

**UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**Maestría en Comunicación y Marketing**



**TESIS**

***Gestión de la Comunicación y la Reputación del Partido  
Aprista Peruano (2016 – 2020)***

(Para optar el grado académico de Magister en Comunicación y Marketing)

**PRESENTADA POR:**

Francisco Guillermo Pérez García

**ASESORA:**


Dra. Edith Olivera Carhuaz

LIMA – PERÚ

2023



**INFORME DE SIMILITUD DE  
TESIS DE FRANCISCO PÉREZ GARCÍA**

<b>Informe</b>																																											
Título de la tesis	Gestión de la Comunicación y la Reputación del Partido Aprista Peruano (2016 – 2020)																																										
Autor/a de la tesis	Francisco Guillermo Pérez García DNI: 10731770																																										
Asesor/a	Edith Soledad Olivera Carhuaz DNI: 09970747 ORCID: 0000-0002-7400-8625																																										
Grado para obtener	Magíster en Comunicación y Marketing																																										
Fecha de la aplicación del software Turnitin	28 de febrero de 2023																																										
Índice de similitud	17 %																																										
Máximo permitido por la EPG de la UJBM	30 %																																										
Responsable de la aplicación del Turnitin	Mg. Prisea Vilchez Samanez																																										
<p><b>Turnitin Informe de Originalidad</b></p> <p>Procesado el: 28-feb.-2023 21:28 -05 Identificador: 2025786474 Número de palabras: 21283 Entregado: 1</p> <p>Gestión_de_la_Comunicación_y_la_Reputación_de... Por Francisco Guillermo Pérez García</p> <table border="1" style="float: right; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Similitud según fuente</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Índice de similitud</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Internet Sources</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Publicaciones</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Trabajos del estudiante</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>		Similitud según fuente		Índice de similitud	17%	Internet Sources	17%	Publicaciones	1%	Trabajos del estudiante	9%																																
Similitud según fuente																																											
Índice de similitud	17%																																										
Internet Sources	17%																																										
Publicaciones	1%																																										
Trabajos del estudiante	9%																																										
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="text-align: center;">  <p><b>TESIS</b></p> <p><i>Gestión de la Comunicación y la Reputación del Partido Aprista Peruano (2016 – 2020)</i></p> <p>(Para optar el grado académico de Magister en Comunicación y Marketing)</p> <p><b>PRESENTADA POR:</b> Francisco Guillermo Pérez García</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 30%;"> <p style="text-align: center; background-color: #f00; color: white; margin: 0;"><b>Resumen de coincidencias</b></p> <p style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold; color: #f00; margin: 5px 0;">17 %</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>repositorio.bausate.ed...</td> <td style="text-align: right;">4 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Fuente de Internet</small></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>repositorio.ucv.edu.pe</td> <td style="text-align: right;">2 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Fuente de Internet</small></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Entregado a Universida...</td> <td style="text-align: right;">1 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Trabajo del estudiante</small></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>hdl.handle.net</td> <td style="text-align: right;">1 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Fuente de Internet</small></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">5</td> <td>eprints.ucm.es</td> <td style="text-align: right;">1 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Fuente de Internet</small></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">6</td> <td>repositorio.usmp.edu.pe</td> <td style="text-align: right;">1 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Fuente de Internet</small></td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">7</td> <td>repositorioacademico...</td> <td style="text-align: right;">1 %</td> </tr> <tr> <td></td> <td><small>Fuente de Internet</small></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>		1	repositorio.bausate.ed...	4 %		<small>Fuente de Internet</small>		2	repositorio.ucv.edu.pe	2 %		<small>Fuente de Internet</small>		3	Entregado a Universida...	1 %		<small>Trabajo del estudiante</small>		4	hdl.handle.net	1 %		<small>Fuente de Internet</small>		5	eprints.ucm.es	1 %		<small>Fuente de Internet</small>		6	repositorio.usmp.edu.pe	1 %		<small>Fuente de Internet</small>		7	repositorioacademico...	1 %		<small>Fuente de Internet</small>	
1	repositorio.bausate.ed...	4 %																																									
	<small>Fuente de Internet</small>																																										
2	repositorio.ucv.edu.pe	2 %																																									
	<small>Fuente de Internet</small>																																										
3	Entregado a Universida...	1 %																																									
	<small>Trabajo del estudiante</small>																																										
4	hdl.handle.net	1 %																																									
	<small>Fuente de Internet</small>																																										
5	eprints.ucm.es	1 %																																									
	<small>Fuente de Internet</small>																																										
6	repositorio.usmp.edu.pe	1 %																																									
	<small>Fuente de Internet</small>																																										
7	repositorioacademico...	1 %																																									
	<small>Fuente de Internet</small>																																										

Nota: Ver Informe completo

Lima, julio de 2023



Prisea Vilchez Samanez  
Jefe de Vigilancia de Originalidad del  
Instituto de Investigación de la UJBM

**Dedicatoria**

A la memoria de mi padre Guillermo Pérez Herrera que  
confió y apoyó hasta el último día de su vida,  
cada uno de mis esfuerzos para  
sacar adelante esta Maestría.

### **Agradecimientos**

A mis padres Guillermo y Georgina por su constante empuje.

A mi esposa Ana y mis hijos Gael y Rafaella por la  
paciencia y por saber comprender las horas  
invertidas para esta Maestría y esta investigación.

A mi asesora, la Dra. Edith Olivera por el apoyo  
y la guía en este proceso.

## Índice

Carátula	ii
Informe de similitud	iii
	iv
Dedicatoria	v
Agradecimientos	vi
Índice	vii
Índice de tablas	x
Resumen	xv
Abstract	xvi
Introducción	xvii
<b>CAPÍTULO 1: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
1.1. Descripción del problema	19
1.2. Formulación del problema	22
1.2.1. Problema general	22
1.2.2. Problemas específicos	22
1.3. Objetivos de la investigación	22
1.3.1. Objetivo general	22
1.3.2. Objetivos específicos	22
1.4 Justificación de la investigación	23
1.4.1 Teórica	23
1.4.2 Metodológica	23
1.4.3 Práctica	23
1.5 Delimitación de la investigación	23
1.5.1 Temporal	23
1.5.2 Espacial	24

1.5.3 Social	24
<b>CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Marco histórico	25
2.2 Antecedentes de la investigación	27
2.2.1 Nacional	27
2.2.2 Internacional	29
2.3. Bases teóricas	30
2.3.1. Gestión de la comunicación	30
2.3.2. Reputación	42
2.4 Marco conceptual	45
<b>CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	
3.1. Hipótesis de la investigación	46
3.1.1. Hipótesis general	46
3.1.2. Hipótesis específicas	46
3.2. Identificación de variables de investigación	46
3.3. Definición operacional de variable	46
3.3.1. Definición Conceptual	46
3.3.2. Definición Operacional	48
3.4. Tipo, nivel y diseño de investigación	50
3.4.1. Tipo de investigación	50
3.4.2. Nivel de investigación	50
3.4.3. Diseño de investigación	50
3.5. Métodos de investigación	50
3.6. Población y Muestra	50
3.6.1. Población	51
3.6.2. Muestra	51
3.7. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	51
3.7.1. Técnicas	51
3.7.2. Instrumentos	52
3.7.2.1. Confiabilidad	52
3.7.2.2. Validez	54
3.7.3. Técnicas de procesamiento de datos	54
<b>CAPÍTULO 4: RESULTADOS</b>	

4.1. Descripción de datos	55
4.1.1. Estadística descriptiva de la variable independiente: Gestión de la Comunicación	55
4.1.2. Estadística descriptiva de la variable independiente: Reputación	84
4.1.3. Descripción e interpretación de las entrevistas	101
4.2. Contrastación de hipótesis	103
<b>CAPÍTULO 5: DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	109
<b>CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
6.1. Conclusiones	112
6.2. Recomendaciones	113
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	115
<b>ANEXOS</b>	
Anexo 1: Matriz de consistencia	122
Anexo 2. Instrumentos de recolección de datos	125
Anexo 2A: Cuestionario de la variable Gestión de la Comunicación	125
Anexo 2B: Cuestionario de la variable Reputación	128
Anexo 2C: Cuestionario de entrevistas	130
Cuestionario 1: Militantes y exmilitantes del PAP	130
Cuestionario 2: Analistas e investigadores	132
Cuestionario 3: Periodistas y comunicadores	133
Anexo 3: Ficha de validación de los instrumentos de investigación. Juicio de expertos	134
Anexo 4: Transcripción de entrevistas a profundidad	139



## INDICE DE TABLAS

		<b>Páginas</b>
<b>Tabla 1:</b>	Definición Operacional de la Variable 1: Gestión de la Comunicación	48
<b>Tabla 2:</b>	Definición Operacional de la Variable 2: Reputación	49
<b>Tabla 3:</b>	Resumen del procesamiento de la Variable 1: Gestión de la Comunicación	52
<b>Tabla 4:</b>	Prueba de confiabilidad de la Variable 1: Gestión de la Comunicación	52
<b>Tabla 5:</b>	Resumen del procesamiento de la Variable 2: Reputación	52
<b>Tabla 6:</b>	Prueba de confiabilidad de la Variable 2: Reputación	53
<b>Tabla 7:</b>	Resumen del procesamiento de las Variables: Gestión de la Comunicación (V1) y Reputación (V2)	53
<b>Tabla 8:</b>	Prueba de confiabilidad de las Variables: Gestión de la Comunicación (V1) y Reputación (V2)	53
<b>Tabla 9:</b>	Participación del Partido Aprista Peruano en la política nacional	55
<b>Tabla 10:</b>	Actuación política del Partido Aprista Peruano desde el año 2016	56
<b>Tabla 11:</b>	Participación política de los candidatos dirigente e integrantes del Partido Aprista Peruano durante la campaña electoral del año 2016	57
<b>Tabla 12:</b>	Participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (2016-2018)	58

<b>Tabla 13:</b>	Participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Martín Vizcarra (2018-2020)	59
<b>Tabla 14:</b>	Actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Manuel Merino De Lama en noviembre del año 2020	60
<b>Tabla 15:</b>	Actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante los primeros meses del gobierno de Francisco Sagasti (noviembre – diciembre 2020)	61
<b>Tabla 16:</b>	Actuación mediática de los congresistas de la bancada en el período 2016 – 2019	62
<b>Tabla 17:</b>	Actuación mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) con relación a las denuncias de corrupción del caso LavaJato	63
<b>Tabla 18:</b>	Actuación mediática de la bancada congresal del Partido Aprista Peruano (2016-2019) con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba	64
<b>Tabla 19:</b>	Actuación mediática de la bancada congresal del Partido Aprista Peruano (2016-2019) con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al exsecretario general de Palacio exministro aprista Luis Nava	65
<b>Tabla 20:</b>	Actuación mediática de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano sobre las investigaciones del equipo fiscal Lava Jato contra Alan García Pérez	66
<b>Tabla 21:</b>	Actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido con relación a las denuncias de corrupción en el caso Lava Jato que involucran a Alan García Pérez.	67

<b>Tabla 22:</b>	Actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba	68
<b>Tabla 23:</b>	Actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al excongresista Javier Velásquez Quesquén	69
<b>Tabla 24:</b>	Consideración sobre anuncio del expresidente Alan García de retirarse de la política en el año 2016.	70
<b>Tabla 25:</b>	Consideración sobre el suicidio del expresidente Alan García Pérez	71
<b>Tabla 26:</b>	Accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano frente a investigaciones del equipo fiscal del caso Lava Jato.	72
<b>Tabla 27:</b>	Consideración sobre declaraciones de los voceros del partido respecto al suicidio de Alan García	73
<b>Tabla 28:</b>	Consideración sobre la información de la página web del Partido Aprista Peruano	74
<b>Tabla 29:</b>	Consideración sobre las imágenes y videos de la página web del Partido Aprista Peruano	75
<b>Tabla 30:</b>	Consideración sobre la información de contacto en la página web del Partido Aprista Peruano	76
<b>Tabla 31:</b>	Consideración sobre la información en redes sociales del Partido Aprista Peruano	77
<b>Tabla 32:</b>	Consideración sobre los mensajes en redes sociales de los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano	78
<b>Tabla 33:</b>	Relación entre el Partido Aprista Peruano con sus militantes	79
<b>Tabla 34:</b>	Relación entre los voceros y dirigentes del Partido Aprista Peruano con sus militantes	80

<b>Tabla 35:</b>	Relación entre los voceros y dirigentes del Partido Aprista Peruano con sus simpatizantes y electores	81
<b>Tabla 36:</b>	Consideración sobre las acciones de los voceros y congresistas del partido como "servicios" o "productos"	82
<b>Tabla 37:</b>	Consideración sobre el trabajo del partido aprista en la política peruana	83
<b>Tabla 38:</b>	Influencia del Partido Aprista Peruano en el desarrollo de la sociedad peruana	84
<b>Tabla 39:</b>	Relación del Partido Aprista Peruano con los medios de comunicación (Años 2016-2020)	85
<b>Tabla 40:</b>	Relación del Partido Aprista Peruano con otros partidos políticos (Años 2016-2020)	86
<b>Tabla 41:</b>	Relación del Partido Aprista Peruano con los empresarios nacionales	87
<b>Tabla 42:</b>	Relación del Partido Aprista Peruano con las organizaciones sindicales	88
<b>Tabla 43:</b>	Renovación de cuadros y figuras en el Partido Aprista Peruano	89
<b>Tabla 44:</b>	Innovación del Partido Aprista Peruano	90
<b>Tabla 45:</b>	Conservación de figuras públicas del Partido Aprista Peruano	91
<b>Tabla 46:</b>	Conducta ética del líder del Partido Aprista Peruano (Años 2016-2019)	92
<b>Tabla 47:</b>	Conducta ética de los voceros y congresistas del Partido Aprista (Años 2016-2019)	93
<b>Tabla 48:</b>	Cultura organizacional del Partido Aprista Peruano	94
<b>Tabla 49:</b>	Nivel de confianza de las figuras públicas del Partido Aprista Peruano	95
<b>Tabla 50:</b>	Nivel de confianza de los voceros del Partido Aprista Peruano	96
<b>Tabla 51:</b>	Nivel de confianza de los congresistas del Partido Aprista Peruano	97

<b>Tabla 52:</b>	Consideración sobre resultados electorales del Partido Aprista Peruano el año 2016	98
<b>Tabla 53:</b>	Consideración sobre decisión de postular al congreso complementario del año 2020	99
<b>Tabla 54:</b>	Opinión general sobre el Partido Aprista Peruano	100
<b>Tabla 55:</b>	Prueba de normalidad de Kolgomorov-Smirnov	103
<b>Tabla 56:</b>	Correlación de la hipótesis general	105
<b>Tabla 57:</b>	Correlación de la hipótesis específica 1	106
<b>Tabla 58:</b>	Correlación de la hipótesis específica 2	106
<b>Tabla 59:</b>	Correlación de la hipótesis específica 3	107
<b>Tabla 60:</b>	Correlación de la hipótesis específica 4	108

### **Resumen:**

La investigación titulada “Gestión de la Comunicación y la Reputación del Partido Aprista Peruano (2016-2020)” tiene como principal objetivo determinar la relación entre las variables gestión de la comunicación y reputación. Este trabajo tiene un enfoque mixto con un diseño metodológico basado en las técnicas de encuestas y entrevistas. Su nivel es descriptivo correlacional explicativo, pues existe relación entre las variables X (Gestión de la Comunicación) y la variable Y (Reputación). La población está conformada por 7 593 007 ciudadanos aptos para votar de Lima Metropolitana y una muestra por conveniencia de 148 personas encuestadas. Para las entrevistas se consideró a simpatizantes, militantes y exmilitantes del Partido Aprista Peruano, además de analistas políticos y periodistas especializados. Los resultados obtenidos se procesaron y analizaron a través del programa estadístico SPSS v.26. El resultado científico evidencia que existe una relación significativa entre todas las dimensiones de la gestión de la comunicación (Acciones políticas, Comunicación Externa y Comunicación Interna) con la reputación del Partido Aprista Peruano (Características de una organización con reputación y Pilares de la reputación) entre los años 2016 al 2020.

Palabras claves: Comunicación, Reputación, política, gestión de la comunicación, comunicación externa, comunicación interna.

## Abstract

The present investigation entitled "Communication Management and the Reputation of the Peruvian Aprista Party (2016-2020)" has as its main objective to determine the relationship between the variables communication management and reputation. This work has a mixed approach with a methodological design based on survey and interview techniques. Its level is descriptive correlational explanatory, since there is a relationship between the variables X (Communication Management) and variable Y (Reputation). The population is made up of 7,593,007 citizens eligible to vote, from Metropolitan Lima and a convenience sample of 148 people surveyed. For the interviews, sympathizers, militants and ex-militants of the Peruvian Aprista Party were considered, as well as political analysts and specialized journalists.

The results obtained were processed and analyzed through the statistical program SPSS v.26. The scientific result shows that there is a significant relationship between all the dimensions of communication management (Political Actions, External Communication and Internal Communication) with the reputation of the Peruvian Aprista Party (Characteristics of an organization with a positive reputation and Pillars of reputation) between the years 2016 to 2020.

**Keywords:** Communication, Reputation, politics, communication management, external communication, internal communication.

## INTRODUCCIÓN

La realidad peruana ha tenido en los últimos 20 años una serie de altibajos enmarcados por situaciones coyunturales, conflictos políticos, crisis internacionales y una pandemia global que afectó considerablemente los estamentos del país.

En medio de esta situación estuvo presente un actor político, que fue protagonista en varias oportunidades. Se trata del Partido Aprista Peruano, agrupación política con más de 90 años de existencia y que ha tenido principal característica de ser el único partido que ha logrado la Presidencia de la República en dos oportunidades y cumpliendo sus períodos de forma completa.

Por su antigüedad y su presencia histórica, el Partido Aprista Peruano debió mostrar siempre resultados positivos a nivel electoral y una permanencia presente en la conciencia colectiva del electorado nacional, a partir del manejo de sus comunicaciones.

Esta investigación busca determinar si existe una relación entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano con su reputación entre los años 2016-2020, período en el cual el partido pasó de tener un número considerable de congresistas a no obtener ningún escaño en las elecciones del nuevo Congreso complementario del año 2020.

En el Capítulo 1 se describe y formulan los problemas de investigación; general y específicos sobre la relación entre la gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2020. Asimismo, se establecen, los objetivos de la investigación, así como la justificación teórica, metodológica y práctica y su delimitación temporal, espacial y social.

En el Capítulo 2 se presenta el Marco Teórico de la investigación, haciendo un repaso del marco histórico tanto del objeto de estudio como de los conceptos de la investigación; también los antecedentes teóricos tanto nacionales como internacionales y las bases teóricas que le dan pie a este trabajo, además del marco conceptual que nos acerca a los principales temas tratados.



El Capítulo 3 detalla la Metodología de la investigación, planteando las hipótesis de la investigación tanto la general como las específicas que buscan comprobar la existencia de una relación entre las variables planteadas las que son identificadas y definidas de forma conceptual y operacional. De igual forma desarrolla el tipo de investigación que es de carácter mixta, así como el nivel que es descriptivo correlacional explicativo, con un diseño no experimental, longitudinal, ex post facto y con un método de investigación hipotético deductivo e inductivo. Además, se presenta el tamaño de la población, la muestra y el muestreo junto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos: la encuesta virtual a través de un formulario de Google Forms y un cuestionario para las entrevistas de fondo.

El Capítulo 4 es sobre la descripción de resultados de las variables estudiadas, para luego pasar a la discusión de los mismos y la contrastación de las hipótesis.

El Capítulo 5 formula las conclusiones y recomendaciones de la investigación y finalmente se presentan los anexos que complementan el trabajo: Matriz de consistencia, instrumentos de recolección de datos y la ficha de validación de los instrumentos de investigación.

## **CAPÍTULO 1**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Descripción del problema**

El Partido Aprista Peruano (PAP) es una organización política fundada el 20 de septiembre de 1930, seis años después de la creación de la Alianza Popular Revolucionaria Americana (Apra) en México, teniendo como principal impulsor a Víctor Raúl Haya de la Torre, en el país. Para el año 2022, el partido tenía la inscripción cancelada en el Registro de Organizaciones Políticas (ROP) del Jurado Nacional de Elecciones (JNE).

Los resultados de las elecciones congresales complementarias del 26 de enero del 2020 colocaron a esta agrupación en el décimo tercer lugar de las preferencias, con 356,589 votos, lo que equivale al 2.72% de los votos válidos según los resultados de la Oficina Nacional de Procesos Electorales -ONPE (2020); resultado que dejó al Partido Aprista Peruano fuera del Congreso sin representación alguna en el Poder Legislativo por primera vez en los últimos 40 años.

Para el proceso electoral del 11 de abril de 2021, el Partido Aprista Peruano retiró la plancha presidencial, encabezada por la excongresista y exministra de la Mujer, Nidia Vílchez Yucra, debido a una resolución del Jurado Nacional de Elecciones que desestimó la inscripción de algunas listas congresales, debido al incumplimiento de los plazos.

El Partido Aprista Peruano ha sido gobierno en dos oportunidades a lo largo de su historia, en ambos momentos la presidencia de la República fue alcanzada por su líder Alan García Pérez en los años 1985 y 2006.

Ambos gobiernos liderados por Alan García se vieron envueltos en una serie de cuestionamientos y acusaciones de corrupción que fueron cubiertos por los medios de comunicación. Algunos de ellos fueron judicializados, en especial a partir del año 2019. Fueron precisamente los hechos de corrupción vinculados al escándalo internacional Lava Jato los que finalmente terminaron con el suicidio del líder aprista el 17 de abril del 2019 cuando iba a ser detenido tras una decisión judicial.

En todos estos momentos, la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano estaba representada por la presencia en los medios de comunicación y las declaraciones en redes sociales de los voceros conocidos y establecidos: El líder del partido, Alan García Pérez y los congresistas y dirigentes representativos del Partido Aprista Peruano. En el aspecto formal, la gestión de la comunicación del partido estaba a cargo del periodista José Chirito Gamarra, militante aprista y exsecretario de prensa de Palacio de Gobierno en el régimen aprista entre los años 2006 – 2011.

Las acciones políticas del Partido Aprista Peruano en los años de estudio, se enmarcaron en la coyuntura de cuatro gobiernos distintos: el de Pedro Pablo Kuczynski (28/7/2016-23/03/2018) el de Martín Vizcarra Cornejo (23/03/2018 – 9/11/2020) el de Manuel Merino de Lama (10 al 15/11/2020) y los dos primeros meses del gobierno de Francisco Sagasti (del 17/11/2020 al 31/12/2020).

Durante los cuatro gobiernos sus acciones políticas estuvieron marcadas por las decisiones tomadas en sus actuaciones congresales y por la posición asumida por sus principales figuras, sobre todo las cercanas al líder aprista Alan García Pérez, en el marco de dichas coyunturas.

En ese mismo ámbito, tanto la Comunicación Externa, como la Comunicación Interna, estuvo a cargo de dichos personajes quienes asumían el liderazgo de las acciones relacionadas a estas dimensiones de la Gestión de la Comunicación, además de utilizar sus redes sociales personales para la emisión de mensajes y posiciones partidarias.

Adicional a las situaciones mencionadas, cabe señalar que en Perú y en América Latina -en general- existe una crisis generalizada en la reputación de los partidos políticos, debido a la fuerte presencia de movimientos organizados desde la sociedad civil y la implementación de temas nuevos en la agenda social relacionados a los derechos civiles.

Así, la sociedad latinoamericana asentó sus procesos democráticos fuera de los partidos políticos. Al respecto, Albala y Vieira (2014) señalan que el auge de la reivindicación de los derechos sociales y la nueva agenda (cuestiones ambientales,

derechos sexuales, matrimonio homosexual, despenalización del aborto, etc.) fueron impulsados desde afuera de los partidos políticos e incluso en contra del sistema establecido de los mismos.

De esta forma se observa, y Perú no es ajeno a esta tendencia, que al inicio del siglo XXI la identidad política se teje desde las universidades, colectivos sociales, organizaciones no gubernamentales (ONG) y movimientos ajenos a la clásica organización de los partidos políticos.

Hasta fines del siglo XX la comunicación de los partidos políticos y de los políticos en general, se establecía en dos canales, a través de los medios de comunicación y de forma directa con los ciudadanos a través de los mítines, visitas a los lugares de residencia y de forma orgánica en los encuentros y asambleas partidarias.

Sin embargo, en la actualidad el uso de diversos medios distintos a los tradicionales (radio, televisión y prensa escrita) contribuye a diversificar la audiencia de la comunicación política (Larrondo, 2016).

Los partidos políticos ya no solo confrontan con los periodistas que interpelan su accionar, sino también con los ciudadanos de forma directa quienes a través de sus cuentas de redes sociales analizan, juzgan y califican el accionar de los políticos y de las organizaciones partidarias.

Cabe aquí señalar la importancia que los partidos políticos le dan a la gestión de la comunicación como parte de su estrategia para fortalecer la reputación de la organización, sobre todo en un contexto donde la presencia de las redes sociales y las herramientas de comunicación 2.0 han pasado a dominar la escena.

La finalidad de esta investigación es demostrar si existe relación entre la gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano en el período de los años 2016-2020 y proponer recomendaciones sobre la base de los resultados, tanto para el partido como para otras agrupaciones políticas que así lo consideren para la adecuada gestión de la comunicación.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 - 2020?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cuál es la relación entre las acciones políticas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación?

¿Cuál es la relación entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación?

¿Cuál es la relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación?

¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con los pilares de la reputación?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre la gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2020

### **1.3.2. Objetivos específicos**

a. Determinar la relación que existe entre las acciones políticas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

b. Determinar la relación que existe entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

c. Determinar la relación que existe entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

d. Determinar la relación que existe entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con los pilares de la reputación.

