la transición pendiente. Déficit democrático y movilizaciones". *Revista Nueva Sociedad* (256): 4-16. https://static.nuso.org/media/articles/downloads/4100_1.pdf.
- Andina. 2011. "Ollanta Humala afirma que sus propuestas traen mensaje de cambio y esperanza". *Andina*. 1 de junio. <https://andina.pe/agencia/noticia-ollanta-humala-afirma-sus-propuestas-traen-mensaje-cambio-y-esperanza-361603.aspx>.
- . 2018. "Manifestaciones por indulto a Fujimori marcaron el 25 diciembre hace un año". *Andina*. 25 de diciembre. <https://andina.pe/agencia/noticia-manifestaciones-indulto-a-fujimori-marcaron-25-diciembre-hace-un-ano-737064.aspx>.
- . 2021. "Elecciones 2021: Conoce el perfil de Pedro Castillo, candidato del partido Perú Libre". *Andina*. 26 de enero. <https://andina.pe/agencia/noticia-elecciones-2021-conoce-perfil-pedro-castillo-candidato-del-partido-peru-libre-831311.aspx>.
- Ávila-Fuenmayor, Francisco y Claudia Ávila Montaña. 2008. "El Poder: De Maquiavelo a Foucault". *Revista de Ciencias Sociales*, 18 (2): 367-80. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28023310015.pdf>.
- Balandier, Georges. 1994. *El poder en escenas: De la representación del poder al poder de la representación*. Traducido por Manuel Delgado Ruiz. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Barthes, Roland. 1986. *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*. Traducido por Fernández Medrano. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Barriandos, Joaquín. 2011. "La colonialidad del ver hacia un nuevo diálogo visual interepistémico". *Nómadas*, (35): 13-29. <https://www.redalyc.org/pdf/1051/105122653002.pdf>.
- Betancourt, María. 2020. "La imagen visual de la identidad, entre resistencias y representaciones hegemónicas". *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 79: 51-74. <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/3676/1973>.

- Bustamante, José Manuel. 2006. "Ollanta Humala, la nueva incógnita americana". *El Mundo*. 4 de junio. <https://www.elmundo.es/elmundo/2006/04/08/internacional/1144460139.html>.
- Cabanillas, Ymelda. 2016. "Imagen política de Ollanta Humala en las campañas electorales 2006-2011". *Revista De Ciencias Humanas y Sociales* 32 (11):179-90. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048902012>.
- Canal N. 2020. "Expresidente Vizcarra terminó su mandato con 77 % de aprobación, según IEP". *Canal N*. 19 de noviembre. <https://canaln.pe/actualidad/martin-vizcarra-termino-su-mandato-77-aprobacion-segun-iep-n427743>.
- Capital Humano y Social. s.f. "Bases político-ideológicas del Partido Nacionalista Peruano". *Capital Humano y Social*. Accedido 20 de setiembre. <http://www.chs-peru.com/Informe/Informespasados/0509/Documentos/ideario.pdf>.
- Cusicanqui, Silvia. 2015. "Sociología de la imagen. Miradas ch'ixi desde la historia andina.". *Tinta Limón*, Argentina. <http://www.catedralibremartinbaro.org/pdfs/libro-sociologia-de-la-imagen-silvia-rivera.pdf>.
- Dargent Bocanegra, Eduardo, y Stéphanie Rousseau. 2021. "Perú 2020: ¿el Quiebre De La Continuidad?". *Revista de Ciencia Política* 41 (2): 377-400. https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-090X2021005000112&lng=en&nrm=iso&tlng=en.
- Dussel, Enrique. 1998. *Ética de la liberación*. Madrid: Editorial Trotta. https://enriquedussel.com/txt/Textos_Libros/50.Etica_de_la_liberacion.pdf.
- . 2009. *Política de la liberación*. Madrid: Editorial Trotta. https://enriquedussel.com/txt/Textos_Libros/58.Politica_liberacion_historia_Vol_1.pdf.
- El Comercio. 2017. "Toledo: de opositor a Fujimori a acusado por corrupción [FOTOS]". *El Comercio*. 9 de febrero. <https://elcomercio.pe/politica/justicia/toledo-opositor-fujimori-acusado-corrupcion-fotos-noticia-1966660/?foto=14>.
- . 2020. "Los 4 Suyos y los 20 míos, una crónica de Fernando Vivas". *El Comercio*. 26 de julio. <https://elcomercio.pe/politica/justicia/marcha-de-los-cuatro-suyos-los-4-suyos-y-los-20-mios-una-cronica-de-fernando-vivas-alejandro-toledo-alberto-fujimori-noticia/>.
- . 2021a. "Elecciones 2021: De Soto escala al segundo lugar en la recta final". *El Comercio*. 4 de abril. <https://elcomercio.pe/elecciones-2021/elecciones-2021-de->