## **1.4. Justificación de la investigación**

### ***1.4.1. Teórica***

Esta investigación busca dar a conocer qué dimensiones o aspectos de la gestión de la comunicación tienen una relación con la reputación del Partido Aprista Peruano, entendiendo que la comunicación se define, en su concepto más clásico, como el intercambio de mensajes provenientes de un emisor, que con una intención determinada los difunde mediante un canal con un código común buscando una reacción en el receptor el cual, a su vez, emite una respuesta o reacción. De esta forma, se podrá tener una claridad respecto a qué acciones se podrían tomar en la variable independiente.

### ***1.4.2. Metodológica***

La presente investigación de carácter mixta, se desarrollará mediante la recolección de información a través de las técnicas de encuestas, entrevistas y análisis de medios de comunicación.

Para las encuestas, de carácter virtual, se desarrollará el instrumento del cuestionario. Para las entrevistas a profundidad, de carácter virtual y/o presencial, se usará el instrumento del cuestionario. Finalmente, para el análisis de medios se usará el instrumento de las fichas.

### ***1.4.3. Práctica***

Se propone presentar los resultados de la investigación, a dirigentes del Partido Aprista Peruano, para que tengan en consideración los hallazgos encontrados. Asimismo, se plantea presentar los resultados en un artículo de investigación para su publicación en revistas indexadas.

## **1.5. Delimitación de la investigación**

### ***1.5.1. Temporal***

La presente investigación inicia en septiembre de 2020, con la formulación del proyecto de investigación. La aplicación de las encuestas virtuales y las entrevistas virtuales y/o presenciales, así como el llenado de las fichas de análisis inicia en el segundo semestre del año 2022. La investigación abarca el análisis de la vida política del Partido Aprista Peruano desde el año 2016, cuando Alan García

Pérez postuló a la presidencia de la República en alianza con el Partido Popular Cristiano y el partido Vamos Perú, hasta enero del año 2020, cuando se realizan las elecciones complementarias para el Congreso de la República.

### ***1.5.2. Espacial***

El trabajo se realiza en Lima Metropolitana, provincia de Lima, departamento de Lima.

### ***1.5.3. Social***

El trabajo de investigación abarca el análisis con la población electoral, adultos de 25 a más años de edad con una muestra representativa de Lima Metropolitana.

## CAPÍTULO 2

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Marco Histórico

La comunicación, como proceso, y su gestión tienen su referente más antiguo en la denominada Escuela de Frankfurt, conformada en 1923 por un grupo de estudiosos de la universidad de dicha ciudad alemana.

Sobre este proceso, la Escuela de Frankfurt privilegia el análisis del contexto social en el cual se desarrolla la comunicación. (Peña, 2019, p.22) Aquí, los estudiosos de esta escuela plantean preguntas dirigidas a saber ¿quién controla la comunicación?, ¿por qué lo hace?, ¿de dónde surge la comunicación?, ¿a quién beneficia? Describe el funcionalismo como el conjunto de necesidades que existe en las masas y que deben ser satisfechas por las instituciones.

Años más tarde en 1948, Harold Laswell, profesor de la Universidad de Yale, plantea una “fórmula de concatenación” de preguntas: ¿Quién - dice qué - por cuál canal - a quién - con qué efecto? Es decir, se plantea el modelo de Emisor – Mensaje – Receptor.

En el mismo año, Shannon y Weaver proponen la teoría matemática de la comunicación, donde incluyen una fuente, un transmisor, un canal, un receptor y un destino, adicionando el ruido como elemento de perturbación que distorsiona el mensaje.

En 1960, David K. Berlo asume el modelo de Shannon y Weaver planteando una mirada psicológica donde el ser humano negocia su posición en el entorno en el cual vive. La eficacia de este modelo se basa en estrategias e intenciones, del emisor y del receptor, que de estar mal elaboradas pueden conllevar al fracaso del proceso “generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe”. (Berlo, citado por Unesco, s.f.).



Berlo considera que más allá de la esencia del proceso o la gestión de la comunicación hay una respuesta concreta que el mensaje debe generar en el receptor: un cambio de actitud, un consumo de producto, un voto electoral, etc.

A partir de 1990, Joan Costa propone la comunicación como un proceso de gestión estratégica desde la mirada de la comunicación organizacional. Bajo esta mirada, Costa privilegia la productividad y la colaboración en torno a las metas de la organización (Rebeil y Arévalo, 2017, 2018).

Según Contreras y Garibay (2020), afirman que en la década de los 90 las investigaciones académicas ahondan en estas propuestas de la comunicación como un proceso para el beneficio de la organización.

Así, señalan que Ramos Padilla (1991) escribe “La comunicación, un punto de vista organizacional” y Carlos Fernández Collado coordina la primera edición de “La comunicación en las organizaciones”. Annie Bartoli, en 1992 publica en Francia, *Comunicación y organización; la organización comunicante y la comunicación organizada*.

Entrando al siglo XXI, se entiende la comunicación como un proceso de planificación y gestión de relaciones entre los públicos internos y externos. Aquí destacan las investigaciones del holandés Van Riel quien categoriza los componentes de la comunicación corporativa y organizacional en: comunicación de dirección, comunicación organizativa y comunicación de marketing (Contreras y Garibay).

En el 2002, con la creación del Círculo de DirComs bajo la tutela de Michael Ritter y con los conceptos de Joan Costa, se plantea tres dimensiones para la gestión de la Comunicación: institucional/corporativa (imagen), comunicación interna (gestión), y comunicación mercadológica (ventas). (Rebeil & Arévalo, 2017, 2018).

Sobre Reputación, se tiene el concepto de Dierickx y Cool, que, en 1989, señalan que es un “recurso organizativo valioso”, considerando que es también el “conocimiento sobre las características valiosas de la empresa y las emociones de los

grupos de interés hacia la misma”.

En el 2003. López, Calvo y Levy consideran que la reputación es “el reflejo de lo que los grupos de interés piensan y sienten acerca de la empresa”. Mientras Corkindale y Belder (2009) plantean una diferencia entre marca corporativa y reputación corporativa “advirtiendo que la construcción de la primera se sustenta sobre la relevancia de la misma para los consumidores, mientras que la segunda lo hace sobre la legitimidad que tiene la organización para los stakeholders. (Ferruz, 2018).

## **2.2. Antecedentes de la Investigación**

### **2.2.1. Nacional**

Díaz (2019), en su tesis de posgrado *“La imagen corporativa y su relación con la reputación corporativa de la Empresa Prestadora de Servicios EMAPAT S.A. Madre de Dios”*, tiene como objetivo establecer la relación que existe entre imagen corporativa y reputación corporativa en la empresa estudiada, además de establecer la relación que existe entre la formación de la imagen y los valores corporativos en la EPS EMAPAT S.A. Madre de Dios. El estudio es de enfoque cuantitativo de diseño no experimental de corte transversal de nivel descriptivo correlacional, con una muestra de 25 trabajadores y 25 clientes de dicha empresa, a quienes se les aplicó una encuesta. El trabajo concluyó que existe una relación significativa entre la variable formación de la imagen y los valores corporativos de la empresa. De esta forma, detalla la relación entre los públicos externos e internos de una organización y cómo el accionar de los públicos internos influye o no en la reputación organizacional.

Rivadeneira (2018) en su tesis de posgrado *“Impacto de la comunicación en la reputación: una aproximación desde la cultura organizacional. Caso: Empresa azucarera en la costa del Perú”*, propone como objetivo “describir y analizar la reputación interna de la empresa, tomando en cuenta la relación con los mandos medios inmediatos, calidad laboral y condiciones de trabajo, reputación de la alta dirección, valores éticos y profesionales, imagen exterior de la empresa e identificación con el proyecto empresarial”. El estudio es una investigación

multimétodos, de tipo mixta, que responde a un diseño secuencial, con revisión y análisis de estudios, entrevistas de profundidad, observación participante, encuestas y aplicación de *focus group* a través de una guía de temas y preguntas. El universo fue de 1219 trabajadores de los cuales se aplicó una muestra probabilística estratificada. El trabajo concluyó que “la comunicación interna sí produce un impacto importante en la reputación interna de la compañía estudiada” mostrando también que “no existe coherencia entre las decisiones o actividades que realizan las jefaturas, y el cumplimiento de las normas establecidas por la empresa”. Este trabajo nos permite analizar una de las aristas de la gestión de la comunicación en una organización, referida a la comunicación interna.

Ramírez (2015) en su tesis de posgrado *Gestión de la comunicación para el éxito del proyecto de mejora de la comprensión lectora “Leer es estar Adelante” 2007-2013 de la Fundación del Banco BBVA Continental en la Institución Educativa Pública N° 126 “Javier Pérez de Cuéllar”, del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima* de la Pontificia Universidad Católica, publicada el 16 de febrero de 2015 plantea como objetivo conocer y describir el aporte de la gestión de la comunicación al éxito del proyecto estudiado, analizando la participación de los docentes de dicha institución educativa para fortalecer la implementación y réplica del proyecto educativo. Es un estudio de carácter cualitativo y utiliza una muestra significativa y de método de muestreo no probabilístico, usando entrevistas semiestructuradas, revisión documental de informes y observación participante con una guía de preguntas. En el estudio se realizaron 23 entrevistas dirigidas a: docentes, directivos, padres de familia, gestores del proyecto del Instituto de Estudios Peruanos, representantes del BBVA Continental y representante de la Unidad de Gestión Educativa Local. Concluye que el éxito de proyectos sociales depende “de una buena relación entre la gerencia social y la gestión de la comunicación” y recomienda la incorporación de un plan de comunicación que esté implícito en el proyecto. Dicho análisis se vincula a nuestra investigación desde la importancia del desarrollo de un plan de comunicaciones en la organización.

Gamarra y Vera (2015) en su tesis de posgrado *Aplicación del modelo DIRCOM propuesto por Joan Costa en la Dirección y Gestión Estratégica de la*

*Comunicación en Campañas Políticas Municipales del Perú. Caso: Susana Villarán*, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, publicada el 22 de agosto de 2015, cuya investigación se basa en el análisis de bibliografía existente y análisis de noticias en medios de comunicación, concluyen que la aplicación del modelo DirCom para la gestión de la comunicación en el ámbito político contribuye a la construcción y consolidación de la identidad de cualquier organización política, generando que ésta trascienda y perdure en el tiempo. Además “crea espacios de comunicación para escuchar a su audiencia y de esta manera planear la ruta de acción de la empresa y/u organización política”. De igual forma, esta tesis nos permite considerar elementos que podrían sumar al estudio de las variables de nuestra investigación.

### **2.2.2. Internacional**

Ferruz (2018) en su tesis de posgrado *Reputación corporativa. Estudio del concepto y las metodologías para su medición: propuesta de un concepto y metodología de consenso*, de la Universidad Complutense de Madrid, publicada el 28 de mayo de 2018, tiene como objetivo realizar una propuesta de definición de la reputación corporativa “que reúna las características más compartidas de los planteamientos de los principales teóricos que han estudiado la reputación corporativa”. Para ello hace una revisión de la teoría, pone en evidencia la problemática y los diversos planteamientos, haciendo un análisis comparativo de los elementos que conforman los diversos conceptos, para plantear una propuesta conceptual de consenso. Así concluye que la reputación corporativa es un recurso estratégico, gestionable y que aporta valor al negocio y es resultado de una serie de acciones ejecutada por la empresa con todos sus *stakeholders*. Las acciones deben poseer una dimensión axiológica puesto que deben responder a necesidades concretas de los públicos, de forma que aporten un valor real para los mismos Así “los públicos son parte inequívoca de la ecuación reputacional en tanto que es necesario su reconocimiento para que la reputación “surta efecto”, pero no se da una relación causal ni es estrictamente necesaria la interacción entre público y empresa”. Esta investigación nos permite ahondar en el papel de los *stakeholders* en la gestión de la comunicación y la reputación.

Sotillo (2017) en su tesis de posgrado *La gestión profesional de la reputación del CEO como elemento generador de valor para las organizaciones* de la Universidad Jaume I de España, publicado el 28 de junio de 2018, tiene como objetivo conocer la importancia que los CEO y directores de comunicación de las “empresas reputadas” de España le dan a los intangibles y a la reputación del CEO como un elemento que influye en la reputación de la empresa y generación de valor. La investigación cualitativa de carácter deductivo e inductivo, trabaja con una muestra de CEO y Dircom definidos como “líderes reputados” de “empresas reputadas” del país ibérico. Y concluye que la reputación del CEO, líder de la organización, es un “intangible susceptible de generar valor para las empresas y que debe gestionarse desde la propia corporación”. Además, considera que la reputación del CEO tiene una gran influencia, positiva o negativa sobre la reputación de la empresa, por lo cual se debe considerar su gestión y los efectos que ésta pueda tener. Este trabajo nos permite acercarnos a los conceptos de reputación y la forma en que se trabajan los mismos en otras dimensiones.

Yaguache, Paladines y Galarza (2015) en su artículo *Gestión de la comunicación estratégica en las organizaciones: enfoque ecuatoriano e internacional*, elaborado a partir de una investigación cuantitativa con encuestas a una muestra de 107 empresas de Ecuador y entrevistas a 11 directores de comunicación, concluyen que en materia de gestión de la comunicación, las áreas donde se prioriza este trabajo son las relaciones públicas (16%); marketing y publicidad (13.50%); y comunicación digital (13%). Asimismo, se observa que las primeras líneas de acción gestionadas en los departamentos de comunicación de las organizaciones ecuatorianas son: comunicación digital/medios sociales (22.4%), actividades de relaciones públicas (20.30%), comunicación interna (19.10%) y marketing (17.10%). Importante acercamiento a la mirada de los conceptos relacionados a la comunicación y su gestión.

## **2.3. Bases teóricas**

### **2.3.1. Gestión de la comunicación**

Para abordar el concepto de gestión de la comunicación, primero se debe entender en definitiva las bases teóricas de lo que se define como comunicación.

Tradicionalmente, entendemos la comunicación como el proceso de interrelación entre dos o más personas, donde se transmite información desde un emisor que la codifica hacia un receptor que la decodifica, todo ello mediante un código que se transmite por un medio físico en un contexto determinado.

También es entendida como la “capacidad para relacionarnos y convivir tanto en armonía como en conflicto” (Peña, 2019, p.11). El dinamismo de la comunicación permite que ésta sea utilizada para el bien o para el mal de una sociedad u organización. Es por ello que se considera como una condición del ser humano que es “usada para defenderse o atacar tanto a los competidores como adversarios de la empresa” (Peña, 2019) pero que bien utilizada puede generar innumerables beneficios y convertirse en una herramienta de éxito.

Es por ello que la comunicación, desde la profesionalización del término y su impacto en la vida de las organizaciones, debe quedar en mano de los profesionales adecuados, tal como considera Cees Van Reel:

La comunicación es demasiado importante para el éxito organizativo como para dejarla exclusivamente en manos de los aficionados. Son necesarios expertos en comunicación de marketing para respaldar a la dirección en la mejora de la eficacia de sus responsabilidades, desarrollando y suministrando los programas para incrementar la participación de los empleados y obtener el respaldo de los accionistas. (Van Reel, citado por Peña, 2019, p.11)

Puede considerarse a la comunicación, también, como una palabra con múltiples sentidos (Pérez Ruiz, citado por Peña, 2019, p.11) que ayudan a entender los procesos y los modelos teóricos existentes que acercan a los conceptos y efectos de la comunicación. A lo largo de la historia del estudio de la comunicación, vemos que ésta ha sido analizada por psicólogos, matemáticos, filósofos y recién en las últimas décadas por comunicadores, por lo cual los conceptos varían de acuerdo a la rama de estudio.

Insiste Peña que

“Si consideramos el concepto de comunicación desde un sentido amplio, nos referiremos a seres vivientes que se relacionan con su entorno, pero desde el lenguaje científico nos referimos a seres relacionados entre sí y capaces de expresar procesos y situaciones interiores, de dar a conocer circunstancias o animar a otros a un comportamiento específico”. (Peña, 2019, 14)

A nivel bibliográfico es notoria la escasez de una conceptualización de gestión de la comunicación. En la mayoría de tesis revisadas se plantea más bien como las acciones generales que se toman en una organización, desde la dirección de comunicaciones o desde la mirada del CEO o de los principales directivos de una organización para dar a conocer a los públicos -interno y externo- las actividades que se realizan con el objetivo de fortalecer la identidad (público interno) y la reputación (público externo), a partir de la elaboración de un plan de comunicaciones.

Cirigliano (2004) se acerca a dar un concepto, al señalar que la Gestión de la Comunicación es “definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones”.

Es así que para la gestión de la comunicación, se hace un análisis de los modelos de comunicación existentes a nivel de la historia, teniendo como la base de la comunicación: un emisor con un mensaje transmitido en un código común a través de un medio y que es recibido por un receptor que genera una respuesta o *feedback*.

Estamos aquí ante el clásico modelo del estímulo y respuesta: el modelo lineal de la comunicación humana propugnado por Harold Laswell.

### **El modelo Laswell**

Al respecto de este modelo se señala que en realidad no ha existido nunca una teoría de la comunicación *per sé*. Más bien lo que tenemos es un sinnúmero de resultados de investigaciones aglutinados bajo el indefinido nombre de: Teoría de la Comunicación (Galeano, 1988; pp.17).

Sobre este modelo, Galeano aporta varios detalles, analizando la variación del modelo “Estímulo-Respuesta”. Uno de los primeros vistazos de este esquema fue propuesto por el profesor Laswell en la revista *The Communication of Ideas* de la universidad de Yale en los Estados Unidos.

El modelo propone una “fórmula de concatenación” de cinco preguntas: ¿Quién - dice qué - por cuál canal - a quién - con qué efecto? Este esfuerzo de síntesis es particularmente valioso, dado que agrupa los cinco puntos fundamentales del proceso de comunicación (Galeano, 1988 op.cit). y se ocupa del análisis de la comunicación política examinando las fórmulas de Aristóteles y Quintiliano en la antigua Grecia.

Bajo esta premisa, Laswell define así estas preguntas:

¿Quién?: Es el emisor, el origen de toda comunicación. Es el interesado en llevar a cabo el proceso de comunicación y presenta tres características: conocimientos, aptitudes y maneja códigos.

Aquí podemos incluir desde el periodista que escribe la nota hasta las agencias internacionales o las publicitarias. Mirando más allá, cualquier persona se convierte en un emisor. Al interior de las organizaciones es indispensable reconocer el papel primordial de los emisores encargados de transmitir los mensajes.

¿Dice qué?: Esta pregunta se centra en la información dentro del mensaje. Galeano (1988, p.20) considera que Laswell se detiene en el análisis de la información contenida en el mensaje en términos estadísticos, esto es, procediendo a una clasificación sistemática y cuantitativa de los datos informativos del mensaje.

¿Por cuál canal? Son los medios usados para transmitir los mensajes. El mérito de Laswell está en introducir el análisis de medios, identificando los mejores canales para transmitir el mensaje a los receptores.



¿A quién?: Es el destinatario del mensaje. Personas seleccionadas por el emisor. Con relación al análisis de medios, el análisis de receptores es para Laswell, cuantitativo. Para el estudio de la comunicación, es necesario -asegura- aislar el universo en muestras.

¿Con qué efecto?: Aquí se estudia el impacto del mensaje sobre la muestra y por ende al universo de la población que recibe el contenido que nació desde el emisor. En nuestros términos actuales: El impacto de un mensaje publicitario, una noticia, un discurso político, una campaña de márketing, etc.

### *El modelo de Shannon y Weaver*

Posteriormente en 1948, Shannon y Weaver propusieron una teoría matemática de la comunicación. De forma similar a Laswell, propugnan una fórmula de cinco elementos pensada en función de la cibernética.

Cuando Shannon habla de *información*, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos generalmente (Galeano, 1988, p.23), se trata de una unidad cuantificable que NO considera el contenido del mensaje aplicándose de forma independiente a su significación.

Los elementos de este modelo son:

- La *fuerza*: Como elemento emisor del proceso de comunicación que produce un conjunto de palabras o signos que conforman el mensaje. Es decir, la persona.

- El *transmisor*: es el emisor *técnico*, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de *señales* o *códigos* que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos. El transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

- El *canal*: entendido como el medio *técnico* que transporta las señales codificadas del transmisor. Por ejemplo, la red microondas o actualmente la red 4G o 5G para comunicación celular y transmisión de datos.

- El *receptor*: también aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor, decodificando el mensaje en un lenguaje comprensible para el receptor. Por ejemplo: El equipo telefónico, el televisor o la radio.

- El *destinatario*: Es el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Es la persona objetivo del mensaje. En este caso, se puede entender desde quien recepciona la llamada hasta la audiencia masiva de la radio o la televisión.

- El *ruido*: En este modelo, el ruido es un elemento perturbador que obstruye o distorsiona en diversos grados la señal durante la transmisión. Por ejm, interferencias, voces demasiado bajas, música muy alta en la radio, etc. También se considera el ruido no técnico, que es el proveniente del contexto psicosocial. Todos los elementos precedentes son considerados como ruidos que pueden, entonces, provenir del canal, del emisor, o del receptor, del mensaje, etcétera.

Sería David K. Berlo quien en 1960 utiliza estos modelos para ampliar el concepto y se acerca aún más a lo que hoy llamamos la gestión de la comunicación.

### **El modelo “SMCR” de Berlo**

Basado en la naturaleza psicológica de la comunicación, Berlo considera que es un proceso donde el ser humano negocia su posición en el entorno en el cual vive. Así, la comunicación es un valor de poder, influencia o control. La eficacia de este modelo se basa en estrategias e intenciones, del emisor y del receptor, que de estar mal elaboradas pueden conllevar al fracaso del proceso “generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe”. (Berlo, citado por Unesco, s.f.).

Este estudioso de la comunicación consideraba que más allá de la esencia misma del proceso, existía un carácter instrumental que buscaba una respuesta concreta que el mensaje debía generar en el receptor: un cambio de actitud, un consumo de producto, un voto electoral, etc.

### **El uso “político” de la comunicación**

Para nuestros efectos, es importante entender que a partir del modelo Berlo, varios teóricos entraron a detallar la comunicación, pero como un proceso para efectivizar la propaganda y el carácter político. Es decir, se plantea la gestión de los aspectos comunicacionales para obtener resultados.

Al respecto Peña (2019, p.21) cita -además de Laswell- al matemático y sociólogo Paul Lazarsfeld, al psicosociólogo Kurt Lewin y al psicólogo Carl Hovland.

Sobre Lazarsfeld, destaca su autoría del estudio *The Bureau of Applied Social Research of the Columbia University* donde establece un puente entre la investigación académica y el interés comercial. A partir de aquí, las investigaciones de Columbia se centran en la propaganda, la persuasión, la opinión pública, los usos y efectos de la comunicación (Peña, 2019, p.22) Lazarsfeld, mencionado por el estudioso de la comunicación Wilbur Schramm, recuerda que al comenzar las investigaciones de los medios de comunicación en Estados Unidos,

“los expertos en radiodifusión y los publicistas de este país habían empezado ya a medir los auditorios para descubrir cómo se comportaban frente a la radio, o sea cuántos radioescuchas atraía y de qué modo les impresionaba lo que oían”. (Schramm, 1965, p.2)

Así Lazarsfeld entendió la importancia de medir y analizar estos auditorios y entender que la selección de los programas indica “algo” sobre el público, entonces había que entender por qué se escogían esos programas. El siguiente paso de Lazarsfeld, señala Schramm era

“averiguar cómo utiliza lo que recibe del medio de comunicación y qué efecto tiene este medio en sus preferencias electorales, en sus gustos, y en su orientación general hacia la vida y la sociedad”. Este, culmina Schramm, “es el sistema de investigación que persiguió Lazarsfeld: estudios de auditorios, de electores, de campañas electorales” (1965, p.2)

Sobre Lewin, se destaca su interés en los problemas de la comunicación grupal, en los “modelos del grupo relativos a la comunicación”. Desde su campo psicológico se interiorizó en el estudio de los problemas de la personalidad y de la interacción, definiendo a la comunicación como

“Una totalidad de hechos coexistente, interdependientes los cuales facilitan el estudio objetivo de los individuos” (Peña, 2019, p.21).

Del mismo Lewin, vale rescatar lo que señala Schramm quien recuerda que el objeto de estudio de este psicólogo fue la comunicación a grupos y el efecto de las presiones de grupo, las normas y funciones de los mismos grupos, en la conducta y actitudes de sus miembros (Schramm, 1965, p.3).

Hovland como jefe del departamento de guerra de estudios experimentales de Estados Unidos, en 1942, se orientó hacia la psicología social sobre todo a los mecanismos de persuasión, básicamente el efecto de productos fílmicos sobre reclutas, estudiando así la opinión de las “variaciones individuales, cuando eran sometidos a diferentes argumentaciones” (Peña, 2019, p.22).

Sobre Hovland, relata Schramm:

“El método de Hovland fue estricto, cuidadoso, experimental, haciendo variar un elemento a la vez, controlando los otros, probando hipótesis tras hipótesis, desarrollando lentamente pero a paso firme, una teoría sistemática de la comunicación. Lo que en verdad estaba haciendo era formar una retórica científica moderna. Muchos de los problemas que estudió, fueron tan antiguos como la RETORICA de Aristóteles. Estudiaba, por ejemplo, el efecto de disponer de un comunicador prestigioso y digno de crédito, el de un mensaje unilateral o bilateral, las manifestaciones de un temor extremo en relación con las manifestaciones de un temor débil; estudió los métodos de inmunidad de la gente contra la propaganda, etc.” (Schramm, 1965)

### **De la comunicación tradicional a la comunicación política**

Hasta aquí hemos revisado y revisitado a los primeros autores que nos hablan de las teorías y modelos de comunicación. Desde el modelo básico del emisor-

receptor hasta las teorías que explican la orientación y comportamiento de los actores que conforman esquemas más complejos, dándonos un acercamiento de lo que también es la gestión de la comunicación.

En este punto, hay que rescatar lo que plantearon los estudiosos de la denominada Escuela de Frankfurt, quienes plantean preguntas dirigidas a saber ¿quién controla la comunicación?, ¿por qué lo hace?, ¿de dónde surge la comunicación?, ¿a quién beneficia? Describe el funcionalismo como el conjunto de necesidades que existe en las masas y que deben ser satisfechas por las instituciones.

Sobre la Escuela de Frankfurt, señala Alcócer (2013)

La Escuela de Frankfurt tuvo una enorme influencia en los estudios de comunicación en América Latina, lo cual sienta las bases para el desarrollo de teorías como la Recepción activa y la Mediación Cultural. La aportación del artículo “Recepción y usos de la Escuela de Frankfurt en los estudios latinoamericanos de la comunicación” resulta interesante por la presencia del pensamiento frankfurtiano en diferentes países de América Latina: Argentina, Venezuela, Brasil, entre otros, son muestra de ello. (Alcócer, 2013, pp. 4)

A nivel de estudios políticos, la Escuela de Frankfurt está relacionada con la crítica al desarrollo del capitalismo europeo, esto -manifiesta Alcócer- por el análisis oportuno que realiza de la actuación de los medios masivos de comunicación “y las intenciones de sus dueños por someter a los receptores, a quienes veían como clientes pasivos de un gran mercado”. (Alcócer, 2013, pp. 5)

Al final de la década de 1950 se empezó a estudiar la comunicación desde la existencia del “sistema social” y de los usos de la comunicación en estos sistemas, teniendo a Jhon y Matilda Riley (1959) como los principales estudiosos de la materia.

Los Riley plantearon que en la comunicación hay siempre una interacción continua entre los miembros de un sistema social (Galeano, 1988, p.29) considerando que no hay receptores pasivos, sino que hay una retroalimentación o *feedback* que genera interacción en la comunicación humana.

### **Dimensiones en la gestión de la comunicación**

Para hablar de las dimensiones de la gestión de la comunicación hay que partir del concepto de comunicación estratégica, que según Joan Costa, citado por Guisasola (2006) “no solo se inserta en la estrategia general de las empresas e instituciones, (...) sino que incluso a) contribuye a definirla y b) la vuelve realizable y mensurable”. (Guisasola, 2006)

El término comunicación estratégica es un concepto que se ha utilizado, mayormente, en el ámbito militar. Por ello, varios de los estudios relacionados al término se centran en ese aspecto. Al respecto Silvela Díez Criado (2017) asegura que el uso de ambas palabras en el ámbito académico es una adjetivación de la comunicación, pero como concepto propio recién toma sentido hacia fines de los años noventa.

El término “estrategia”, recuerda Silvela tiene una serie de significados, pero desde el ámbito militar le da un sentido relacionado a operaciones correctas en el marco de un contexto determinado. Sobre ello, manifiesta:

“Retornando a su origen militar, y para acotar en cierta medida el empleo del término, se puede acudir al argumento de autoridad del mayor experto militar español en teoría de la estrategia: el general Alonso Baquer define la estrategia como «el modo correcto de operar en situaciones conflictivas», o bien como «el arte de concebir planes de operaciones que habrán de ser coherentes con la finalidad política que se pone en juego»”. (Silvela, 2017; pp.17)

Estas definiciones, insiste Silvela implican dos características:

“a) una situación de conflicto, no violento, en la que las acciones propias se verán afectadas por las del adversario; b) responde a la forma de lograr un objetivo “político” en un escenario de alternativas posibles y diferenciadas” (Silvela, 2017; pp.17).

Para Antolín (2017) este panorama influye en la necesidad de las empresas para considerar a la comunicación y la reputación como una “parte fundamental de su estrategia si quieren ser excelentes y sostenibles en el tiempo”.

En el mismo sentido conceptualiza la comunicación estratégica como:

“El empleo planificado y coordinado de todas las capacidades y medios de comunicación que tiene a su disposición el emisor en apoyo de sus objetivos estratégicos, sean estos políticos, comerciales o militares, y en la búsqueda de una mejora de imagen, reputación, percepción o conocimiento por parte del receptor” (Antolín, 2017; pp.38)

De otro lado, citando un informe de Llorente y Cuenca del año 2016, Maillo (2017) refiere que –en el sentido propio de la comunicación estratégica- los profesionales de la comunicación se enfrentan a una serie de adversarios, parafraseando la jerga militar de la cual proviene el término estrategia, entre ellos el internet, la transparencia, el déficit de atención, la sobreabundancia informativa, la hiperregulación y la fiscalización ciudadana, lo cual debe generar un espacio para repensar los procesos de comunicación.

Garrido (2007) pone de manifiesto la existencia de diversos conceptos que colocan la “estrategia” como un elemento ordenador que “fija sus objetivos hacia la satisfacción de los *stakeholders*” sin “gastar municiones innecesarias” en la competencia, pues existen fronteras delimitadas, “permeables y mutables”.

Señala también Garrido, que las aplicaciones de la “estrategia” varían según las épocas, realidades, mercados y empresas. Así manifiesta que: la estrategia debe ser coherente en todos los niveles de la organización, reuniendo todos los esfuerzos para incorporarse en los enfoques de planificación, teniendo como elemento primordial la determinación de objetivos a largo plazo. “por ser parte de la naturaleza de permanencia de la empresa”;

Finalmente, plantea que la estrategia es un selector de negocios de la organización, convirtiéndose en un paradigma para avanzar a lo largo de su existencia.

La comunicación estratégica, entonces debe garantizar la existencia de la organización en el tiempo con una adecuada imagen y reputación entre sus públicos internos y externos.

A partir de este concepto, utilizado en los planes de comunicación de las organizaciones, se plantean las siguientes dimensiones:

### **Comunicación Interna**

En la actualidad la comunicación interna (CI) ha cobrado importancia en el desarrollo de las organizaciones. Peña Huapaya (2019) conceptualiza la CI como el proceso de comunicación en el que se integran los dirigentes de una organización con todos los niveles de empleados “a fin de que se obtenga una buena imagen interna o *indoor image*”.

Al respecto Peña considera que:

“La comunicación interna debe entenderse como un proceso en varias direcciones, debe verse como un camino de ida y vuelta (feedback) a fin de conocer y satisfacer las necesidades y objetivos de ambas partes, o sea, directivos y colaboradores. También será una estrategia para detectar probables conflictos”. (Peña, 2019, p.53)

### **Comunicación externa**

La comunicación externa es aquella que ocurre entre la empresa y los públicos externos pero relacionados a ella. Van desde los *stakeholders*, que serán fundamentales para el desarrollo de la comunicación de la organización hasta los clientes, proveedores y clientes potenciales.

En el caso de una organización política, nos referimos a los medios de comunicación, los periodistas, los simpatizantes (no los militantes), electores y el público en general. El objetivo, sea cual sea la organización es emitir y generar



reacciones con sus noticias, declaraciones de sus voceros y hechos relacionados a su vida diaria.

Según Bartolí (ESAN, 18 de enero de 2018) existen tres tipos de comunicación externa:

1. Operativa. Es aquella que difunde el desenvolvimiento diario de la empresa, orientada a clientes, proveedores, administración pública, etc.
2. Estratégica. Su finalidad es enterarse de los datos de la competencia, la evolución y las tendencias del mercado, leyes y normas, etc.
3. De notoriedad. Da a conocer a la empresa como una marca que informa sus productos y mejora su imagen. Se realiza mediante publicidad, patrocinios, etc.

La comunicación externa abarca diversas herramientas, que, trabajadas desde la visión del DirCom, pueden ser usadas de forma estratégica y con resultados efectivos, por ejemplo: envío de *mailings*, *newletters*, desarrollo de página web y manejo de redes sociales, sin dejar de lado el uso adecuado de los medios de comunicación tradicionales como fuentes de difusión.

### **2.3.2. La reputación**

La reputación debe ser entendida como “la valoración positiva o negativa que tiene un grupo de interés (clientes, colaboradores, prensa, influyentes digitales, el gobierno y más colectivos relevantes), que puede influenciar en los objetivos de negocio de una empresa” (Vela, 2016).

Sin embargo, en el ámbito político la reputación parece haber estado circunscrita solo al ámbito electoral, aplicándose algunas estrategias del denominado *márketing político* que pretende ampliar la imagen de la organización política o del candidato de turno para obtener un resultado final: el triunfo electoral.

Al respecto, Lennon (1995) señala que:

“circunscribir todo el campo de la comunicación política a una mera lucha electoral trae aparejada la trivialización de la política, que en la práctica se

trasluce en la supremacía de la "imagen" del candidato, lo que se ha dado en llamar la "personificación" de la política; la búsqueda desenfrenada de políticos carismáticos y "mediatizables" en lugar de la renovación de las ideas; el incremento de la oferta política pero la consiguiente disminución de las opciones; es decir, la creación de un gran "simulacro" de lo político". (Lennon, 1995 pp. 114)

Para Maillo (2017) una empresa que

“desprecie los aspectos reputacionales, que los vea como un elemento secundario a su actividad y que no incorpore a la toma de decisiones las consecuencias en este ámbito de sus actos estará abocada a medio plazo a tener problemas de sostenibilidad.” (Maillo, 2017; pp.65)

La comunicación externa, de cualquier organización que no tiene lugar en el ámbito comercial, tiene un carácter distinto, “y ese carácter es político” (Ritter, 2009). Con ese concepto, Ritter vincula el tema comunicacional y la reputación a la política entendida como “el proceso y actividad orientada, ideológicamente, a la toma de decisiones por parte de un grupo para la consecución de sus objetivos”.

Aquí se puede definir, desde la mirada de Ritter, que la política “se refiere por lo tanto a generar, ganar y retener influencia para la causa que sea y eso tiene que ver directamente con el poder”.

Iglesias, López, Calvo y Lévy (2003) en su artículo “Análisis del concepto reputación y de su relación con el rendimiento empresarial” en la revista *Ciencia Ergo Sum*, señalan que el concepto de reputación más aceptado es el que la considera “como un recurso organizativo valioso (Dierickx y Cool, 1989)”. Además, consideran que, desde la mirada de la dirección estratégica, la reputación es considerada como el conocimiento “sobre las características valiosas de la empresa y las emociones de los grupos de interés hacia la misma” (Weigelt y Camerer, 1988; Fombrun, 1996).

Una forma concluyente de conceptualizar la reputación es el reflejo de “lo que los grupos de interés piensan y sienten acerca de la empresa” (López, Calvo y Lévy, 2003).

Corkindale y Belder (2009) plantean una diferencia entre marca corporativa y reputación corporativa “advirtiendo que la construcción de la primera se sustenta sobre la relevancia de la misma para los consumidores, mientras que la segunda lo hace sobre la legitimidad que tiene la organización para los *stakeholders*. (Ferruz, 2018).

Ferruz hace referencia en su investigación a lo propuesto por Urde, Greyser y Balmer (2007) que “definen a una marca patrimonial o corporativa como aquella con un posicionamiento y proposición de valor basado en su patrimonio o herencia, es decir, en lo que ha sido capaz de transmitir a lo largo de los años”, concepto que puede aplicarse a la reputación de un partido político, entendido como una organización corporativa, con permanencia en el tiempo y con valores heredados y legados a lo largo de su historia.

Finalmente, el concepto lingüístico de reputación es el que nos define la Real Academia de la Lengua Española:

1. f. Opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo.
2. f. Prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo.

Así, entendemos por reputación “aquello por lo que se conoce a una persona, lo que se dice de ella (...) y que viene precedido de un comportamiento o unos hechos que han provocado esa reputación” (Ferruz, 2018)

La crisis de reputación apunta, principalmente al daño que se produce a la imagen, la marca o el entorno de la organización.

Frente a este último concepto, cabe destacar lo señalado por Bernstein (1984) al referirse -más a la imagen que a la reputación- a la coherencia entre la actuación de la organización o empresa y la realidad al considerar que “el hecho de que la

actuación importe más que la imagen no debiera inducirnos en concentrarnos en la actuación a expensas de la imagen”.

#### 2.4. Marco conceptual

- **Comunicación:** proceso de interrelación entre dos o más personas, donde se transmite información desde un emisor que la codifica hacia un receptor.
- **Públicos internos:** Se entiende por públicos internos a todos aquellos que forman parte de la organización y que responden a las dinámicas propias de la misma.
- **Públicos externos:** Entendidos como aquellos que son los clientes de la organización o aquellos que perciben la imagen de la misma.
- **Stakeholders:** Referentes o puntos de contacto que pueden servir de influencia en algún momento de la vida de la organización.
- **Reputación:** Valoración positiva o negativa de la organización en sus públicos internos y externos.

## CAPÍTULO 3

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### **3.1 Hipótesis de Investigación.**

##### **3.1.1 Hipótesis general.**

H1: La gestión de la comunicación se relaciona directamente con la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020.

H0: La gestión de la comunicación no se relaciona directamente con la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020.

##### **3.1.2 Hipótesis específicas**

H.E.1. Existe una relación entre las acciones políticas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

H.E.2. Existe una relación entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

H.E.3. Existe una relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

H.E.4 Existe una relación entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con los pilares de la reputación.

#### **3.2. Identificación de variables de investigación**

V1 = variable independiente (x) = Gestión de la Comunicación

V2 = variable dependiente (y) = Reputación

#### **3.3 Definición operacional de variable**

##### **3.3.1 Definición Conceptual**

V1 = Gestión de la comunicación

Se conceptualiza así al proceso de recopilación, creación, distribución, gestión, monitoreo y disposición de la comunicación interna y externa de una organización, institución o empresa.

#### Dimensión 1: Acciones políticas

Acciones tomadas por los miembros y dirigentes de un partido u organización política, en las que se analizan opciones para luego tomar una decisión común frente a diversos hechos de la coyuntura.

#### Dimensión 2: Comunicación Externa

Es el conjunto de acciones comunicacionales, que buscan crear, mantener o mejorar las relaciones de la organización, institución o empresa con sus públicos externos (clientes, proveedores, medios de comunicación, etc.) y que tienen como objetivo final incidir en el logro de los objetivos generales de la organización, así como potenciar su imagen y reputación.

#### Dimensión 3: Comunicación Interna

La comunicación interna es la comunicación dirigida a los públicos internos (trabajadores, directivos, accionistas) y que busca motivar al equipo humano y retener a los mejores cuadros, haciéndolos partícipes de la organización y con ello mejorar los resultados.

### **V2 = Reputación**

Se entiende por reputación, a la imagen que proyecta la organización o empresa y la percepción que sobre ella tienen los públicos, grupos de interés o stakeholders internos y externos y que dependen de las acciones organizacionales y de comunicación que ésta realiza.

#### Dimensión 1: Cualidades de una organización con reputación

Son las características que permiten la generación de una buena imagen corporativa y que se traduce en la retención de los grupos de interés y genera sentimientos de pertenencia y lealtad por parte de estos públicos internos y externos.

#### Dimensión 2: Pilares de la reputación

Son las bases con las cuales una organización puede medir su reputación, teniendo en cuenta el detalle de los análisis y resultados de la imagen corporativa.

### 3.3.2 Definición Operacional

**Tabla 1**

*Variable 1 (X): Gestión de la comunicación*

<b>Variable 1 Gestión de la comunicación</b>				
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de Medición</b>	<b>Instrumentos</b>
Acciones políticas.	Participación y actuación política del PAP (Años 2016-2020)	1,2,3,4,5,6,7	<u>Escala de Likert</u>  Excelente	Cuestionario Dimensión 01 = 7
Comunicación externa	Acciones mediáticas de dirigentes y congresistas del PAP	8,9,10,11,12	Buena	Cuestionario Dimensión 02 = 17
	Acciones mediáticas de los voceros y militantes del PAP	13,14,15,16,17,18,19	Regular	
	Gestión y mensajes en página web y redes sociales	20,21,22,23,24,	Mala	
Comunicación interna	Relación con militantes y simpatizantes	25,26,27	Pésima	Cuestionario Dimensión 03 = 3  Subtotal: 27

**Tabla 2***Variable 2 (Y): Reputación*

<b>Variable 2 Reputación</b>				
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Escala de Medición</b>	<b>Instrumentos</b>
Cualidades de una organización con reputación.	Calidad de los productos y/o servicios	1,2,3	<u>Escala de Likert</u>  Excelente  Buena  Regular  Mala  Pésima	Cuestionario Dimensión 01 = 10
	Relación con los stakeholders	4,5,6,7		
	Capacidad de innovación y de atraer, desarrollar y conservar a los talentos	8,9,10		
Pilares de la reputación	Conducta ética y cultura organizacional	11,12,13		Cuestionario Dimensión 02 = 9  Subtotal: 19
	Generación de confianza en los públicos	14,15,16		
	Resultados electorales del año 2020	17,18,19		



### **3.4 Tipo, nivel y diseño de investigación**

#### **3.4.1 Tipo de investigación**

La presente Investigación es de tipo mixta.

#### **3.4.2 Nivel de investigación**

Es descriptivo correlacional explicativo, pues existe relación entre las variables X (Gestión de la Comunicación) y la variable Y (Reputación). Donde la variable X es una variable independiente que ejerce influencia sobre la variable Y que es una variable dependiente.

#### **3.4.3 Diseño de investigación**

No experimental, longitudinal, *ex post facto*.

### **3.5. Métodos de Investigación**

El método para la presente investigación es hipotético deductivo e inductivo. El método hipotético – deductivo, sintetiza aspectos de los métodos inductivo y deductivo mediante la observación y el análisis del fenómeno, proponiendo una hipótesis para explicar el fenómeno estudiado. Cuando se puede poner a prueba existe una validez de la hipótesis, es decir si existe una motivación que genera el fenómeno, debe existir las mismas conclusiones.

A su vez el método inductivo permite analizar un objetivo de investigación que cuenta con muchos elementos y que no puede ser numerado y estudiado en su totalidad, por lo cual se toma una muestra representativa que permite la generalización de los resultados. Una de sus principales indagaciones es la documental. (Dávila 2006; pp 108)

### **3.6. Población y Muestra**

La población toma en cuenta a los votantes aptos de Lima Metropolitana y Callao inscritos en el padrón electoral del Jurado Nacional de Elecciones (JNE), actualizado al 09 de septiembre de 2020.

### 3.6.1. Población

7593007 ciudadanos aptos para votar, de Lima Metropolitana inscritos en padrón del JNE. (Jurado Nacional de Elecciones, 2022).

### 3.6.2. Muestra

La muestra para la investigación se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 N (p.q)}{E^2 (N-1) + Z^2 (p.q)}$$

**Donde**

**n= tamaño de la muestra**

**z= nivel de confianza (1.96)**

**p= probabilidad de éxito (0.50)**

**q= probabilidad de fracaso (0.50)**

**N= Tamaño de la población (8,383,077)**

**E= Precisión o error (0.05)**

Con ello se obtiene una muestra conformada por 385 personas aptas para votar en Lima Metropolitana.

Para la presente investigación se trabajó con un muestreo no probabilístico por conveniencia de 148 personas. El muestreo por conveniencia “permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador”. (Otzen y Manterola, 2017)

## 3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 3.7.1 Técnicas

Las técnicas utilizadas para medir la variable de estudio son la encuesta, la entrevista y el análisis de informaciones periodísticas en los años de la etapa de investigación.

### 3.7.2 Instrumentos

Para la presente investigación se utilizó un cuestionario virtual con Escala de Likert, con preguntas de opción múltiple para la encuesta. Para la entrevista fue una guía de preguntas abiertas que estuvo sujeta a las repreguntas que se formularon de acuerdo al avance de la conversación con los sujetos entrevistados.

#### 3.7.2.1. Confiabilidad

La confiabilidad se midió con el coeficiente Alfa de Cronbach para conocer los rangos de fiabilidad del instrumento para cada variable de forma integral.

**Tabla 3**

*Resumen del procesamiento de la variable Gestión de la Comunicación*

		N	%
Casos	Válido	148	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	148	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 4**

*Prueba de confiabilidad de la variable Gestión de la Comunicación*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,975	,977	27

Se concluyó que el coeficiente Alfa de Cronbach es cercano a 1, lo que garantiza la fiabilidad del instrumento en la variable Gestión de la Comunicación.

**Tabla 5**

*Resumen del procesamiento de la variable Reputación*

		N	%
Casos	Válido	148	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	148	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 6***Prueba de confiabilidad de la variable Reputación*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,963	,963	19

Se concluyó que el coeficiente Alfa de Cronbach es cercano a 1, lo que garantiza la fiabilidad del instrumento en la variable Reputación.

**Tabla 7***Resumen del procesamiento de datos de las variables Gestión de la Comunicación y Reputación*

		N	%
Casos	Válido	148	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	148	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Tabla 8***Prueba de confiabilidad de las variables Gestión de la Comunicación y Reputación*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,885	,964	2

Finalmente, el resultado de evaluación de confiabilidad de las variables de estudio (Gestión de la Comunicación y Reputación) arrojó un 88,5% que demostró la consistencia de correlación entre los ítems, pues es cercano a 1.

### **3.7.2.2. Validez**

Los instrumentos han sido validados mediante jueces expertos quienes realizaron la validez de contenido; en donde se verificó los criterios de coherencia lógica, metodológica, contenido, pertinencia, relevancia y claridad de cada uno de los ítems, obteniendo los siguientes resultados.

Según Hernández (1997, p. 286) - la validez de contenido es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es el grado en que la medición representa el concepto medido.

### **3.7.3 Técnicas de procesamiento de datos**

Luego de aplicarse los instrumentos, se realizó el vaciado de la información a través de la tabulación de datos de las encuestas, transcripción de audios y/o transcripción de videos y audios utilizados en las entrevistas y el análisis de contenidos de las fichas.

## CAPÍTULO 4 RESULTADOS

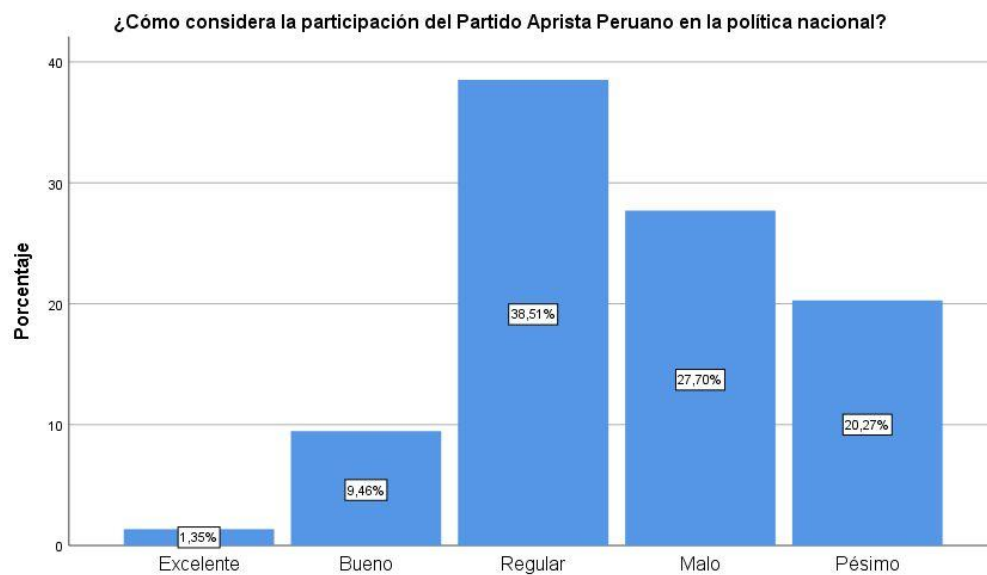
### 4.1 Descripción de datos

#### 4.1.1. Descripción de la variable *Gestión de la Comunicación*

**Tabla 9**

<b>¿Cómo considera la participación del Partido Aprista Peruano en la política nacional?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	2	1,4	1,4	4,1
	Bueno	14	9,5	9,5	13,5
	Regular	57	38,5	38,5	52,0
	Malo	41	27,7	27,7	79,7
	Pésimo	30	20,3	20,3	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

**Figura 1**

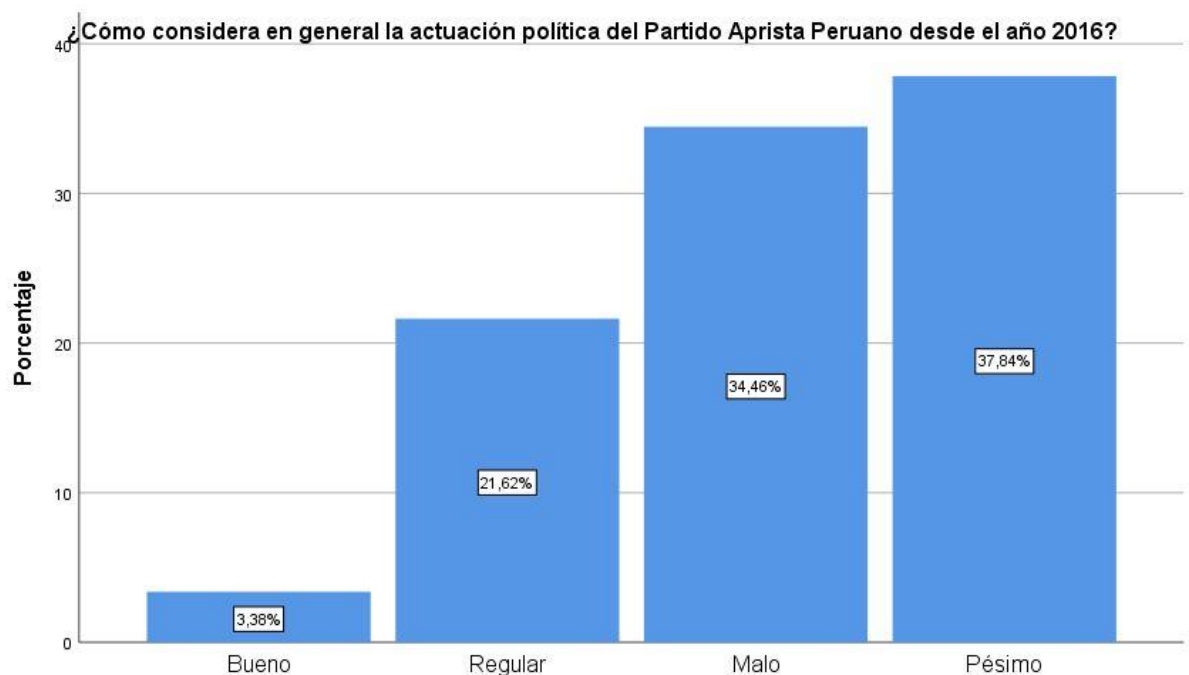


Con relación a la pregunta 1 del cuestionario virtual, sobre “¿Cómo considera la participación del Partido Aprista Peruano en la historia política del país?”, en la tabla 3 y figura 1 se puede observar que el 1,35% de los encuestados considera que es excelente; el 9,46% considera que es bueno; 38,51% cree que es regular; 27,70% considera que es mala; y finalmente 20,27% considera que es pésima.