- soto-escala-al-segundo-lugar-en-la-recta-final-ipsos-peru-simulacro-noticia/?ref=ecr.
- . 2021b. “Caravana cívica por la familia y la democracia’ se desarrolló este sábado en Lima [FOTOS]”. *El Comercio*. 1 de junio. <https://elcomercio.pe/lima/caravana-civica-por-la-familia-y-la-democracia-se-desarrollara-este-sabado-29-de-mayo-en-lima-a-una-semana-de-las-elecciones-2021-keiko-fujimori-pedro-castillo-segunda-vuelta-elecciones-peru-2021-noticia/?ref=ecr>.
- . 2022a. “Fernando del Rincón: El presidente Pedro Castillo está a favor del derecho de Bolivia al acceso al mar”. *El Comercio*. 25 de enero. <https://elcomercio.pe/politica/actualidad/fernando-del-rincon-cnn-en-espanol-el-presidente-pedro-castillo-esta-a-favor-del-derecho-de-bolivia-al-acceso-al-mar-nndc-noticia/>
- . 2022b. “El Comercio-Ipsos: cae cinco puntos aprobación a Pedro Castillo en el sector rural”. *El Comercio*. 13 de marzo. <https://elcomercio.pe/politica/encuesta-ipsos-peru-pedro-castillo-mantiene-baja-aprobacion-la-evolucion-de-cifras-hasta-marzo-noticia/?ref=ecr>.
- . 2022c. “Pedro Castillo se reunió en Nueva York con secretarios generales de la ONU y la OEA”. *El Comercio*. 21 de septiembre. <https://elcomercio.pe/politica/pedro-castillo-se-reune-hoy-21-de-setiembre-con-secretarios-generales-de-la-onu-y-la-oea-luis-almagro-rmmn-noticia/>
- El Peruano. 2017. “Fiesta del pueblo en la pampa de la Quinoa [reportaje gráfico]”. *El Peruano*. 30 de julio. <https://elperuano.pe/noticia/125702-fiesta-del-pueblo-en-la-pampa-de-la-quinua-reportaje-grafico>.
- El Universo. 2017. “Quién es Pedro Castillo, el candidato que sorprende en las elecciones presidenciales en Perú”. *El Universo*. 13 de abril. <https://www.eluniverso.com/noticias/internacional/quien-es-pedro-castillo-el-candidato-que-sorprende-en-las-elecciones-presidenciales-en-peru-nota/>.
- Extra. 2021. “Ciudadanos participaron en la “Marcha Por La Paz Y La Democracia” Contra El Terrorismo”. *Extra*. 29 de mayo. <https://www.extra.com.pe/actualidad/ciudadanos-participaron-en-la-marcha-por-la-paz-y-la-democracia-contra-el-comunismo/>.
- Farocki, Harun. 2013. “Desconfiar de las imágenes”, prólogo de G. Didi-Huberman. Traducido por J. Giser y A. Marchi. Buenos Aires: Caja Negra.