Tabla 10

¿Cómo considera en general la actuación política del Partido Aprista Peruano desde el año 2016?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	5	3,4	3,4	6,1
	Regular	32	21,6	21,6	27,7
	Malo	51	34,5	34,5	62,2
	Pésimo	56	37,8	37,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 2

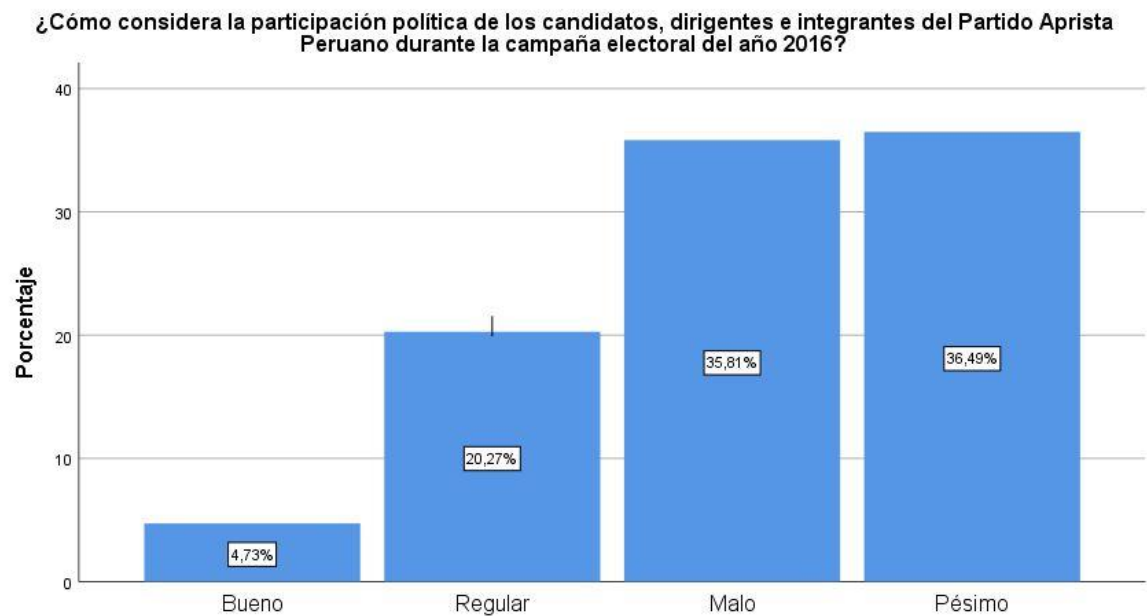


Sobre la pregunta 2 del cuestionario virtual, “¿Cómo considera en general la actuación política del Partido Aprista Peruano desde el año 2016?”, en la tabla 4 y figura 2 se puede apreciar que el 3,38% de los encuestados considera que es buena; mientras que el 21,82% considera que es regular; frente a un 34,46% y un 37,84% que la consideran mala y pésima, respectivamente. No existe un porcentaje que la considere excelente.

Tabla 11

¿Cómo considera la participación política de los candidatos, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante la campaña electoral del año 2016?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	7	4,7	4,7	7,4
	Regular	30	20,3	20,3	27,7
	Malo	53	35,8	35,8	63,5
	Pésimo	54	36,5	36,5	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 3



Con relación a la pregunta 3 “¿Cómo considera la participación política de los candidatos, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante la campaña electoral del año 2016?”, un 4,7% de encuestados considera que fue buena; mientras que 20,27% considera que fue regular; un 35,81% la califica como mala y un 36,49% la considera pésima. No existen porcentajes que la consideren excelente.

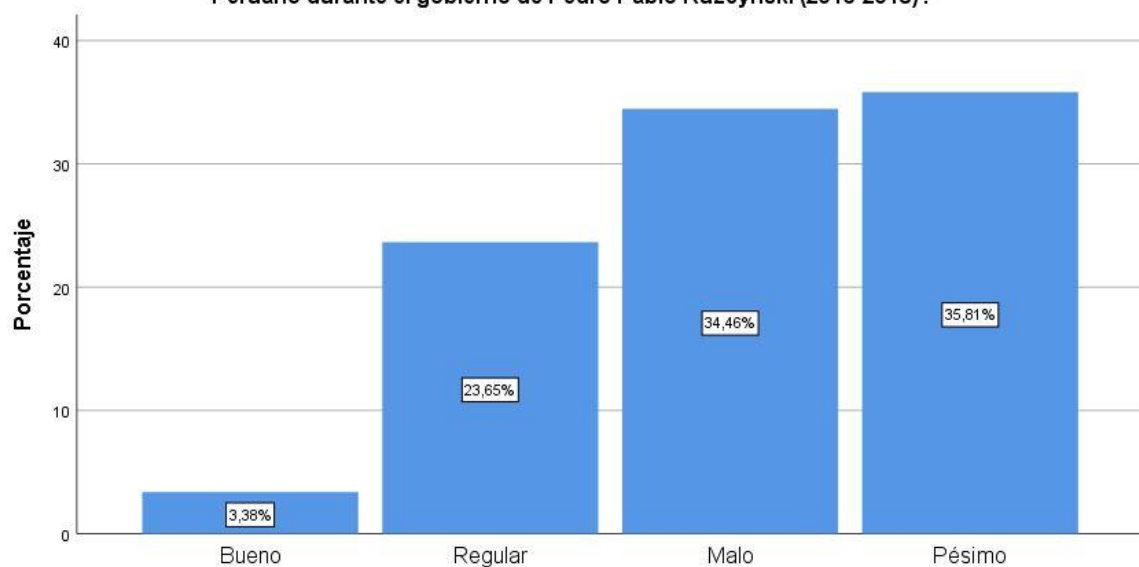


Tabla 12

<b>¿Cómo considera la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (2016-2018)?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	5	3,4	3,4	6,1
	Regular	35	23,6	23,6	29,7
	Malo	51	34,5	34,5	64,2
	Pésimo	53	35,8	35,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 4

¿Cómo considera que la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (2016-2018)?



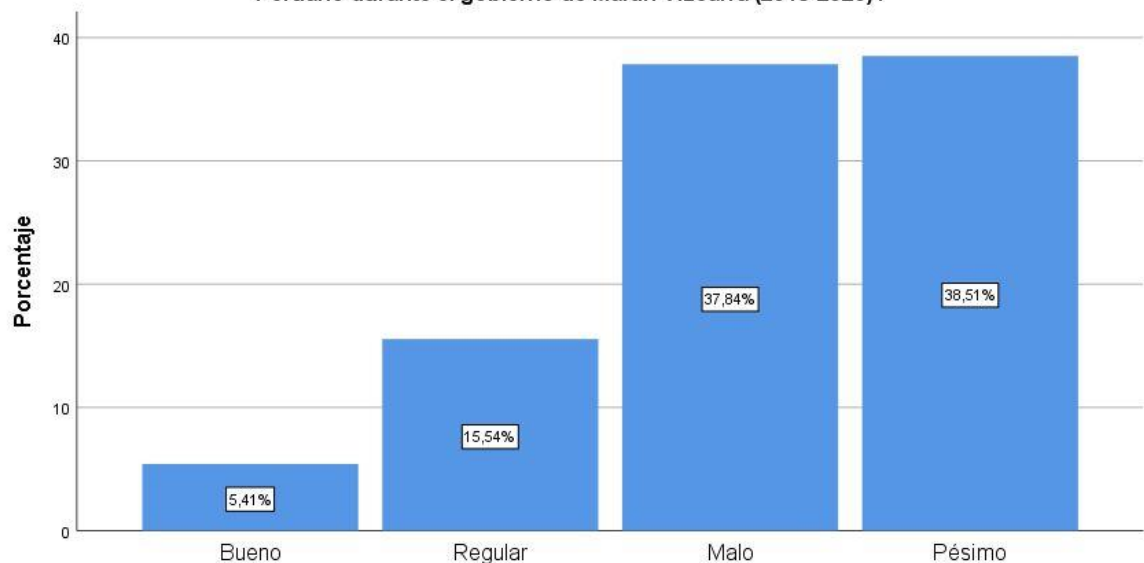
Sobre la pregunta 4 “¿Cómo considera la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (2016-2018)?” un 3,38% considera que fue buena; mientras que el 23,65% la considera regular; un 34,46% la considera mala; y finalmente un 35,81% la considera pésima. No existen porcentajes que la consideren excelente.

Tabla 13

¿Cómo considera la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Martín Vizcarra (2018-2020)?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	8	5,4	5,4	8,1
	Regular	23	15,5	15,5	23,6
	Malo	56	37,8	37,8	61,5
	Pésimo	57	38,5	38,5	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 5

¿Cómo considera la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Martín Vizcarra (2018-2020)?



Con relación a la pregunta 5 “¿Cómo considera la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Martín Vizcarra (2018-2020)?”, el 5,41% de los encuestados considera que fue buena; el 15,54% la considera regular; el 37,84% la considera mala y el 38,51% la considera pésima. No existen cifras que la consideren excelente.

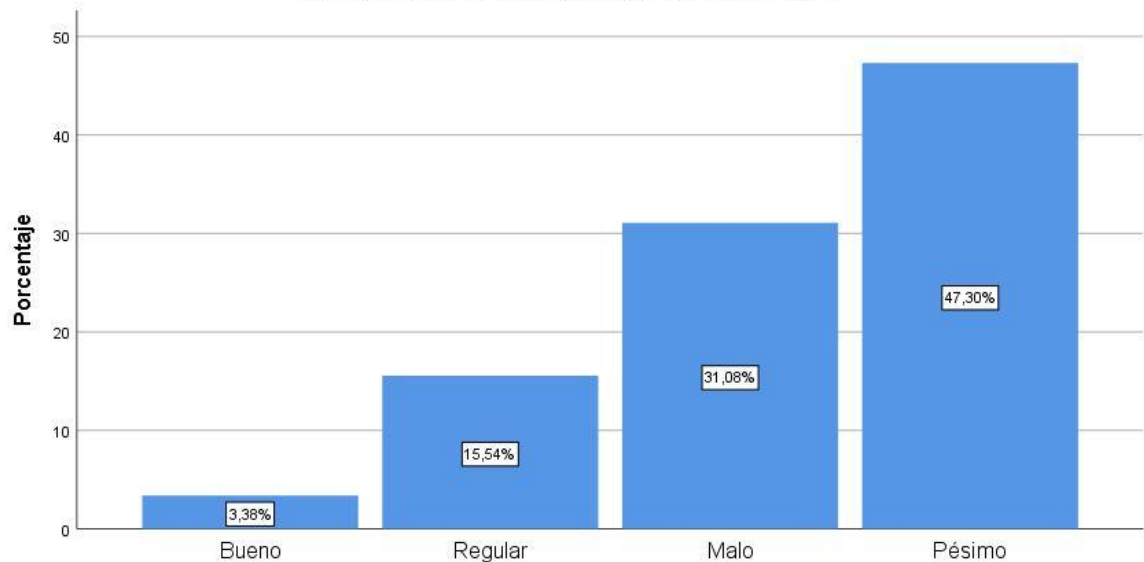
Tabla 14

**¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Manuel Merino De Lama en noviembre del año 2020?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	5	3,4	3,4	6,1
	Regular	23	15,5	15,5	21,6
	Malo	46	31,1	31,1	52,7
	Pésimo	70	47,3	47,3	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 6

**¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Manuel Merino De Lama en noviembre del año 2020?**



Con relación a la pregunta 6 “¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Manuel Merino De Lama en noviembre del año 2020?” el 3,38% de los encuestados considera que fue buena; el 15,54% la considera regular; el 31,08% la considera mala y el 47,30% la considera pésima. No existen cifras que la consideren excelente.

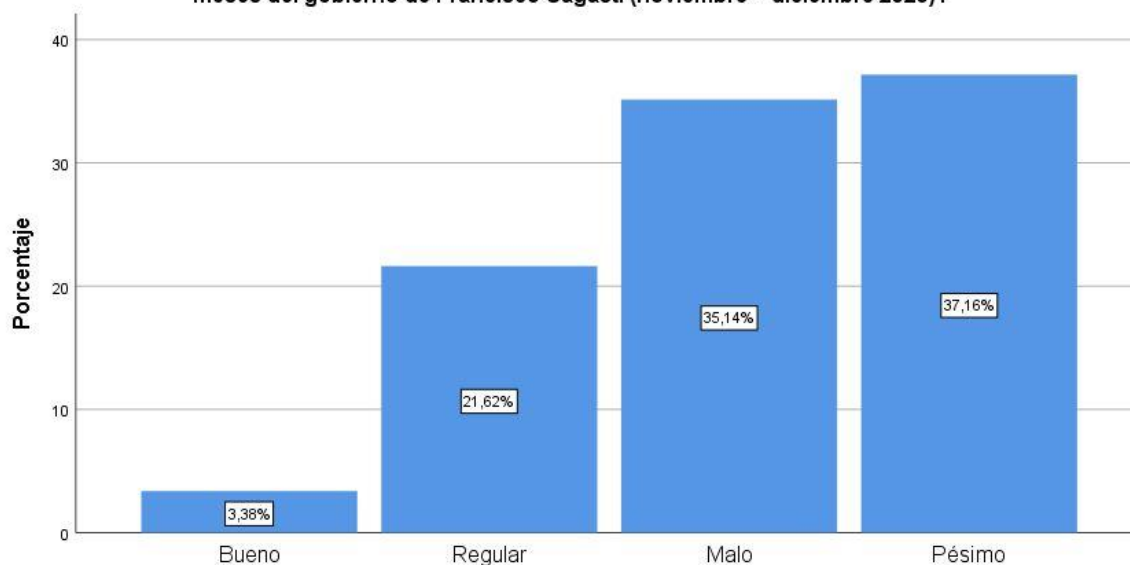
Tabla 15

**¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante los primeros meses del gobierno de Francisco Sagasti (noviembre – diciembre 2020)?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	5	3,4	3,4	6,1
	Regular	32	21,6	21,6	27,7
	Malo	52	35,1	35,1	62,8
	Pésimo	55	37,2	37,2	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 7

**¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante los primeros meses del gobierno de Francisco Sagasti (noviembre – diciembre 2020)?**



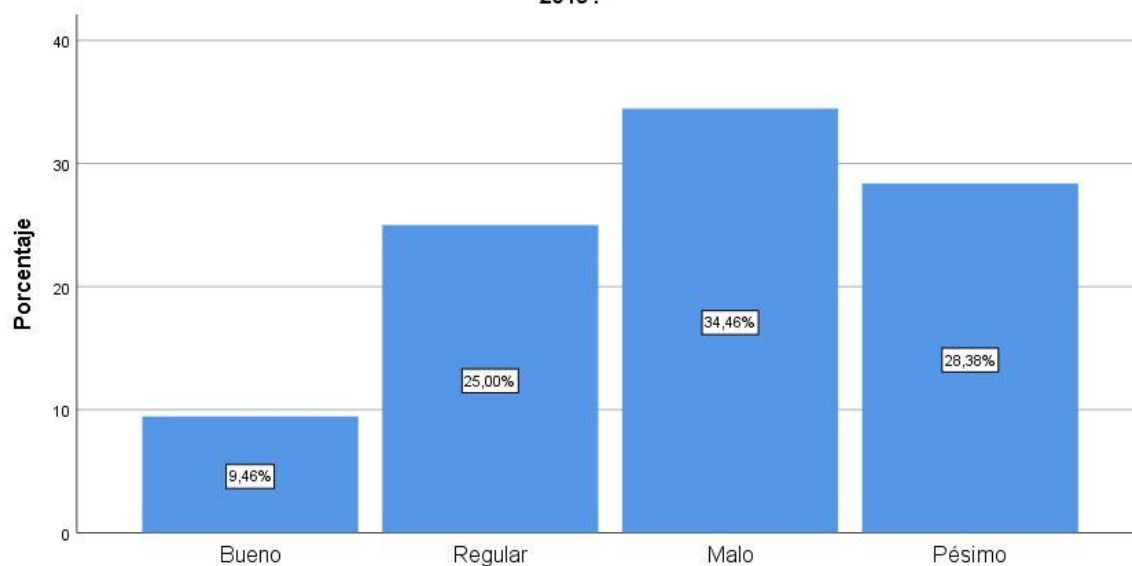
Sobre la pregunta 7 “¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante los primeros meses del gobierno de Francisco Sagasti (noviembre – diciembre 2020)?” el 3,38% de los encuestados considera que fue buena; el 21,62% la considera regular; el 35,14% la considera mala y el 37,16% la considera pésima. Aquí tampoco existen respuestas que la consideren excelente.

Tabla 16

¿Cómo considera usted que fue la actuación mediática de los congresistas de la bancada en el período 2016 – 2019?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	14	9,5	9,5	12,2
	Regular	37	25,0	25,0	37,2
	Malo	51	34,5	34,5	71,6
	Pésimo	42	28,4	28,4	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 8

¿Cómo considera usted que fue la actuación mediática de los congresistas de la bancada en el período 2016 – 2019?



Referente a la pregunta 8 “¿Cómo considera usted que fue la actuación mediática de los congresistas de la bancada en el período 2016 – 2019” el 9,46% de los encuestados considera que fue buena; el 25,00% la considera regular; el 35,46% la considera mala y el 28,38% la considera pésima. No hay encuestados que la consideren excelente.

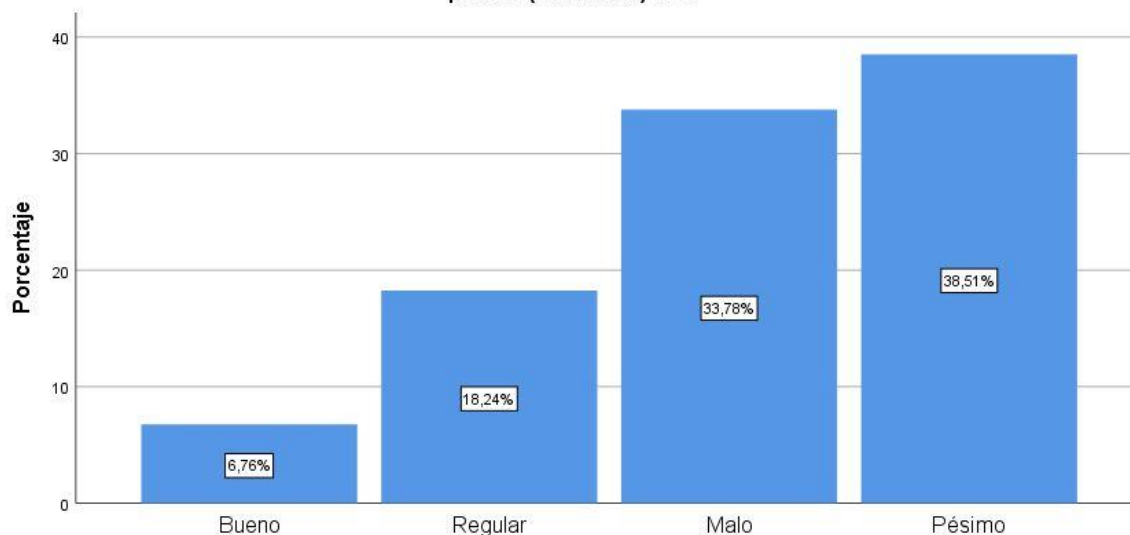
**Tabla 17**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	10	6,8	6,8	9,5
	Regular	27	18,2	18,2	27,7
	Malo	50	33,8	33,8	61,5
	Pésimo	57	38,5	38,5	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

**Figura 9**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:**



Sobre la pregunta 9 “Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:” el 6,76% de los encuestados considera que fue buena; el 18,24% la considera regular; el 33,78% la considera mala y el 38,51% la considera pésima. No hay cifras que la consideren excelente.

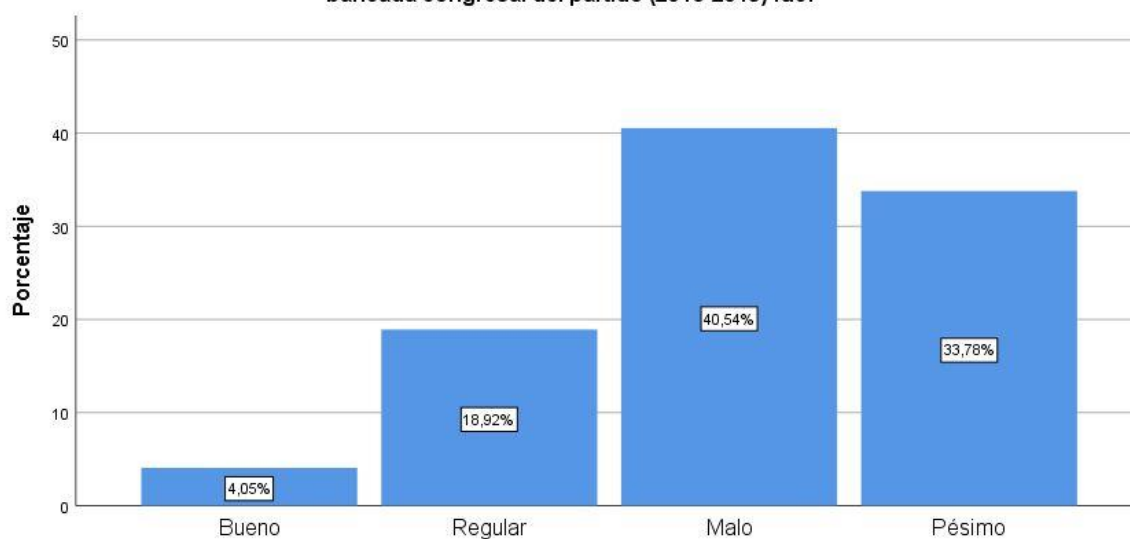
**Tabla 18**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba ¿Considera que la actuación y mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	6	4,1	4,1	6,8
	Regular	28	18,9	18,9	25,7
	Malo	60	40,5	40,5	66,2
	Pésimo	50	33,8	33,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

**Figura 10**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba ¿Considera que la actuación y mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:**



Referente a la pregunta 10 “Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba ¿Considera que la actuación y mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:” el 4,05% de los encuestados considera que fue buena; el 18,92% la considera regular; el 40,54% la considera mala y el 33,78% la considera pésima. No hay cifras que la consideren excelente.



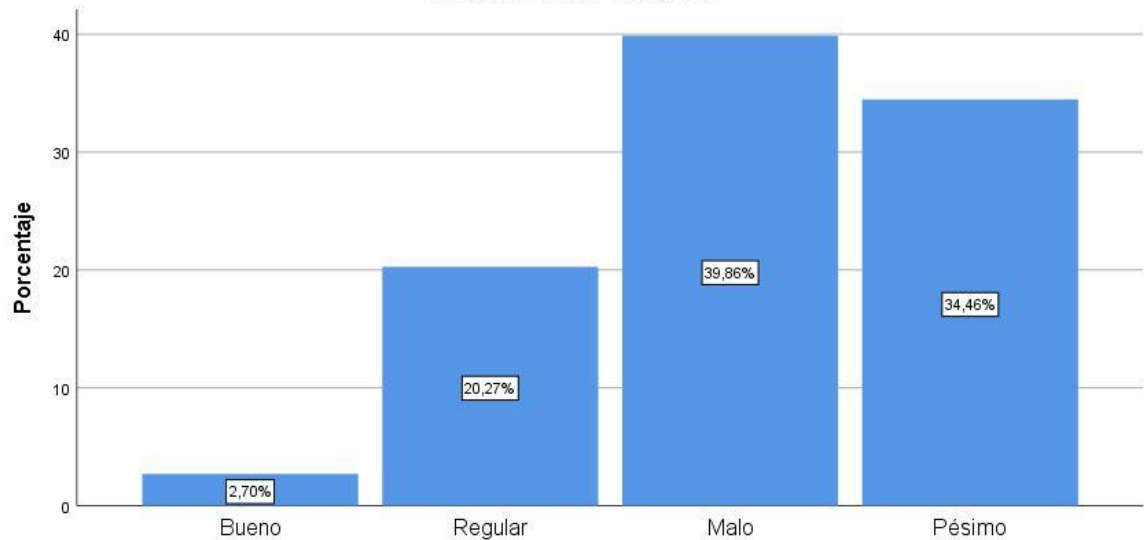
**Tabla 19**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al exsecretario general de Palacio y exministro aprista, Luis Nava ¿Considera que la actuación mediática de los congresistas del partido (2016 - 2019) fue:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	4	2,7	2,7	5,4
	Regular	30	20,3	20,3	25,7
	Malo	59	39,9	39,9	65,5
	Pésimo	51	34,5	34,5	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

**Figura 11**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al exsecretario general de Palacio y exministro aprista, Luis Nava ¿Considera que la actuación mediática de los congresistas del partido (2016 - 2019) fue:**



Sobre la pregunta 11 “Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al exsecretario general de Palacio y exministro aprista, Luis Nava ¿Considera que la actuación mediática de los congresistas del partido (2016 - 2019) fue:” el 2,70% de los encuestados considera que fue buena; el 20,27% la considera regular; el 39,86% la considera mala y el 34,46% la considera pésima. No hay cifras que la consideren excelente.