- Foucault, Michael. 1975. *Vigilar y castigar*. Argentina: Siglo Veintiuno.
<https://www.ivanillich.org.mx/Foucault-Castigar.pdf>.
- . 1989. *La arqueología del saber*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Germani, Gino. Autoritarismo, fascismo y populismo nacional, Buenos Aires, Temas, 2003.
- Gobierno del Perú. 2022. “Minsa: Perú está en fase de descenso de la tercera ola por COVID-19”. Gobierno del Perú. 07 de febrero.
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/noticias/581988-minsa-peru-esta-en-fase-de-descenso-de-la-tercera-ola-por-covid-19>.
- Gramsci, Antonio. 1967. *La formación de los intelectuales*. Traducido por Ángel González Vega. México: Grijalbo.
- Gramsci, Antonio. 1978. *Notas sobre Maquiavelo, Sobre Política y sobre el Estado Moderno*. México: Juan Pablos Editor.
- Hall, Stuart. 2010. “Identidad y representación: Etnicidad: identidad y diferencia y El espectáculo del «Otro»”. En *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, compilado por E. Restrepo, C. Walsh y V. Vich. Quito: Instituto de Estudios Sociales y Culturales / Pontificia Universidad Javeriana / Instituto de Estudios Peruanos / Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador / Envió Editores.
- IPSOS. 2021. “Resultados del conteo rápido al 100 % - 6 de junio 2021”. IPSOS. 7 de junio. <https://www.ipsos.com/es-pe/resultados-del-conteo-rapido-al-100-6-de-junio-2021>.
- Jave, Iris y María Mendoza. 2017. “Comunicación de gobierno y activistas de la información. Tensiones para construir legitimidad entre jóvenes”. *Contratexto*, (27): 81-100. <https://doi.org/10.26439/contratexto.2017.027.004>.
- Jiménez, Beatriz. 2011. “El fenómeno del 'PPKuy'”. *El Mundo*. 17 de abril.
<https://www.elmundo.es/america/2011/03/17/noticias/1300380698.html>
- Jurado Nacional de Elecciones. 2011. “Elecciones generales 2011. Estadísticas-Resultados”. *Jurado Nacional de Elecciones*.
https://portal.jne.gob.pe/portal_documentos/files/informacionelectoral/estadistic_aelectoral/6_10.pdf.
- . 2016. “Estadísticas generales de las Elecciones generales 2016”. *Jurado Nacional de Elecciones*.

- https://portal.jne.gob.pe/portal_documentos/files/0555507c-f982-4f51-b0ca-34e0fa17fc73.pdf.
- Latina.pe. 2021. “Pedro Castillo se pronunció desde la plaza central de Tacabamba-Cajamarca”. Video de YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=qX-w3cvN9Go&ab_channel=Latina.pe.
- Moraes, Denis de. 2013. *Medios, poder y contrapoder de la concentración monopólica a la democratización de la información*. Argentina: Editorial Biblos.
- Motta, Alejandro. 2021. “Pedro Castillo, un peligro para Perú”. *La Razón*. 27 de abril. <https://www.larazon.es/internacional/20210427/2lqpz4bq7favpddmmkgussaaqu.html>.
- Mejía, Aldair (@aldairmejia_photo). "Estuve en Tacabamba acompañando a Pedro Castillo como candidato presidencial para el Diario La República. Al comienzo Pedro nos invitó un rico caldo verde". Fotografía de Instagram, 12 de abril, 2021. <https://www.instagram.com/p/CNITEi2hUTA/>.
- Natanson, José. (2010). Medios y “nueva izquierda”: Algunos apuntes impresionistas. (Media and “New Left”: Some Empressionist Notes). En *¿Por qué nos odian tanto? (Estado y medios de comunicación en América Latina)*, editado por Omar Rincón, 15-21. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/c3-comunicacion/07475.pdf>.
- ONPE. 2000. “Elecciones Generales 2000 1ra vuelta Nacional”. *Oficina Nacional de Procesos Electorales*. 22 de agosto. <https://www.web.onpe.gob.pe/modElecciones/elecciones/RESUMEN/GENERALES/9.pdf>.
- . 2006. “Perú: Elecciones Generales 2006 - Informe de Resultados. Presidente, Vicepresidentes y Congresistas de la República. Tomo I”. *Oficina Nacional de Procesos Electorales*. <https://www.onpe.gob.pe/modEducacion/Publicaciones/L-0040.pdf>.
- . 2011. “Elecciones Presidenciales 2011. Resultados por organización política”. *Oficina Nacional de Procesos Electorales*. 5 de abril. <https://www.web.onpe.gob.pe/modElecciones/elecciones/elecciones2011/1ravuelta/resultados.html>.
- . 2021. “Presentación de resultados en Elecciones Generales y Parlamento Andino 2021”. *Oficina Nacional de Procesos Electorales*.

<https://resultadoshistorico.onpe.gob.pe/EG2021/EleccionesPresidenciales/RePres/T>.

Ostrowska, Joanna. 2010. "Hombre andino contra hombre occidentalizado: el etnocacerismo de los Humala". *Itinerarios. Revista de estudios lingüísticos, literarios, históricos y antropológicos* 11 (11): 85-101. https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Itinerarios_Revista_de_estudios_ling_sticos_literarios_historicos_y_antropologicos/Itinerarios_Revista_de_estudios_ling_sticos_literarios_historicos_y_antropologicos-r2010-t-n11/Itinerarios_Revista_de_estudios_ling_sticos_literarios_historicos_y_antropologicos-r2010-t-n11-s85-101/Itinerarios_Revista_de_estudios_ling_sticos_literarios_historicos_y_antropologicos-r2010-t-n11-s85-101.pdf.

Partido Político Perú Posible. s.f. Accedido 16 de agosto. <https://www.peruposible.org.pe/>.

Página de Alejandro Toledo Facebook no oficial. 2010. Accedido 16 de agosto. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=327757912327&set=a.302229887927237>.

Página de Alberto Fujimori no oficial. 2012. Accedido 16 de agosto. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=461837017182736&set=a.356708643134829>.

Página de Facebook no oficial de Keiko Sofia Fujimori Higuchi. 2011. Accedido 16 de agosto. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=480626786595&set=a.439098197585544>.

Página de Facebook oficial de Ollanta Humala Tasso. 2011. Accedido 22 de agosto. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=10150174860503028&set=a.427901002037927>.

Página de Facebook oficial de Fuerza Popular. 2021. 01 de septiembre. <https://web.facebook.com/photo/?fbid=5373824196023398&set=a.422196662630535>.

Página de Facebook oficial de Pedro Castillo Terrones. 2021. 01 de septiembre. https://web.facebook.com/PedroCastilloTerrones/photos/a.347092953043883/430260564727121/?type=3&_rdc=1&_rdr.

- Política LR. 2019. “Fujimorismo recibió más de S/ 19 millones de tres empresarios para campaña 2011”. *La República*. 23 de diciembre. <https://larepublica.pe/politica/2019/12/23/keiko-fujimori-fujimorismo-recibio-mas-de-s-19-millones-de-tres-empresarios-para-campana-2011-fuerza-popular-fuerza-2011-onpe/>.
- . 2021a. “Pedro Castillo: perfil del candidato presidencial de Perú Libre”. *La República*. 12 de abril. <https://larepublica.pe/elecciones/2021/03/22/pedro-castillo-perfil-del-candidato-presidencial-de-peru-libre-evat-pltc/>.
- . 2021b. “Marcha Keiko no va: ciudadanos se movilizaron en contra de la candidata”. *La República*. 22 de mayo. <https://larepublica.pe/elecciones/2021/05/22/marcha-keiko-no-va-en-vivo-hoy-22-de-mayo-2021-sigue-minuto-a-minuto-la-marcha-contrakeiko-fujimori-pltc/>.
- . 2022a. “Hildebrandt revela que Castillo deseaba que tuviera una ‘presencia importante’ en TV Perú”. *La República*. 15 de marzo. <https://larepublica.pe/politica/2022/03/14/cesar-hildebrandt-revela-que-pedro-castillo-deseaba-que-tuviera-una-presencia-importante-en-tv-peru/>.
- . 2022b. “Gestión de Pedro Castillo alcanza 70 % de desaprobación, según IEP”. *La República*. 29 de mayo. <https://larepublica.pe/politica/2022/05/29/pedro-castillo-gestion-del-presidente-alcanza-70-de-desaprobacion-segun-iep/>.
- . 2022c. “Pedro Castillo fue asesorado por analista colombiana que ingresó hasta 7 veces a Palacio”. *La República*. 6 de junio. <https://larepublica.pe/politica/2022/06/05/pedro-castillo-analista-colombiana-confirmando-que-asesoro-al-presidente-de-la-republica-sin-tener-vinculo-laboral/>.
- Prensa Latina. 2021. “Candidato presidencial continuará su campaña en Perú”. *Prensa Latina*. 6 de mayo. <https://www.prensa-latina.cu/2021/05/06/candidato-presidencial-continuara-su-campana-en-peru>.
- Quesada, Juan Diego. 2021. “Pedro Castillo, el candidato descalzo”. *El País*. 5 de junio. <https://elpais.com/internacional/2021-06-05/pedro-castillo-el-candidato-descalzo.html>.
- Redacción Gestión. 2015. “Asesor de PPK: Sabremos enfrentar la campaña de demolición que se viene”. *Gestión*. 5 de noviembre. <https://gestion.pe/peru/politica/asesor-ppk-sabremos-enfrentar-campana-demolicion-viene-1-104182-noticia/?ref=gesr>.