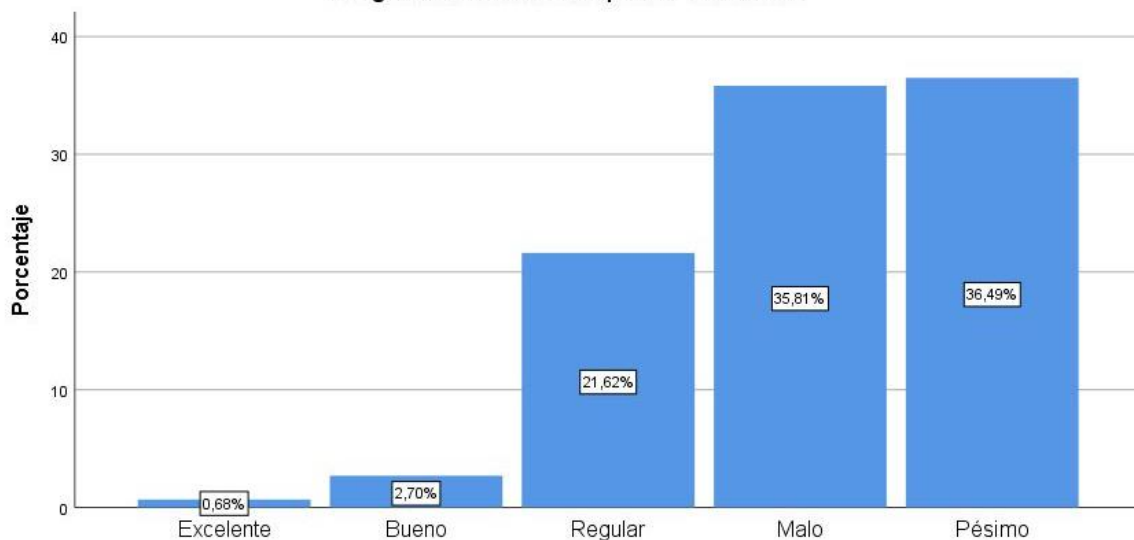
Tabla 20

**Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal LavaJato contra el exlíder aprista Alan García Pérez considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	4	2,7	2,7	6,1
	Regular	32	21,6	21,6	27,7
	Malo	53	35,8	35,8	63,5
	Pésimo	54	36,5	36,5	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 12

**Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal LavaJato contra el exlíder aprista Alan García Pérez considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue:**



Referente a la pregunta 12 “Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal LavaJato contra el exlíder aprista Alan García Pérez considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue:” el 0,68% de los encuestados considera que fue excelente; el 2,70% la considera bueno; el 21,62% lo considera regular; el 35,81% cree que fue malo y el 36,49% lo considera pésimo.

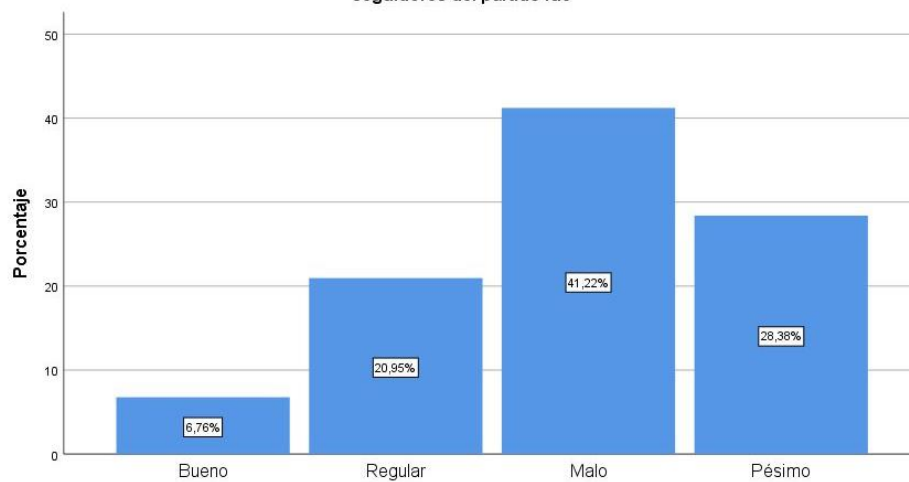
**Tabla 21**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido fue**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	10	6,8	6,8	9,5
	Regular	31	20,9	20,9	30,4
	Malo	61	41,2	41,2	71,6
	Pésimo	42	28,4	28,4	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

**Figura 13**

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido fue**

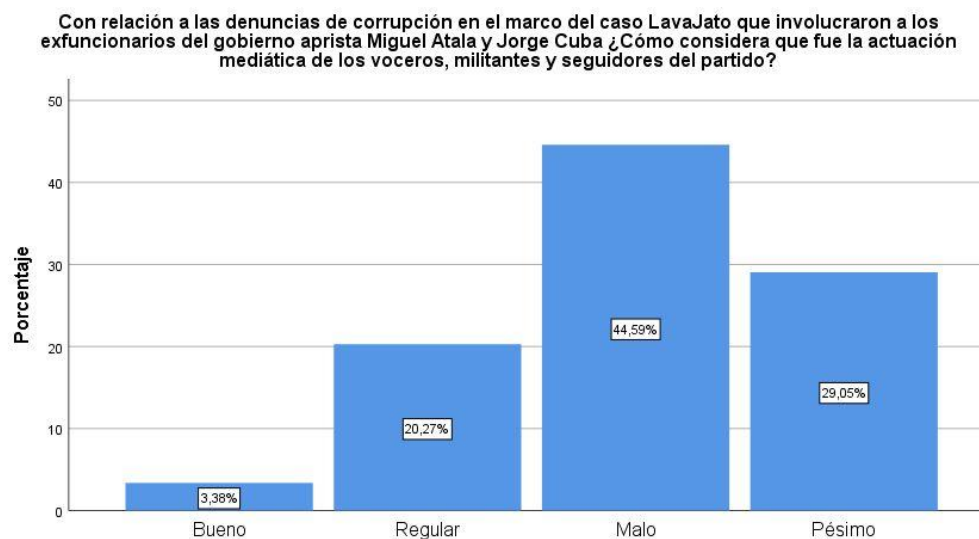


Sobre la pregunta 13 “Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido fue:” el 6,76% de los encuestados considera que fue buena; el 20,95% la considera regular; el 41,22% la considera mala y el 28,38% la considera pésima. No hay cifras que la consideren excelente.

Tabla 22

Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba ¿Cómo considera que fue la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	5	3,4	3,4	6,1
	Regular	30	20,3	20,3	26,4
	Malo	66	44,6	44,6	70,9
	Pésimo	43	29,1	29,1	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 14



Referente a la pregunta 14 “Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba ¿Cómo considera que fue la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido?” el 3,38% de los encuestados considera que fue buena; el 20,27% la considera regular; el 44,59% la considera mala y el 29,05% la considera pésima. No hay cifras que la consideren excelente.

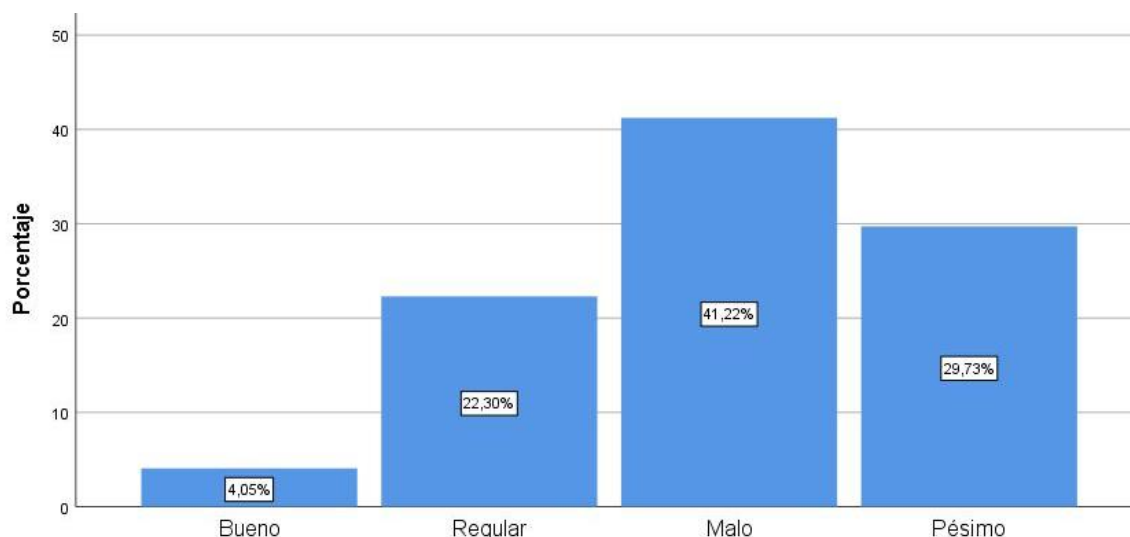
Tabla 23

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al excongresista aprista Javier Velásquez Quesquén ¿Cómo considera que fue la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	6	4,1	4,1	6,8
	Regular	33	22,3	22,3	29,1
	Malo	61	41,2	41,2	70,3
	Pésimo	44	29,7	29,7	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 15

**Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al excongresista aprista Javier Velásquez Quesquén ¿Cómo considera que fue la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido?**



En la pregunta 15 “Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al excongresista aprista Javier Velásquez Quesquén ¿Cómo considera que fue la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido?” el 4,05% de los encuestados considera que fue buena; el 22,30% la considera regular; el 41,22% la considera mala y el 29,73% la considera pésima. No hay cifras que la consideren excelente.

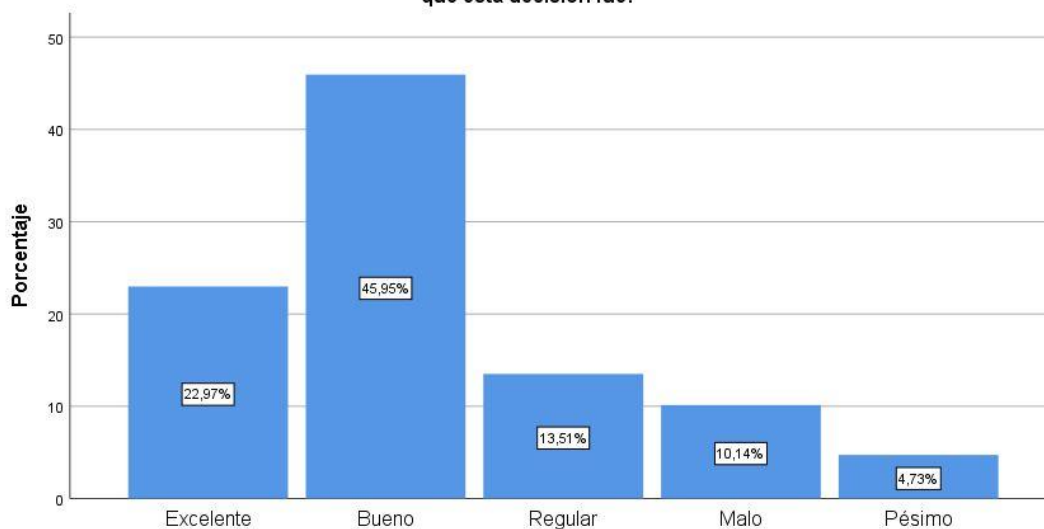
Tabla 24

**El expresidente Alan García anunció tras la derrota electoral del año 2016, su retiro de la política. Considera que esta decisión fue:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	34	23,0	23,0	25,7
	Buena	68	45,9	45,9	71,6
	Regular	20	13,5	13,5	85,1
	Mala	15	10,1	10,1	95,3
	Pésimo	7	4,7	4,7	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 16

El expresidente Alan García anunció tras la derrota electoral del año 2016, su retiro de la política. Considera que esta decisión fue:



Con relación a la pregunta 16 “El expresidente Alan García anunció tras la derrota electoral del año 2016, su retiro de la política. Considera que esta decisión fue:” el 22,97% de los encuestados considera que fue excelente; el 45,95% considera que fue una decisión buena; el 13,51% la considera regular; el 10,14% la considera mala y el 4,73% la considera pésima.

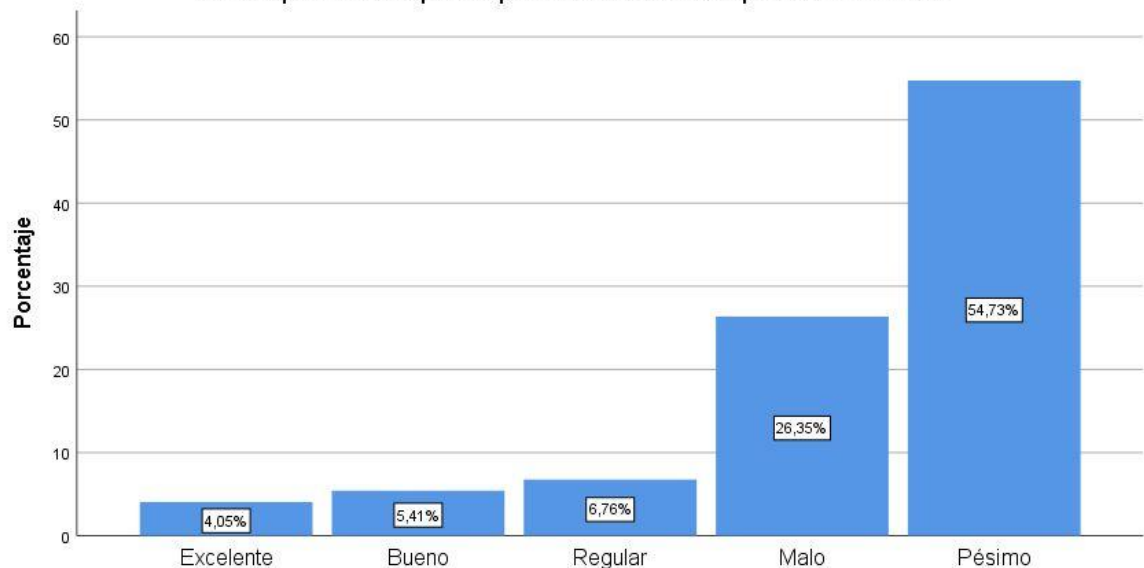
Tabla 25

**Tras el allanamiento a su domicilio, en el marco de las investigaciones fiscales, el expresidente Alan García se suicidó para evitar la prisión preventiva. Considera que esta acción fue:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	6	4,1	4,1	6,8
	Bueno	8	5,4	5,4	12,2
	Regular	10	6,8	6,8	18,9
	Malo	39	26,4	26,4	45,3
	Pésimo	81	54,7	54,7	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 17

**Tras el allanamiento a su domicilio, en el marco de las investigaciones fiscales, el expresidente Alan García se suicidó para evitar la prisión preventiva. Considera que esta acción fue:**



Con relación a la pregunta 17 “Tras el allanamiento a su domicilio, en el marco de las investigaciones fiscales, el expresidente Alan García se suicidó para evitar la prisión preventiva. Considera que esta acción fue:” el 4,05% de los encuestados considera que fue excelente; el 5,41% considera que fue buena; el 6,76% la considera regular; el 26,35% la considera mala y el 54,73% la considera pésima.

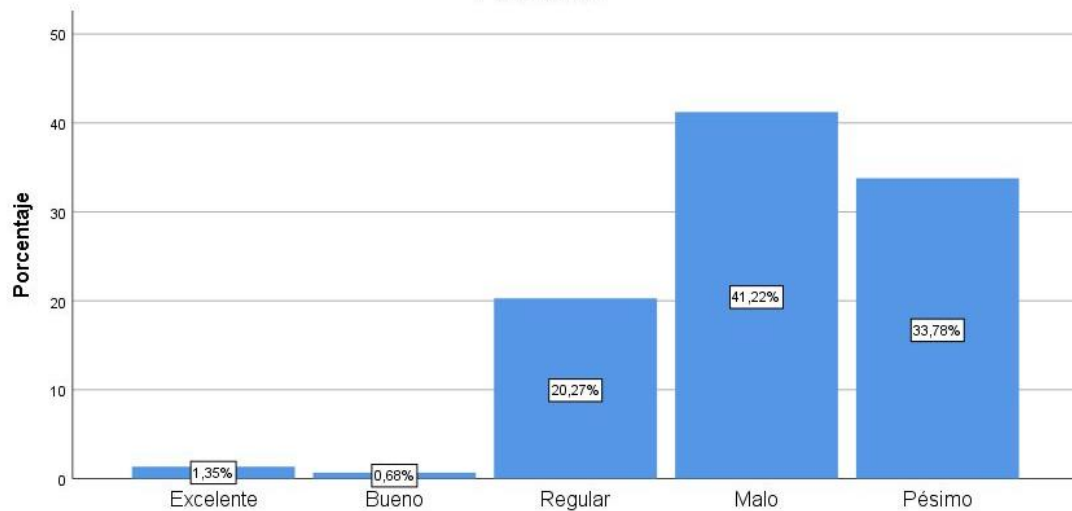
Tabla 26

**Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal del caso LavaJato, considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	2	1,4	1,4	4,1
	Bueno	1	,7	,7	4,7
	Regular	30	20,3	20,3	25,0
	Malo	61	41,2	41,2	66,2
	Pésimo	50	33,8	33,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 18

Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal del caso LavaJato, considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue



Con relación a la pregunta 18 “Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal del caso LavaJato, considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue:” el 1,35% de los encuestados considera que fue excelente; el 0,68% considera que fue buena; el 20,27% la considera regular; el 41,32% la considera mala y el 33,78% la considera pésima.



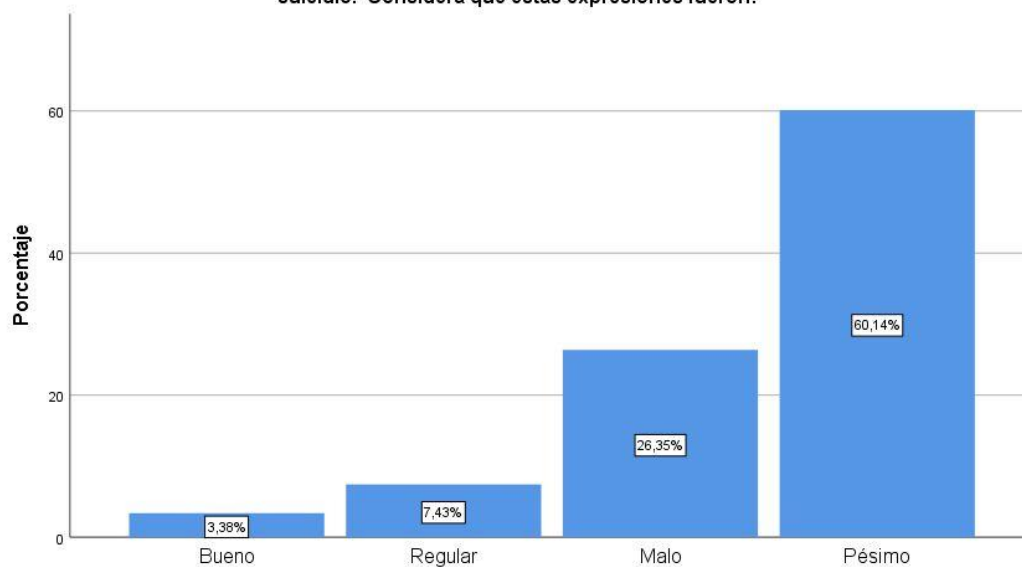
Tabla 27

**Los voceros del Partido Aprista Peruano acusaron a la fiscalía de haber inducido al expresidente Alan García al suicidio. Considera que estas expresiones fueron:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	5	3,4	3,4	6,1
	Regular	11	7,4	7,4	13,5
	Malo	39	26,4	26,4	39,9
	Pésimo	89	60,1	60,1	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 19

Los voceros del Partido Aprista Peruano acusaron a la fiscalía de haber inducido al expresidente Alan García al suicidio. Considera que estas expresiones fueron:



Con relación a la pregunta 19 “Los voceros del Partido Aprista Peruano acusaron a la fiscalía de haber inducido al expresidente Alan García al suicidio. Considera que estas expresiones fueron:” el 3,38% considera que fueron buenas; el 7,43% las considera regular; el 26,35% las considera malas y el 60,14% las considera pésimas. No hay cifras que las consideren excelentes.



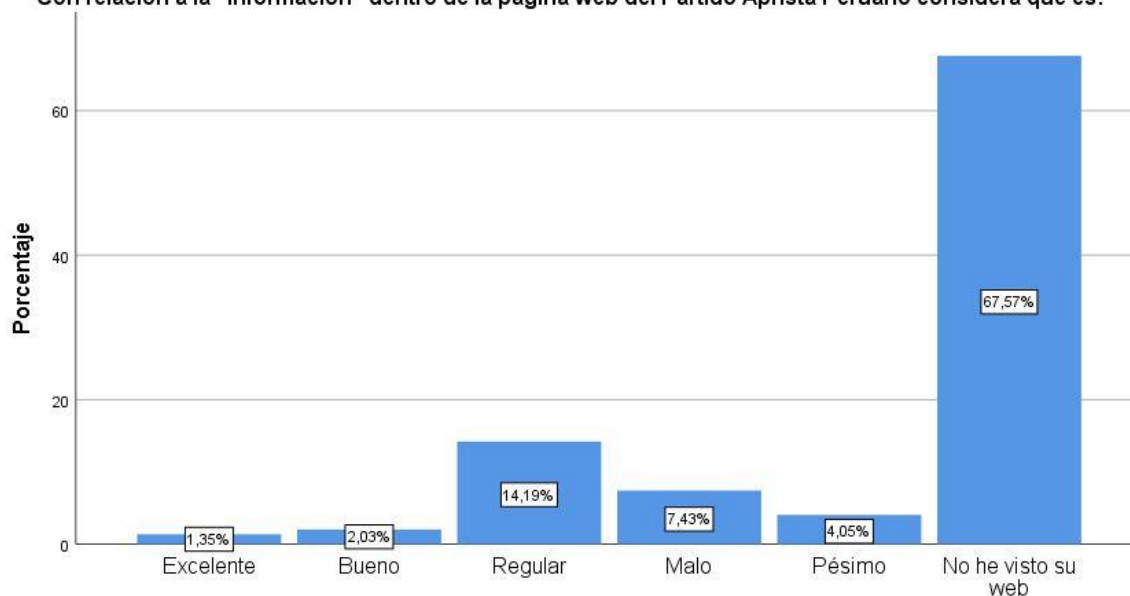
Tabla 28

Con relación a la “Información” dentro de la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	5	3,4	3,4	3,4
	Excelente	2	1,4	1,4	4,7
	Bueno	3	2,0	2,0	6,8
	Regular	21	14,2	14,2	20,9
	Malo	11	7,4	7,4	28,4
	Pésimo	6	4,1	4,1	32,4
	No he visto su web	100	67,6	67,6	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 20

Con relación a la “Información” dentro de la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:



Referente a la pregunta 20 “Con relación a la “Información” dentro de la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:” el 1,35% considera que es excelente, mientras que el 2,03% considera que es buena; el 14,1% la considera regular; el 7,43% la considera mala y el 4,05% la considera pésima. Sin embargo, existe un alto porcentaje de encuestados que no ha visto la página web del Partido Aprista Peruano, alcanzando un 67,57%.

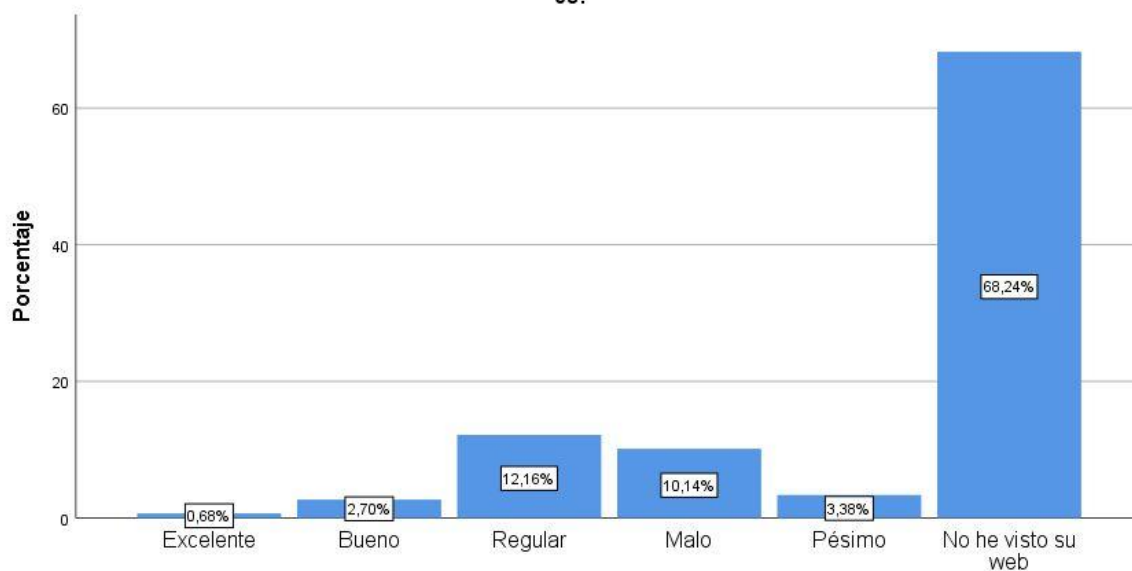
Tabla 29

**Con relación a las imágenes y videos contenidos en la página web del Partido Aprista Peruano, considera que es:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	4	2,7	2,7	6,1
	Regular	18	12,2	12,2	18,2
	Malo	15	10,1	10,1	28,4
	Pésimo	5	3,4	3,4	31,8
	No he visto su web	101	68,2	68,2	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 21

**Con relación a las imágenes y videos contenidos en la página web del Partido Aprista Peruano, considera que es:**



Sobre la pregunta 21 “Con relación a las imágenes y videos contenidos en la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:” el 0,68% considera que es excelente, mientras que el 2,70% considera que es buena; el 12,16% la considera regular; el 10,14% la considera mala y el 3,38% la considera pésima. Aquí también se observa un alto porcentaje de encuestados que no ha visto la página web del Partido Aprista Peruano, alcanzando un 68,24%.

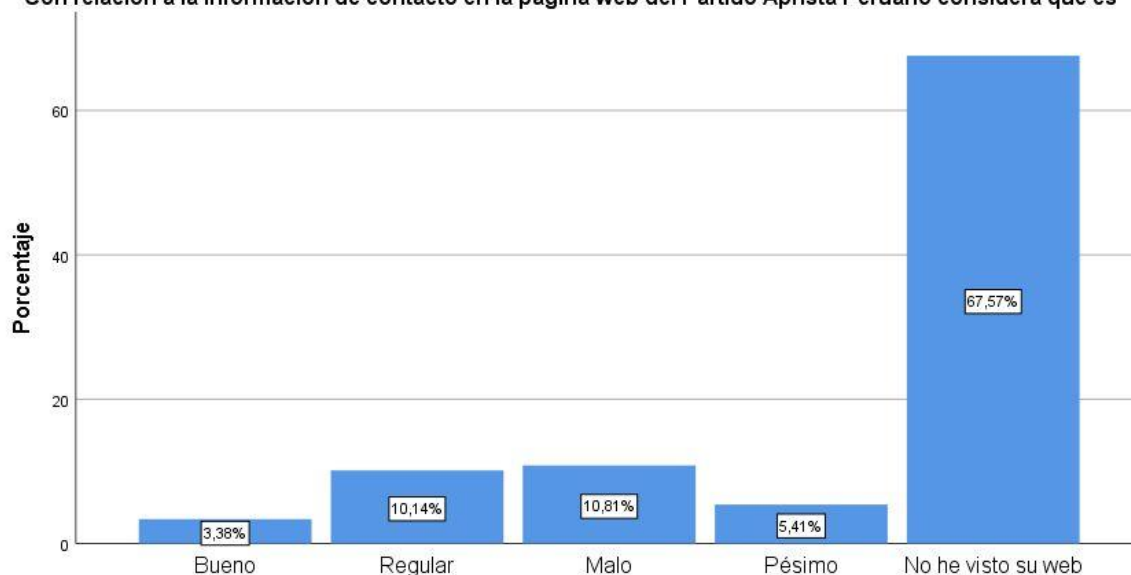
Tabla 30

**Con relación a la información de contacto en la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	5	3,4	3,4	6,1
	Regular	15	10,1	10,1	16,2
	Malo	16	10,8	10,8	27,0
	Pésimo	8	5,4	5,4	32,4
	No he visto su web	100	67,6	67,6	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 22

Con relación a la información de contacto en la página web del Partido Aprista Peruano considera que es



Sobre la pregunta 22 “Con relación a la información de contacto en la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:” el 3,36% de los encuestados considera que es buena; el 10,14% la considera regular; el 10,81% la considera mala y el 5,41% la considera pésima. El porcentaje de encuestados que no ha visto la página web del Partido Aprista Peruano, llega a 67,57%.

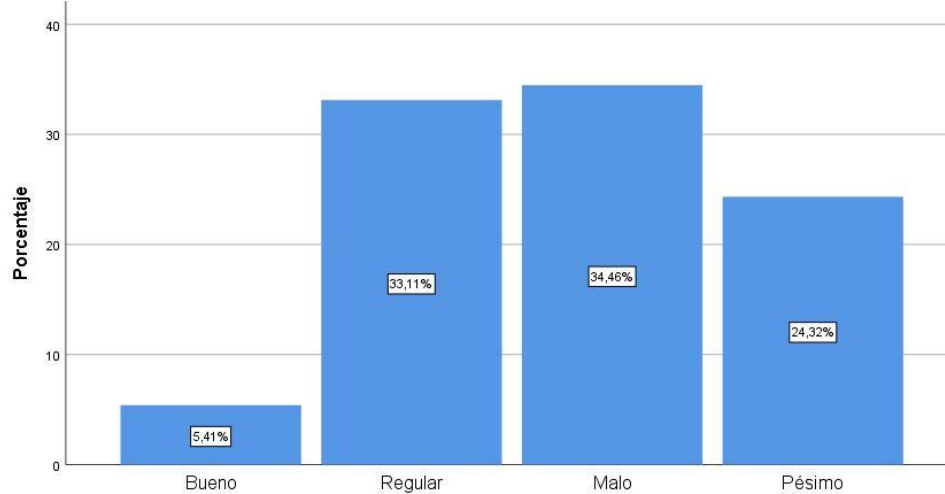
Tabla 31

**Con relación a la información vertida en las redes sociales del Partido Aprista Peruano, considera usted que es**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	8	5,4	5,4	8,1
	Regular	49	33,1	33,1	41,2
	Malo	51	34,5	34,5	75,7
	Pésimo	36	24,3	24,3	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 23

Con relación a la información vertida en las redes sociales del Partido Aprista Peruano, considera usted que es



En referencia a la pregunta 23 “Con relación a la información vertida en las redes sociales del Partido Aprista Peruano, considera usted que es:” 5,41% de los encuestados considera que es buena; el 33,11% la considera regular; el 34,46% la considera mala y el 24,32% la considera pésima.

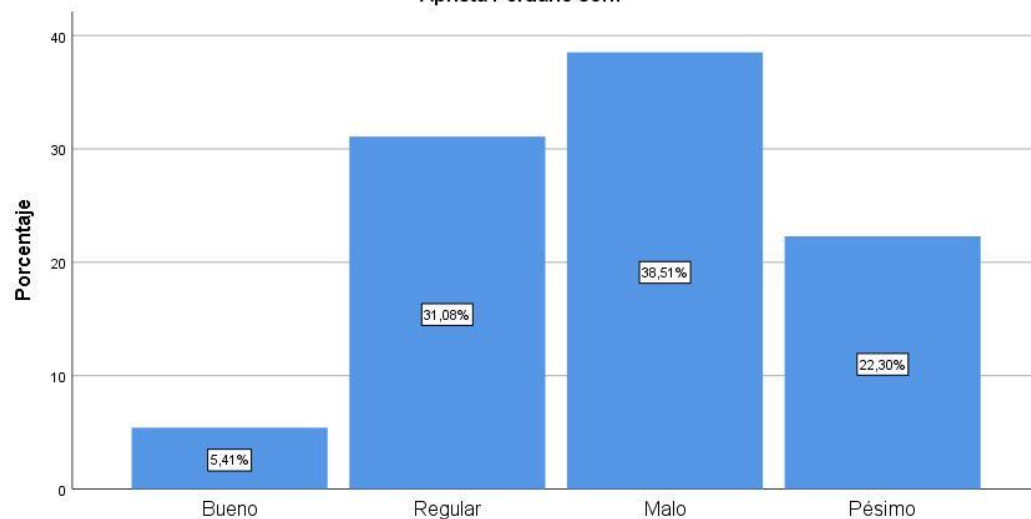
Tabla 32

**Considera usted que los mensajes publicados en las redes sociales de los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano son:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	8	5,4	5,4	8,1
	Regular	46	31,1	31,1	39,2
	Malo	57	38,5	38,5	77,7
	Pésimo	33	22,3	22,3	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 24

**Considera usted que los mensajes publicados en las redes sociales de los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano son:**



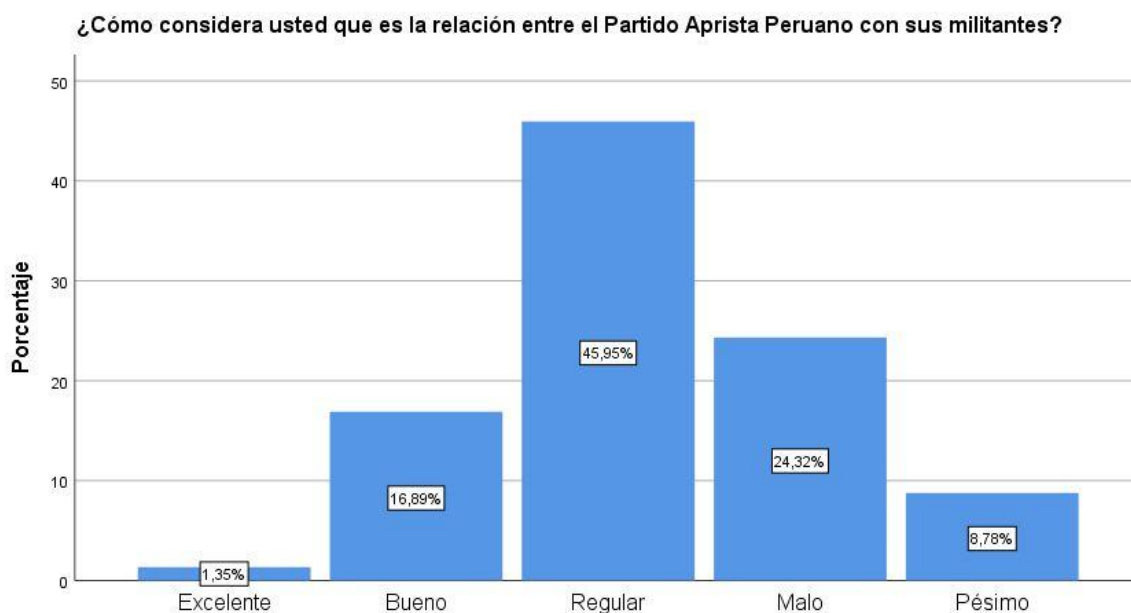
Sobre la pregunta 24 “Considera usted que los mensajes publicados en las redes sociales de los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano son:” 5,41% de los encuestados considera que es buena; el 31,08% la considera regular; el 38,51% la considera mala y el 22,30% la considera pésima.

Tabla 33

**¿Cómo considera usted que es la relación entre el Partido Aprista Peruano con sus militantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	2	1,4	1,4	4,1
	Bueno	25	16,9	16,9	20,9
	Regular	68	45,9	45,9	66,9
	Malo	36	24,3	24,3	91,2
	Pésimo	13	8,8	8,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 25



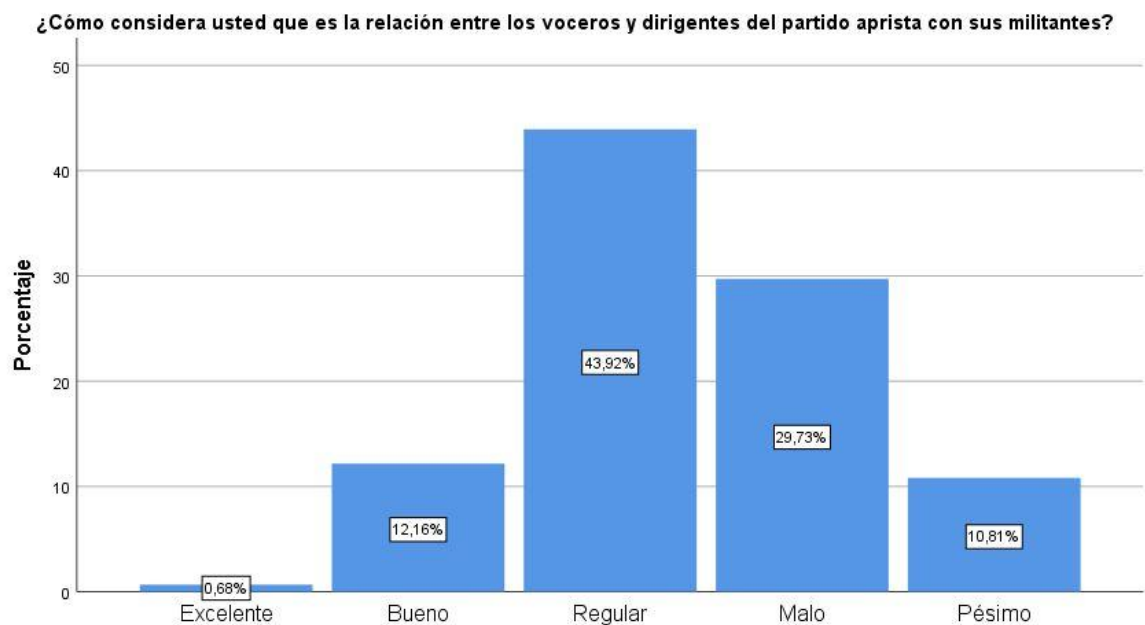
Sobre la pregunta 25 “¿Cómo considera usted que es la relación entre el Partido Aprista Peruano con sus militantes?” Un 1,36% de los encuestados la califica de excelente; 16,89% la considera buena; el 45,95% la considera regular; el 24,32% mala y el 8,78% la considera pésima.

Tabla 34

**¿Cómo considera usted que es la relación entre los voceros y dirigentes del partido aprista con sus militantes?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	18	12,2	12,2	15,5
	Regular	65	43,9	43,9	59,5
	Malo	44	29,7	29,7	89,2
	Pésimo	16	10,8	10,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 26

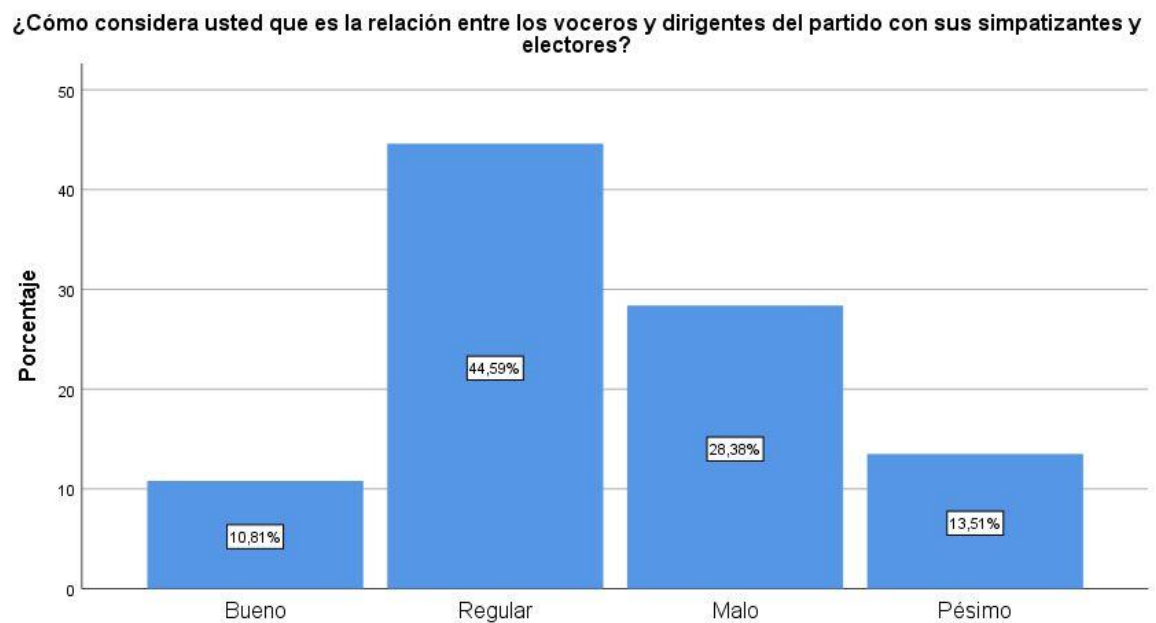


Sobre la pregunta 26 “¿Cómo considera usted que es la relación entre los voceros y dirigentes del partido aprista con sus militantes?” Un 0,68% de los encuestados la considera excelente; 12,16% buena; 43,92% la considera regular; el 29,73% mala y el 10,81% la considera pésima.

Tabla 35

¿Cómo considera usted que es la relación entre los voceros y dirigentes del partido con sus simpatizantes y electores?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	16	10,8	10,8	13,5
	Regular	66	44,6	44,6	58,1
	Malo	42	28,4	28,4	86,5
	Pésimo	20	13,5	13,5	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 27



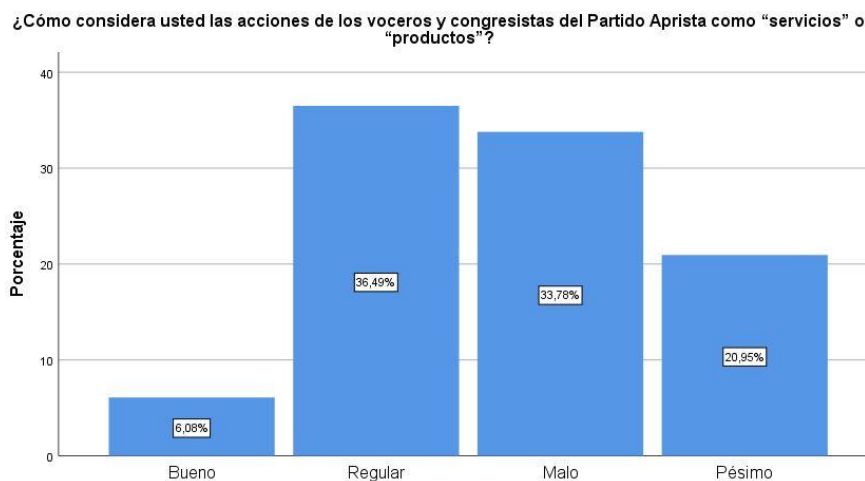
Con referencia a la pregunta 27 “¿Cómo considera usted que es la relación entre los voceros y dirigentes del partido con sus simpatizantes y electores?” Un 10,61% de los encuestados la considera buena; 44,59% la considera regular; el 29,36% mala y el 13,51% la considera pésima. No existen registros que la consideren excelente.



Tabla 36

¿Cómo considera usted las acciones de los voceros y congresistas del Partido Aprista como “servicios” o “productos”?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	9	6,1	6,1	8,8
	Regular	54	36,5	36,5	45,3
	Malo	50	33,8	33,8	79,1
	Pésimo	31	20,9	20,9	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 28



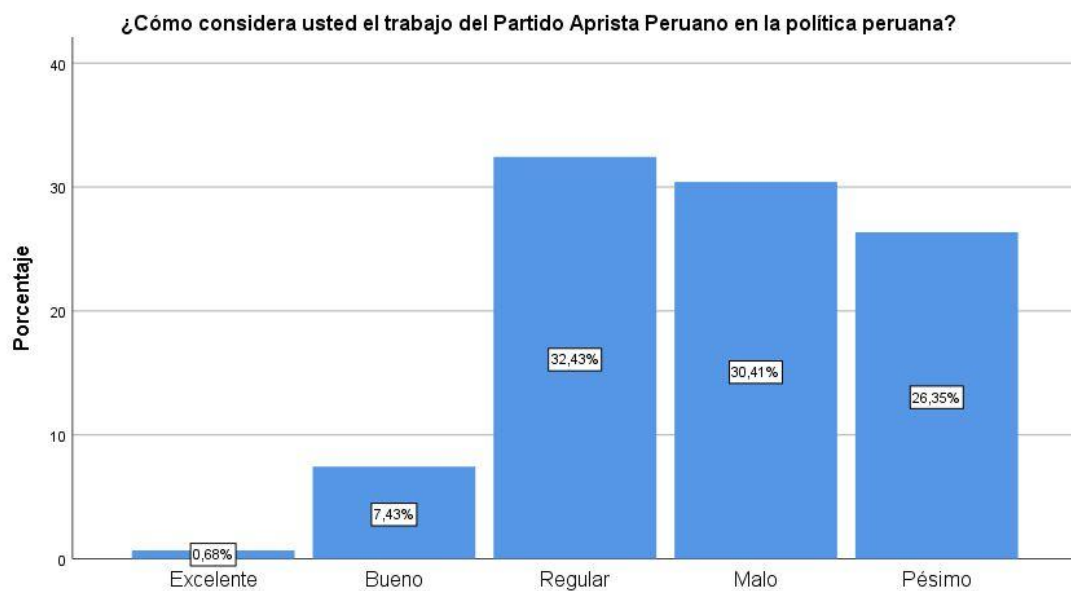
En la pregunta 28 “¿Cómo considera usted las acciones de los voceros y congresistas del Partido Aprista como “servicios” o “productos”?” Un 6,08% de los encuestados las considera buenas; 36,4% las considera regulares; el 33,78% las califica de malas y el 20,95% las considera pésimas. No existen registros que las consideren excelentes.

Tabla 37

**¿Cómo considera usted el trabajo del Partido Aprista Peruano en la política peruana?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	11	7,4	7,4	10,8
	Regular	48	32,4	32,4	43,2
	Malo	45	30,4	30,4	73,6
	Pésimo	39	26,4	26,4	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 29



En la pregunta 29 “¿Cómo considera usted el trabajo del Partido Aprista Peruano en la política peruana?” Un 0,68% de los encuestados lo considera excelente; y el 7,43% lo considera bueno; mientras que el 32,43% lo considera regular; el 30,41% lo califica como malo y el 26,35% lo considera pésimo.

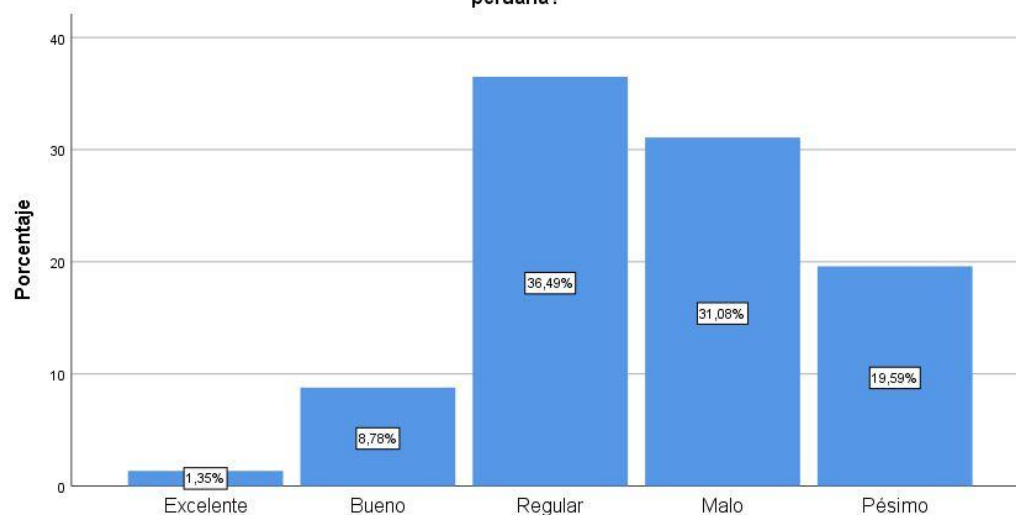
#### 4.1.2. Descripción de la variable Reputación

**Tabla 38**

¿Cómo considera usted la influencia del accionar del Partido Aprista Peruano en el desarrollo de la sociedad peruana?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	2	1,4	1,4	4,1
	Bueno	13	8,8	8,8	12,8
	Regular	54	36,5	36,5	49,3
	Malo	46	31,1	31,1	80,4
	Pésimo	29	19,6	19,6	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

**Figura 30**

¿Cómo considera usted la influencia del accionar del Partido Aprista Peruano en el desarrollo de la sociedad peruana?



En la pregunta 30 “¿Cómo considera usted la influencia del accionar del Partido Aprista Peruano en el desarrollo de la sociedad peruana?” 1,35% de los encuestados la considera excelente; el 8,78% la considera buena; mientras que el 36,49% la considera regular; el 31,08% la califica de mala y el 19,59% la considera pésima.