- . 2020. “Manuel Merino presenta su renuncia a la Presidencia de la República”. *Gestión*. 15 de noviembre. <https://gestion.pe/peru/politica/manuel-merino-presenta-su-renuncia-a-la-presidencia-de-la-republica-noticia/>.
- Redacción RPP. 2020a. “Ipsos: Aprobación de Vizcarra subió 31 puntos y alcanza 79 % de popularidad”. *Radio Programas del Perú*. 13 de octubre. <https://rpp.pe/politica/congreso/disolucion-del-congreso-martin-vizcarra-aprobacion-a-gestion-del-presidente-subio-31-puntos-y-alcanza-79-de-popularidad-ipsos-noticia-1224322>.
- . 2020. “Así se desarrolló la segunda marcha nacional contra el Gobierno de Manuel Merino [Audiogalería]”. *Radio Programas del Perú*. 15 de noviembre. <https://rpp.pe/peru/actualidad/manuel-merino-asi-se-desarrollo-la-segunda-marcha-nacional-contra-el-gobierno-audiogaleria-noticia-1304293>.
- . 2020. “Ipsos: Expresidente Vizcarra terminó su mandato con 77 % de aprobación, según IEP”. *Canal N*. 19 de noviembre. <https://canaln.pe/actualidad/martin-vizcarra-termino-su-mandato-77-aprobacion-segun-iep-n427743>.
- Rendón, Silvio. 2021. “¿Por qué (algunos) no vieron venir a Pedro Castillo?”. *Revista Ideele*. abril 2021. <https://www.revistaideele.com/2021/04/17/por-que-algunos-no-vieron-venir-a-pedro-castillo/>.
- Riorda, Mario y Omar Rincón. 2016. *Comunicación gubernamental en acción: narrativas presidenciales y mitos de gobierno*. Buenos Aires: Biblos.
- Rose, Gillian. 2019. *Metodologías visuales. Una introducción a la investigación con materiales visuales*. Traducido por Isabel Garnelo Díaz. Murcia: Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo.
- Sociedad LR. 2020. “Marcha Nacional en Perú: así se vivieron las manifestaciones desde varios puntos del país”. *La República*. 14 de noviembre. <https://larepublica.pe/sociedad/2020/11/12/marcha-nacional-peru-hoy-jueves-12-de-noviembre-de-2020-contra-el-congreso-y-manuel-merino-minuto-a-minuto-atmp/>.
- Taco, Shanna. 2022. “Los fotógrafos del presidente”. *El Foco*. 22 de marzo. <https://elfoco.pe/2022/03/lo-ultimo/los-fotografos-del-presidente/>.
- Urrutia, Adriana. 2011. “Hacer campaña y construir partido: Fuerza 2011 y su estrategia para (re)legitimar al fujimorismo a través de su organización”. *Revista*

Argumentos, 5 (2): 1-6. https://argumentos-historico.iep.org.pe/wp-content/uploads/2014/04/urrutia_mayo11.pdf.

Villanueva, Eduardo. 2021. *Rápido, violento y muy cercano: las movilizaciones de noviembre de 2020 y el futuro de la política digital*. Lima: Fondo Editorial PUCP.