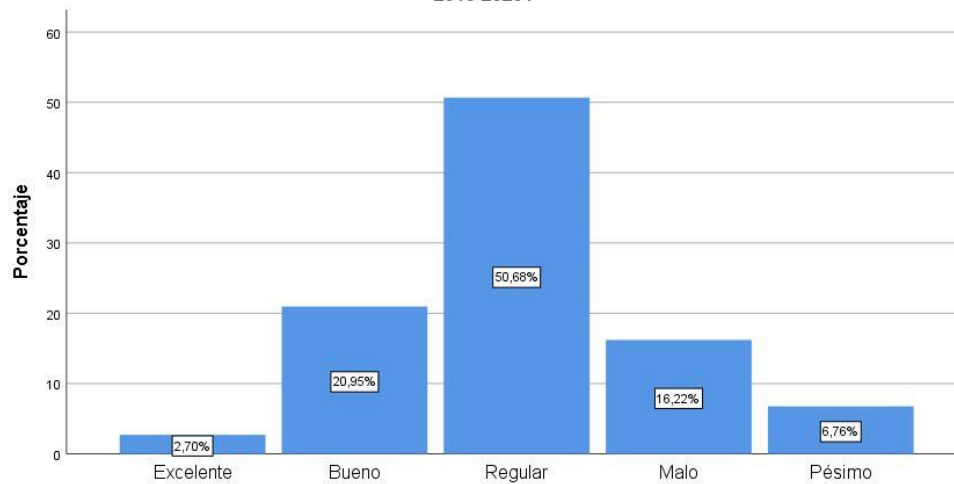
Tabla 39

**¿Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con los medios de comunicación entre los años 2016-2020?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	4	2,7	2,7	5,4
	Bueno	31	20,9	20,9	26,4
	Regular	75	50,7	50,7	77,0
	Malo	24	16,2	16,2	93,2
	Pésimo	10	6,8	6,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 31

**¿Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con los medios de comunicación entre los años 2016-2020?**



Con relación a la pregunta 31 “¿Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con los medios de comunicación entre los años 2016-2020?” Un 2,70% de los encuestados la considera excelente; el 20,95% la considera buena; mientras que el 50,68% la considera regular; el 16,22% la califica de mala y el 6,76% la considera pésima.

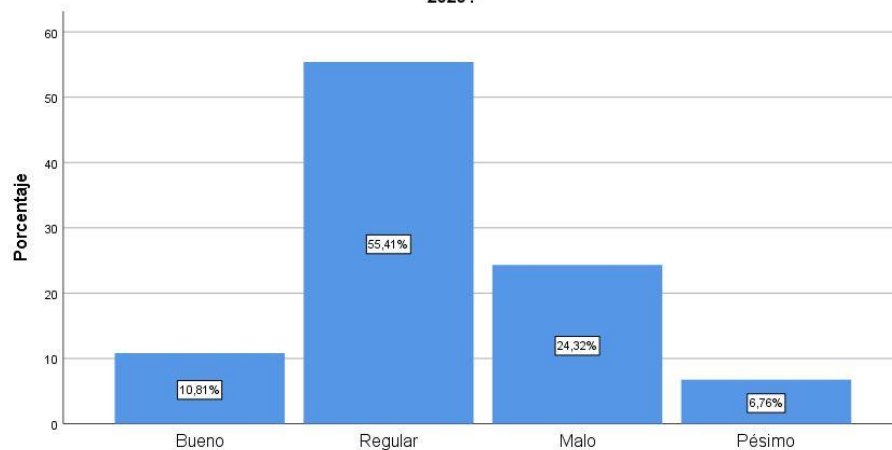
Tabla 40

**¿Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con otros partidos políticos entre los años 2016-2020?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	16	10,8	10,8	13,5
	Regular	82	55,4	55,4	68,9
	Malo	36	24,3	24,3	93,2
	Pésimo	10	6,8	6,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 32

**¿Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con otros partidos políticos entre los años 2016-2020?**

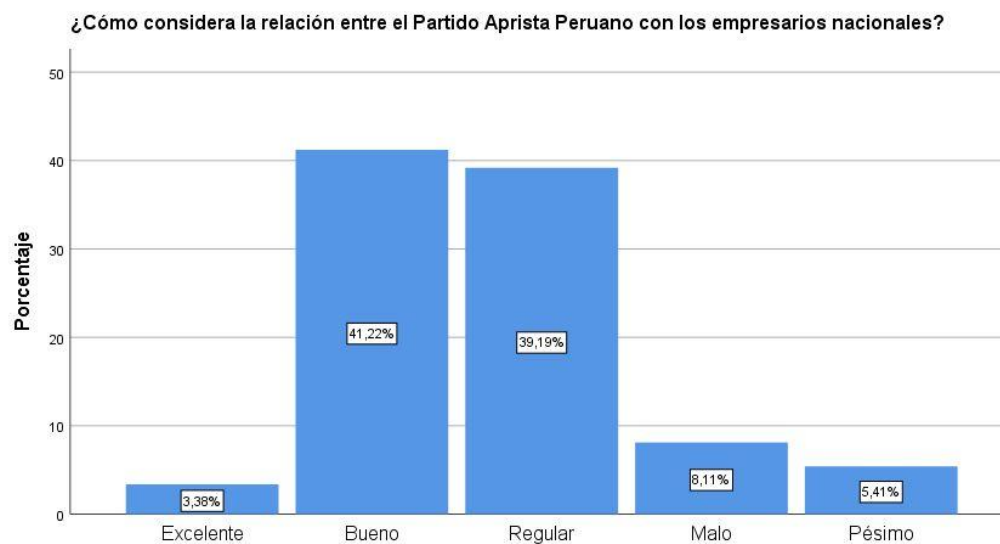


Con relación a la pregunta 32 “¿Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con otros partidos políticos entre los años 2016-2020?” Un 10,81% la considera buena; el 55,41% la considera regular; el 24,32% la califica de mala y el 6,76% la considera pésima.

Tabla 41

¿Cómo considera la relación entre el Partido Aprista Peruano con los empresarios nacionales?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	5	3,4	3,4	6,1
	Bueno	61	41,2	41,2	47,3
	Regular	58	39,2	39,2	86,5
	Malo	12	8,1	8,1	94,6
	Pésimo	8	5,4	5,4	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 33



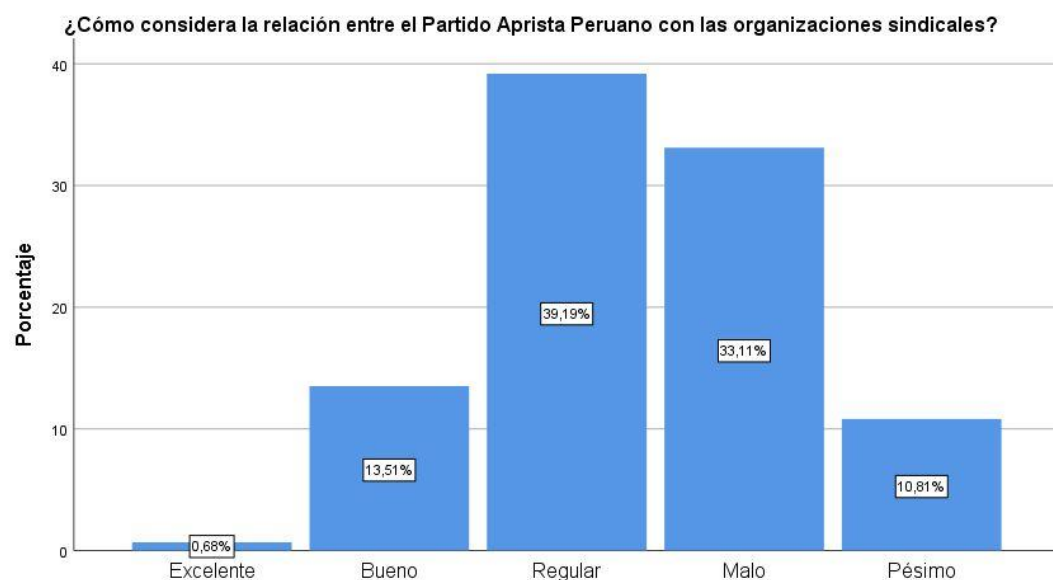
Sobre la pregunta 33 “¿Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con los empresarios nacionales?” Un 3,38% la califica de excelente; el 41,22% la considera buena; el 39,19% la considera regular; el 8,11% la califica de mala y el 5,41% la considera pésima.

Tabla 42

**¿Cómo considera la relación entre el Partido Aprista Peruano con las organizaciones sindicales?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	20	13,5	13,5	16,9
	Regular	58	39,2	39,2	56,1
	Malo	49	33,1	33,1	89,2
	Pésimo	16	10,8	10,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 34

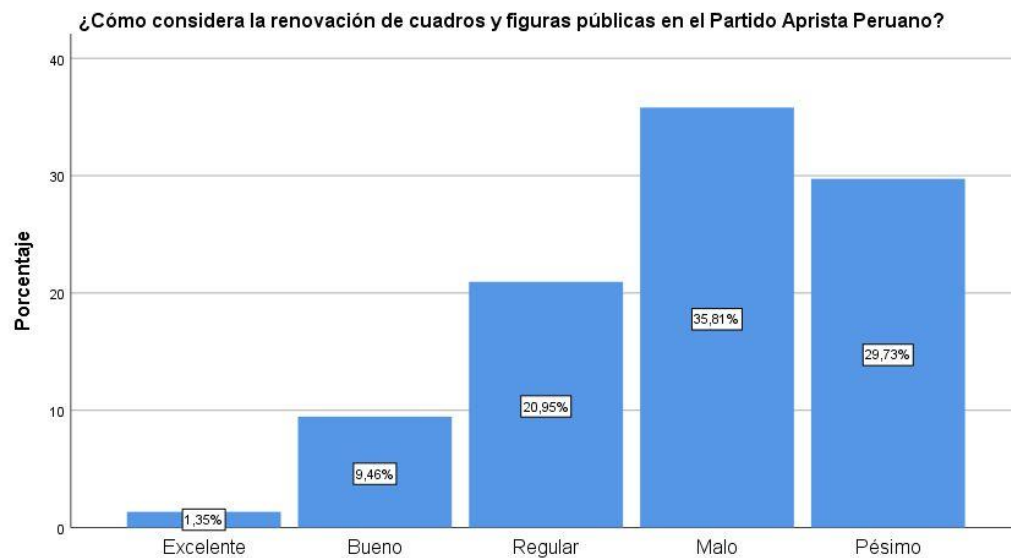


Sobre la pregunta 34 “¿Cómo considera la relación entre el Partido Aprista Peruano con las organizaciones sindicales?” El 0,68% de encuestados la califica de excelente; el 13,51% la considera buena; el 39,19% la considera regular; el 33,11% la califica de mala y el 10,81% la considera pésima.

Tabla 43

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	2	1,4	1,4	4,1
	Bueno	14	9,5	9,5	13,5
	Regular	31	20,9	20,9	34,5
	Malo	53	35,8	35,8	70,3
	Pésimo	44	29,7	29,7	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 35

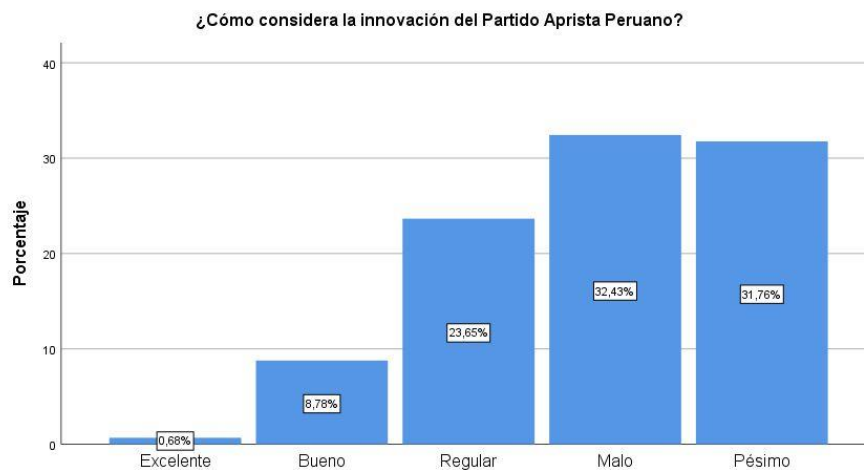


En la pregunta 35 “¿Cómo considera la renovación de cuadros y figuras públicas en el Partido Aprista Peruano?” El 1,35% de encuestados la califica de excelente; el 9,46% la considera buena; el 20,95% la considera regular; el 35,81% la califica de mala y el 29,73% la considera pésima.



**Tabla 44***Opinión sobre la innovación del Partido Aprista Peruano*

<b>¿Cómo considera la innovación del Partido Aprista Peruano?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	13	8,8	8,8	12,2
	Regular	35	23,6	23,6	35,8
	Malo	48	32,4	32,4	68,2
	Pésimo	47	31,8	31,8	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

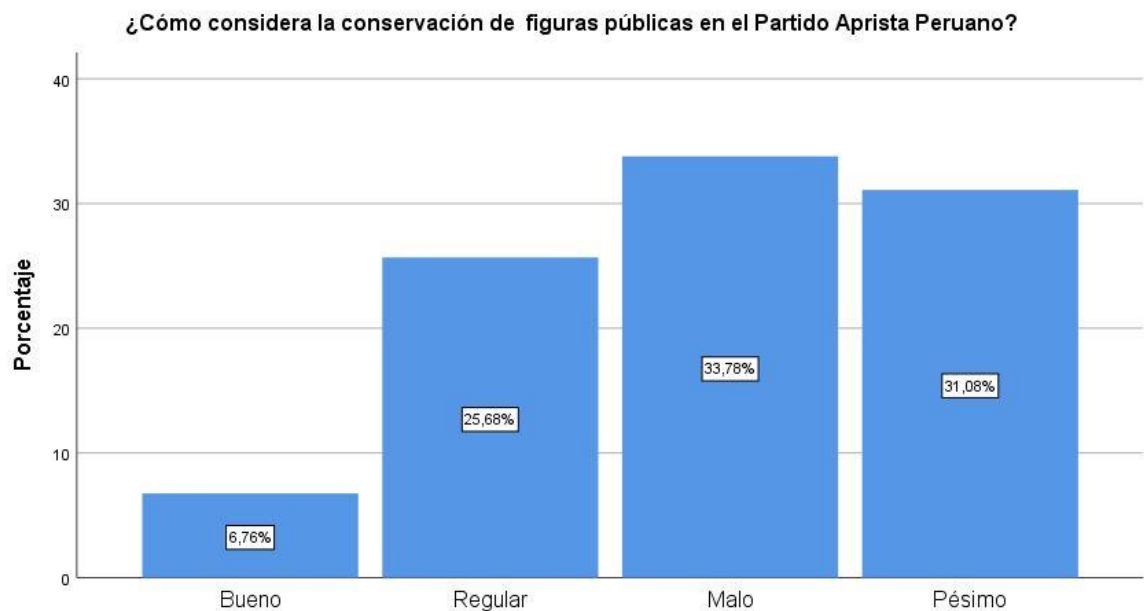
**Figura N°36***Opinión sobre la innovación del Partido Aprista Peruano*

En la pregunta 36 “¿Cómo considera la innovación del Partido Aprista Peruano?” El 0,68% de encuestados la califica de excelente; el 8,78% la considera buena; el 23,65% la considera regular; el 32,43% la califica de mala y el 31,76% la considera pésima.

Tabla 45

¿Cómo considera la conservación de figuras públicas en el Partido Aprista Peruano?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	10	6,8	6,8	9,5
	Regular	38	25,7	25,7	35,1
	Malo	50	33,8	33,8	68,9
	Pésimo	46	31,1	31,1	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 37



En la pregunta 37 “¿Cómo considera la conservación de figuras públicas en el Partido Aprista Peruano?” El 6,76% de encuestados la califica de buena; el 25,68% la considera regular; el 33,78% la califica de mala y el 31,08% la considera pésima. No hay cifras registradas como excelente.

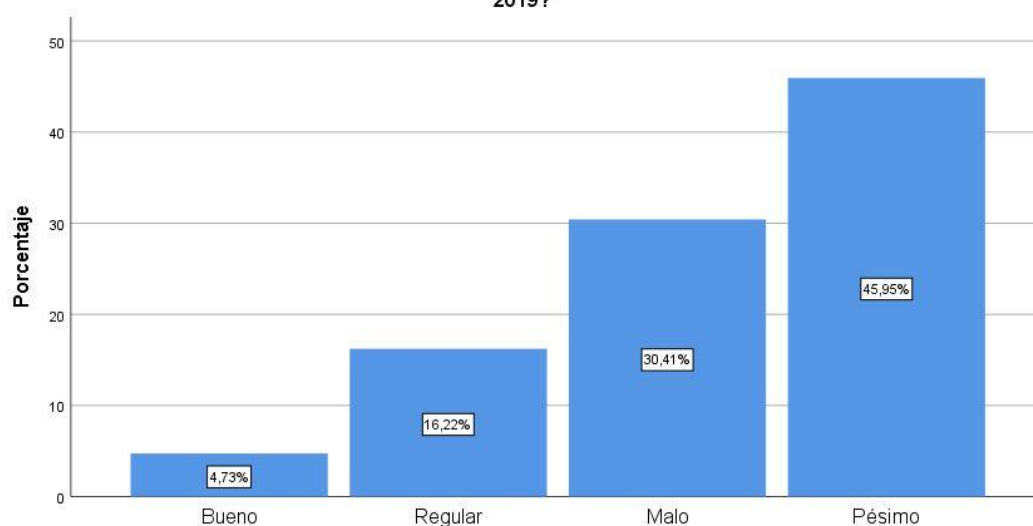
Tabla 46

**¿Cómo considera la conducta ética mostrada por el líder del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	7	4,7	4,7	7,4
	Regular	24	16,2	16,2	23,6
	Malo	45	30,4	30,4	54,1
	Pésimo	68	45,9	45,9	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 38

**¿Cómo considera la conducta ética mostrada por el líder del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019?**



En la pregunta 38 “¿Cómo considera la conducta ética mostrada por el líder del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019?” El 4,73% de encuestados la califica de buena; el 16,22% la considera regular; el 30,41% la califica de mala; mientras que el 45,95% la considera pésima. No hay resultados en la categoría excelente.

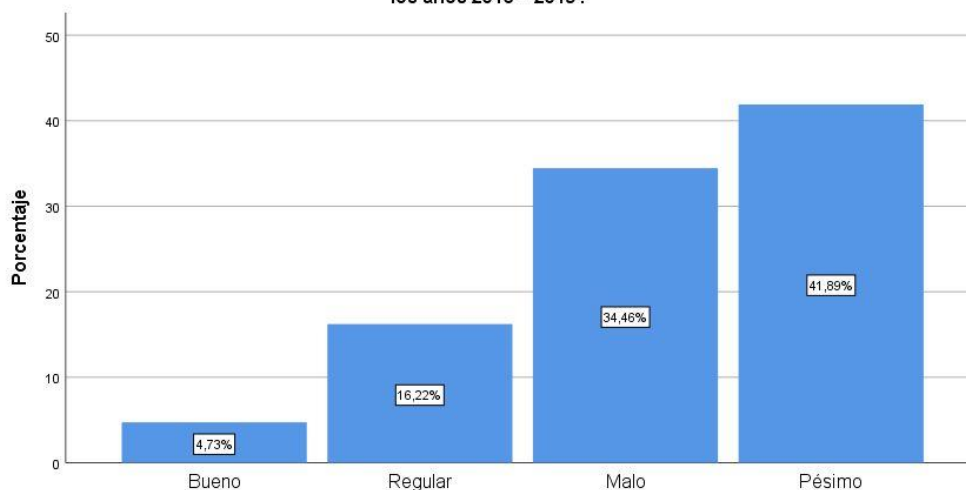
Tabla 47

**¿Cómo considera la conducta ética mostrada por los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	7	4,7	4,7	7,4
	Regular	24	16,2	16,2	23,6
	Malo	51	34,5	34,5	58,1
	Pésimo	62	41,9	41,9	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 39

¿Cómo considera la conducta ética mostrada por los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019?



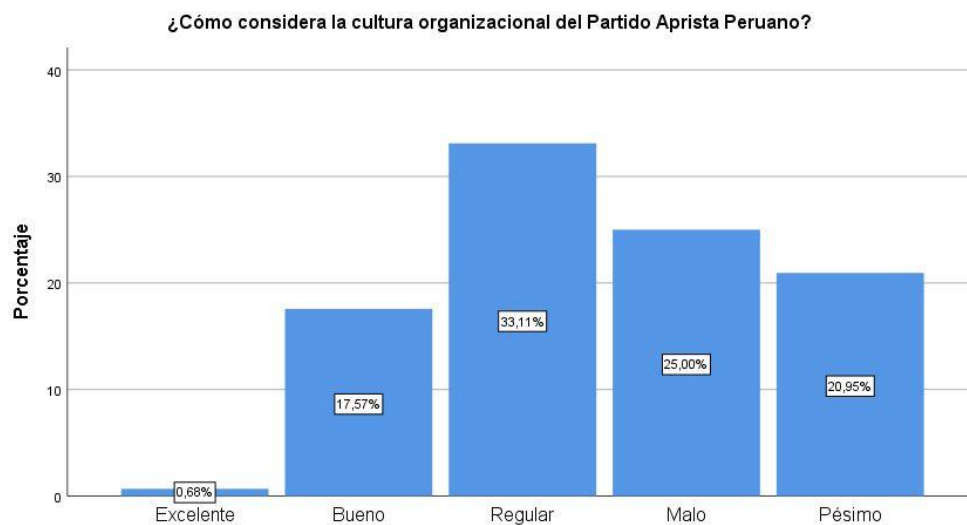
En la pregunta 39 “¿Cómo considera la conducta ética mostrada por los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019?” El 4,73% de encuestados la califica de buena; el 16,22% la considera regular; el 34,46% la califica de mala; mientras que el 41,89% la considera pésima. No existen respuestas que la consideren excelente.

Tabla 48

**¿Cómo considera la cultura organizacional del Partido Aprista Peruano?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	26	17,6	17,6	20,9
	Regular	49	33,1	33,1	54,1
	Malo	37	25,0	25,0	79,1
	Pésimo	31	20,9	20,9	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura N°40

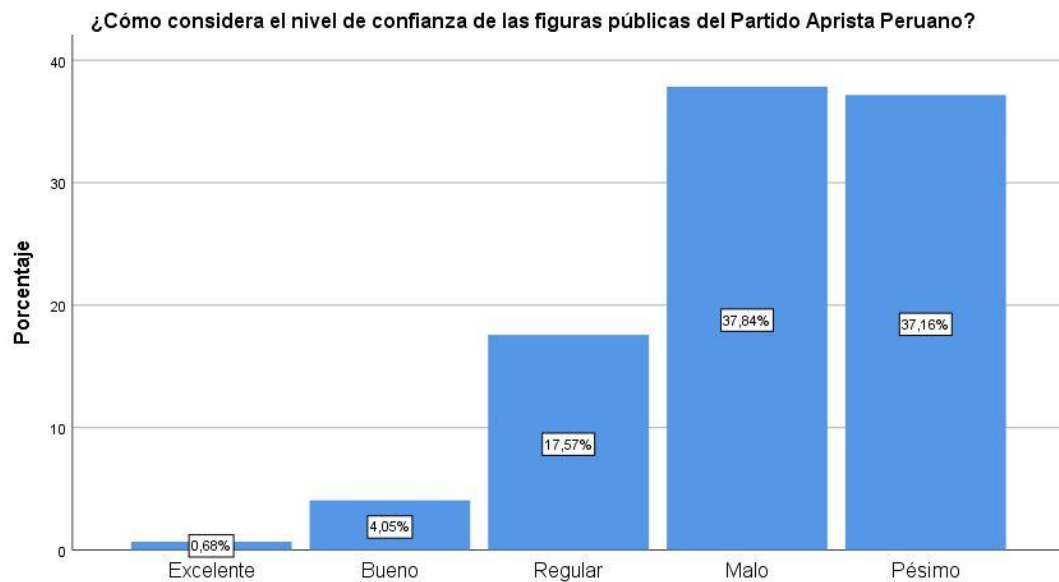


En la pregunta 40 “¿Cómo considera la cultura organizacional del Partido Aprista Peruano?” El 0,68% la considera excelente, el 4,73% la califica de buena; el 33,11% la considera regular; el 25,00% la califica de mala; y el 20,95% la considera pésima.

Tabla 49

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	6	4,1	4,1	7,4
	Regular	26	17,6	17,6	25,0
	Malo	56	37,8	37,8	62,8
	Pésimo	55	37,2	37,2	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 41

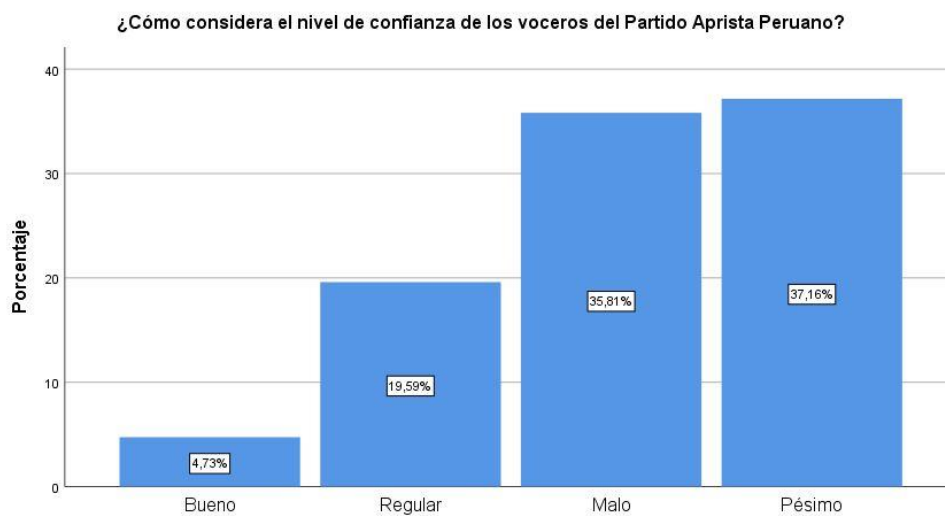


Sobre la pregunta 41 “¿Cómo considera el nivel de confianza de las figuras públicas del Partido Aprista Peruano?” El 0,6% lo considera excelente, el 4,05% lo califica de bueno; el 17,57% lo considera regular; el 37,84% lo califica de malo; y el 37,16% lo considera pésimo.

Tabla 50

¿Cómo considera el nivel de confianza de los voceros del Partido Aprista Peruano?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Bueno	7	4,7	4,7	7,4
	Regular	29	19,6	19,6	27,0
	Malo	53	35,8	35,8	62,8
	Pésimo	55	37,2	37,2	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 42

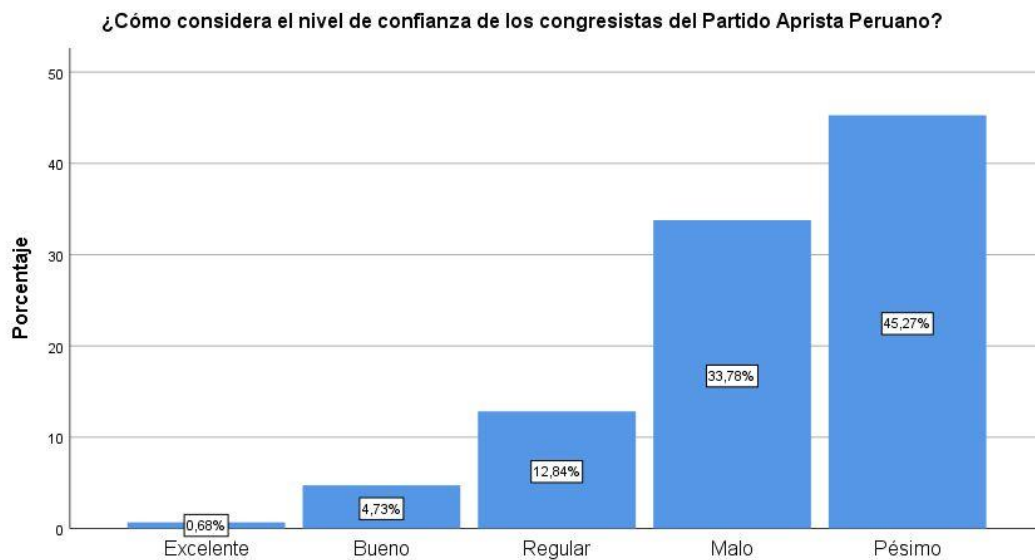


Sobre la pregunta 42 “¿Cómo considera el nivel de confianza de los voceros del Partido Aprista Peruano?” El 4,73% lo califica de bueno; el 19,59% lo considera regular; el 35,81% lo califica de malo; y el 37,16% lo considera pésimo. En este ítem no existen cifras que lo consideren excelente.

Tabla 51

¿Cómo considera el nivel de confianza de los congresistas del Partido Aprista Peruano?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	7	4,7	4,7	8,1
	Regular	19	12,8	12,8	20,9
	Malo	50	33,8	33,8	54,7
	Pésimo	67	45,3	45,3	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 43



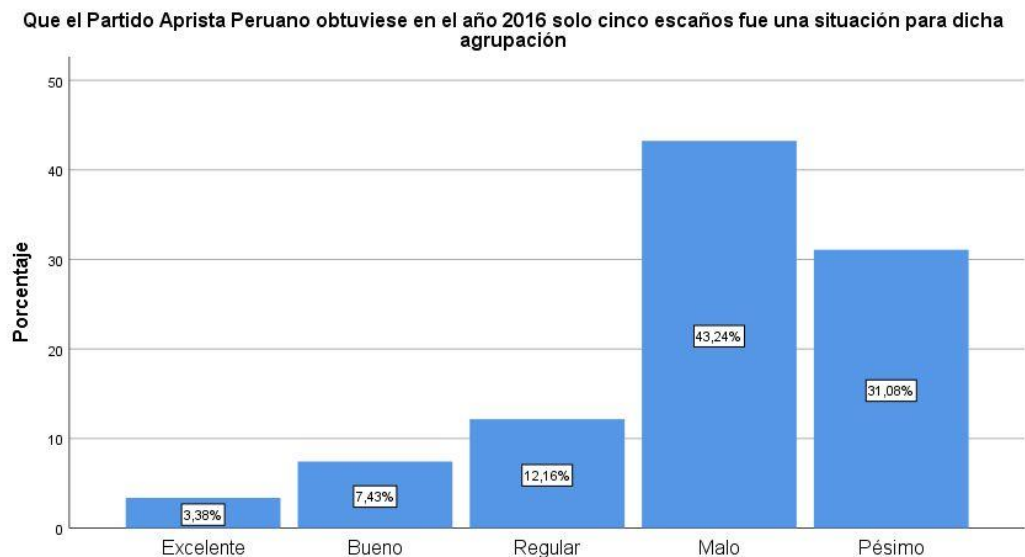
En la pregunta 43 “¿Cómo considera el nivel de confianza de los congresistas del Partido Aprista Peruano?” El 0,68% lo califica de excelente; el 4,73% lo considera bueno; el 12,84% lo considera regular; el 33,78% lo califica de malo; y el 45,27% lo considera pésimo.



Tabla 52

Que el Partido Aprista Peruano obtuviese en el año 2016 solo cinco escaños, fue una situación para dicha agrupación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	5	3,4	3,4	6,1
	Bueno	11	7,4	7,4	13,5
	Regular	18	12,2	12,2	25,7
	Malo	64	43,2	43,2	68,9
	Pésimo	46	31,1	31,1	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 44



En la pregunta 44 se plantea “Que el Partido Aprista Peruano obtuviese en el año 2016 solo cinco escaños fue una situación para dicha agrupación” Al respecto, un 3,38% la califica de excelente; el 7,43% la considera buena; el 12,16% la considera regular; el 43,24% la califica de mala; y el 31,09% la considera pésima.

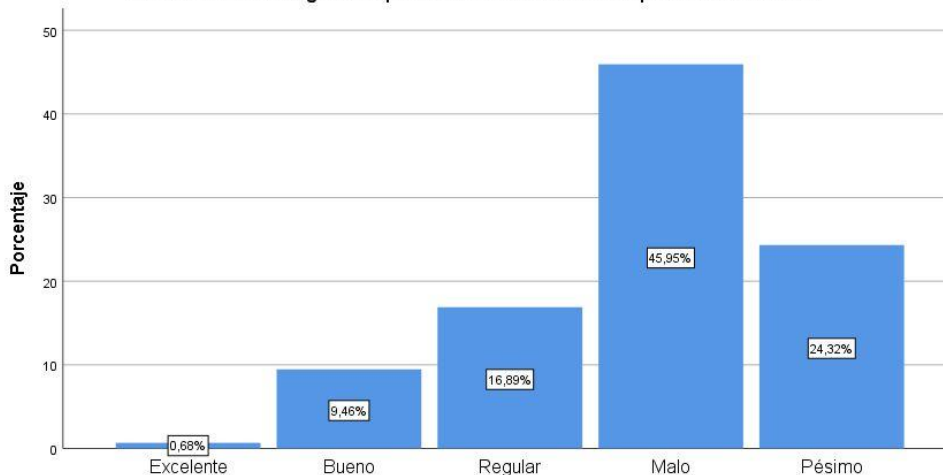
Tabla 53

**Tras el cierre del Congreso por parte de Martin Vizcarra, la dirigencia aprista aprobó la postulación del partido a las elecciones congresales para el año 2020. Considera que esta decisión fue:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Bueno	14	9,5	9,5	12,8
	Regular	25	16,9	16,9	29,7
	Malo	68	45,9	45,9	75,7
	Pésimo	36	24,3	24,3	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 45

Tras el cierre del Congreso por parte de Martin Vizcarra, la dirigencia aprista aprobó la postulación del partido a las elecciones congresales para el año 2020. Considera que esta decisión fue:



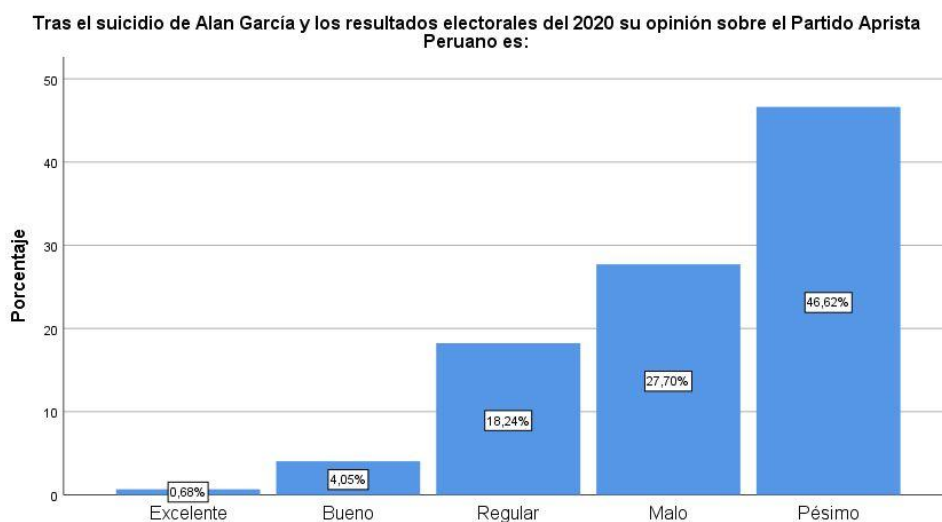
En la pregunta 45 “Tras el cierre del Congreso por parte de Martin Vizcarra, la dirigencia aprista aprobó la postulación del partido a las elecciones congresales para el año 2020. Considera que esta decisión fue:” el 0,68% la califica de excelente; el 9,46% la considera buena; el 16,89% la considera regular; el 45,95% la califica de mala; y el 24,32% la considera pésima.

Tabla 54

**Tras el suicidio de Alan García y los resultados electorales del 2020 su opinión sobre el Partido Aprista Peruano es:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0	4	2,7	2,7	2,7
	Excelente	1	,7	,7	3,4
	Buena	6	4,1	4,1	7,4
	Regular	27	18,2	18,2	25,7
	Mala	41	27,7	27,7	53,4
	Pésima	69	46,6	46,6	100,0
	Total	148	100,0	100,0	

Figura 46



Referente a la pregunta 46 “Tras el suicidio de Alan García y los resultados electorales del 2020 su opinión sobre el Partido Aprista Peruano es:” la opinión del 0,68% de encuestados es excelente; el 4,05% señala que es buena; el 18,24% tiene una opinión regular; la del 27,70% es mala; y la del 46,62% es una opinión pésima.

#### ***4.1.3. Descripción e interpretación de las entrevistas***

Las entrevistas realizadas a militantes y exmilitantes, reflejan una mirada respecto a la acción de los voceros y líderes del partido aprista, entre los años 2016 y 2020.

Existe una coincidencia en señalar que la figura de Alan García Pérez, expresidente del Perú y principal dirigente del Partido Aprista Peruano durante el período de estudio, influyeron notablemente en la imagen de la agrupación política, tanto por sus acciones como por su presencia en el espacio mediático.

Ricardo Pinedo, militante aprista y exasistente personal de Alan García lo resume de la siguiente forma:

“Es el tema de los liderazgos fuertes, todo mundo voltea a ver que dice el líder, y eso tiene sus pros y sus contras, porque te genera un partido flojo, los comités provinciales ya no actúan porque están esperando qué dice el líder (...) pero ese es el pago que se da en los partidos que tienen un liderazgo tan imponente como el de Alan García”

Luis Jiménez Borra, exmilitante y exsecretario general de Juventudes, lo define así:

“El líder natural era él (...) Una de las causas por las que me voy del Apra era porque no había forma de hacer algo diferente a lo que él quería y porque él no aceptaba a nadie que no sea súper condescendiente con lo que él pensaba. Pasó con Lucho Alva cuando él empuja la candidatura de Fujimori, sobre la del partido, yo creo que la diferencia la hace Alan (García) apoyando a Fujimori. Y luego pasa con Jorge Del Castillo que empieza a tener protagonismo, los compañeros empezaron a decir “Jorge presidente” y eso le pasaría factura después y luego pasó con Enrique Cornejo cuando queda segundo en la elección de la alcaldía de Lima frente al apoyo de García a Luis Castañeda (...) no había posibilidad de que alguien enfrente a García. Es muy difícil”.

Ese liderazgo también le pasaría factura, según las declaraciones, cuando en los últimos años los medios de comunicación y los líderes de los partidos opositores al Apra especulaban de una alianza con el fujimorismo.

Luis Salgado, exmilitante, exsecretario del Comando Universitario Aprista (CUA) y ex secretario de Relaciones Internacionales del Partido Aprista Peruano considera:

“En el 2009 hay una cercanía extraña de los congresistas incondicionales de Alan García con el fujimorismo y en un sector de la militancia hay una mirada de claudicación y de que se arriaron las banderas del aprismo. Eso sumado a las pruebas de la fiscalía en varios casos de corrupción años después, fueron desvaneciendo los principios de presunción de inocencia”.

Otro aspecto que define el liderazgo y permite el desarrollo de la figura de liderazgo de Alan García y las acciones mediáticas de otros voceros y congresistas del partido es el que resumen varios entrevistados: La “mística” de pertenecer al Partido Aprista Peruano.

Los militantes y exmilitantes entrevistados aseguran haber llegado al partido por la cercanía familiar: abuelos, padres y hermanos mayores que formaron parte del Partido Aprista Peruano e incluso hay acercamientos al partido, en la década de los 60 o 70 de manera subrepticia.

Villanueva (1975) citado por Manrique (2009) señala:

“Para los apristas de la “vieja guardia”, el aprismo no constituye una doctrina política-social; para ellos es solamente una fe. El aprista no piensa, solamente siente; su actitud es meramente sentimental y emotiva, de ningún modo intelectual ni consciente. Rinde culto al “jefe” y lo sigue sin importarle mucho ni poco hacia donde se dirige. Haya de la Torre parece que más se preocupó de inculcar a sus partidarios una mística, una fe, en vez de una ideología. Y hay que convenir en que acertó, de lo contrario ya nadie estaría a su lado (Villanueva 1975: 18)”.

Por ello Manrique considera que la mística aprista se basa más en factores

afectivos que “en un conocimiento de la doctrina”.

Todas estas apreciaciones suman a la idea de la influencia sobre los resultados electorales del Partido Aprista Peruano en el año 2020. Los entrevistados consideran que sí hubo una serie de factores que determinaron esta situación. Factores que pasan por un desgaste del liderazgo, la ausencia de éste tras la muerte de Alan García, las denuncias de corrupción tanto a él como a otros integrantes del partido y que terminaron por desvirtuar la imagen del partido entre los mismos militantes y los simpatizantes que podrían haber votado por los candidatos de este partido.

#### 4.2 Contrastación de hipótesis

En este apartado se procede a contrastar las hipótesis, tanto la general como las específicas, con la aplicación del test de Rho de Spearman, con el cual se procederá a rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) cuando sig (bilateral) es menor a 0,05 en caso contrario se rechaza la hipótesis alterna, es decir la principal de la investigación.

Previo a ellos se aplicará la prueba de normalidad, con la aplicación de la prueba Kolmogorov – Smirnov, debido a que la muestra para la realización de la encuesta es de 148 encuestados.

**Tabla 55**

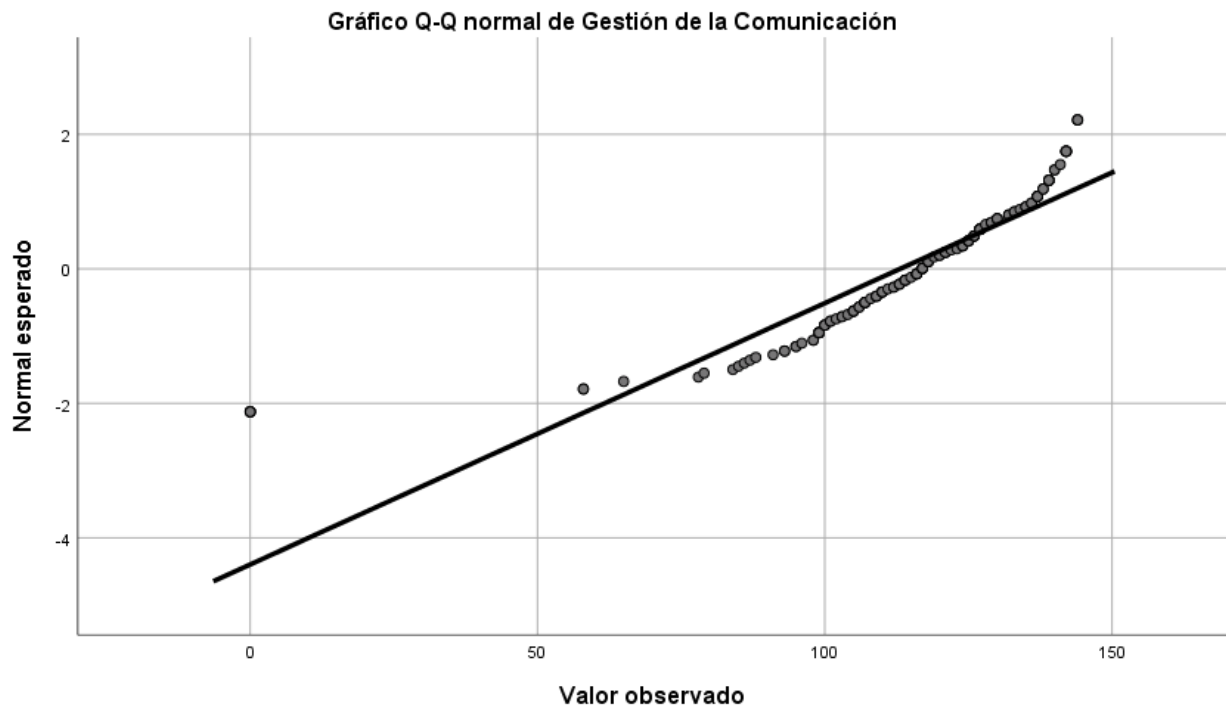
*Prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de la Comunicación	,143	148	,000
Reputación	,136	148	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

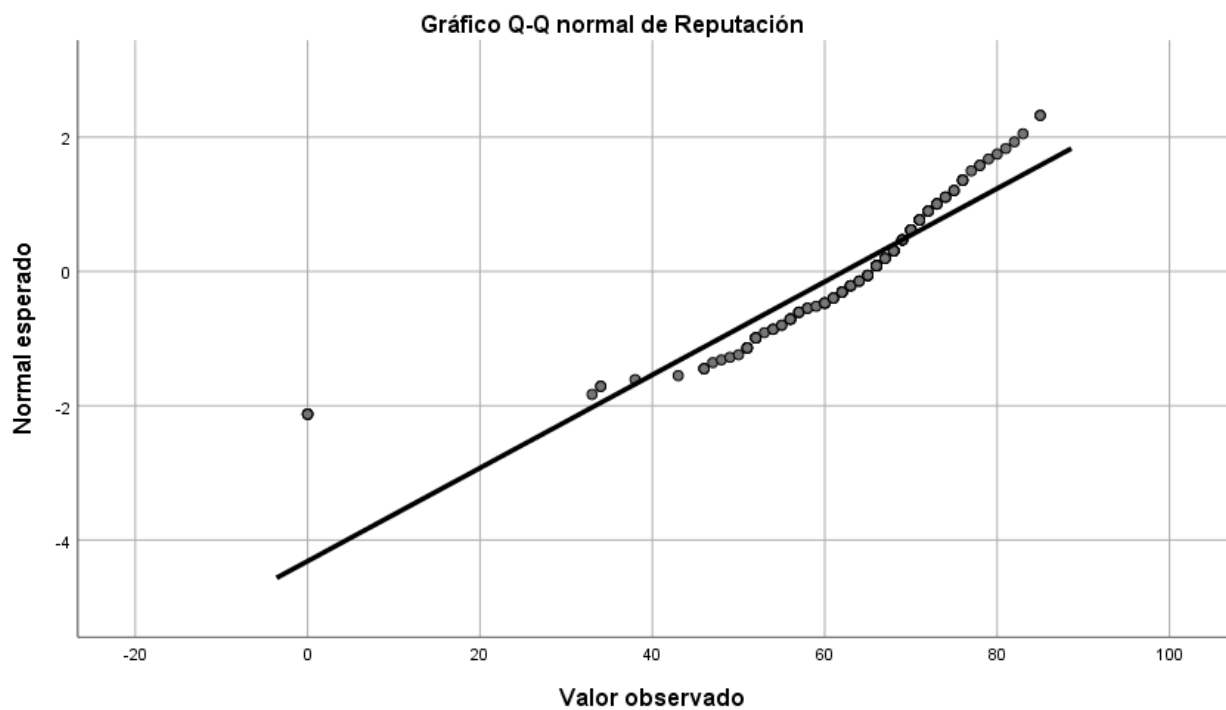
**Figura 47**

*Normalidad de la variable Gestión de la Comunicación*



**Figura 48**

*Normalidad de la variable Reputación*



Tras la aplicación de la prueba Kolmogorov – Smirnov de las variables Gestión de la Comunicación y Reputación, se observa un resultado menor a 0.05, que se interpreta como un comportamiento no normal de la muestra. Por ello, se aplica el estadístico no paramétrico Rho de Spearman, con la que se podrá evaluar su coeficiente de correlación.

**Hipótesis general:**

H1: La gestión de la comunicación se relaciona directamente con la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020.

H0: La gestión de la comunicación no se relaciona directamente con la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020.

**Tabla 56**

*Correlación de la hipótesis general*

		Total_variable1	Total_variable2
Rho de Spearman	Variable 1: Gestión de la Comunicación	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,839**
		N	148
Variable 2: Reputación		Coeficiente de correlación	,839**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	148

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al haber aplicado el test de Rho de Spearman, descartamos la hipótesis nula al haber alcanzado 0,01 en el valor sig. Con ello se puede dar como válida la hipótesis general que señala: La gestión de la comunicación se relaciona directamente con la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020, toda vez que existe correlación entre las variables.



### Hipótesis específicas

**H.E.1.** Existe una relación entre las acciones políticas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

**Tabla 57**

*Correlación de la Hipótesis Específica 1*

			DIMENSION1_V 1	DIMENSION1_V 2
Rho de Spearman	DIMENSION1_VARIABLE1	Coefficiente de correlación	1,000	,806**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	148	148
	DIMENSION1_VARIABLE2	Coefficiente de correlación	,806**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El valor de la significancia de la hipótesis específica 1 es inferior a 0.05 lo cual demuestra existencia de correlación. Se muestra también que la correlación es 0.806 considerada alta. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que confirma la relación entre las acciones políticas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 (Dimensión 1 de la Variable 1) con las cualidades de una organización con reputación (Dimensión 1 de la Variable 2).

**H.E.2.** Existe una relación entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

**Tabla 58**

*Correlación de la Hipótesis Específica 2*

			DIMENSION2_V ARIABLE1	DIMENSION1_V ARIABLE2
Rho de Spearman	DIMENSION2_VARIABLE1	Coefficiente de correlación	1,000	,722**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	148	148
	DIMENSION1_VARIABLE2	Coefficiente de correlación	,722**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El valor de la significancia de la hipótesis específica 2 es inferior a 0.05 lo cual demuestra existencia de correlación. Se muestra también que la correlación es 0.722 considerada alta. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que confirma la relación entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 (Dimensión 2 de la variable 1) con las cualidades de una organización con reputación (Dimensión 1 de la variable 2).

**H.E.3.** Existe una relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.

**Tabla 59**

*Correlación de la Hipótesis Específica 3*

			DIMENSION3_V ARIABLE1	DIMENSION1_V ARIABLE2
Rho de Spearman	DIMENSION3_VARIABLE1	Coefficiente de correlación	1,000	,750**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	148	148
	DIMENSION1_VARIABLE2	Coefficiente de correlación	,750**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El valor de la significancia de la hipótesis específica 3 es inferior a 0.05 lo cual demuestra existencia de correlación. Se muestra también que la correlación es 0.750 considerada alta. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que confirma la relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 (Dimensión 2 de la variable 1) con las cualidades de una organización con reputación (Dimensión 1 de la variable 2).

**H.E.4** Existe una relación entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con los pilares de la reputación.

**Tabla 60**  
*Correlación de la Hipótesis Específica 4*

		TOTAL_VARIAB LE1	DIMENSION2_V ARIABLE2	
Rho de Spearman	TOTAL_VARIABLE1	Coeficiente de correlación	,779**	
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	148	
	DIMENSION2_VARIABLE2	Coeficiente de correlación	,779**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	148	148

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

□

El valor de la significancia de la hipótesis específica 4 es inferior a 0.05 lo cual demuestra existencia de correlación. Se muestra también que la correlación es 0.779 considerada alta. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que confirma la relación entre la Gestión de la Comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 (Variable 1) con los pilares de la reputación (Dimensión 2 de la variable 2).

## **CAPÍTULO 5**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

En la presente investigación, se aporta evidencia en favor de la hipótesis general, que establece una relación directa entre la gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020.

De esta forma -cuantitativamente- se establece una correlación donde el valor de significancia de la hipótesis general ha sido inferior a 0.05.

La correlación nos indica un 0.834 de positiva alta, con lo cual se dispone que las tres dimensiones de la Gestión de la Comunicación (acciones políticas, comunicación externa y comunicación interna) se relacionan con la reputación (cualidades de una organización con reputación y pilares de la reputación).

Dicho esto, se procede a rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general que señala la existencia de una relación entre ambas variables: La gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano en los años 2016-2020.

Esta hipótesis se corrobora con los trabajos de Ramírez (2015), Gamarra y Vera (2015). Ramírez coincide en señalar que la gestión de la comunicación aporta al éxito del proyecto estudiado y permite fortalecer la implementación y réplica del proyecto en otras instituciones similares con la inclusión de un plan de comunicación en la gestión total del trabajo.

Gamarra y Vera señalan, que la gestión de la comunicación en el ámbito político contribuye a la construcción y consolidación de la identidad de cualquier organización política, generando que ésta trascienda y perdure en el tiempo.

Con relación a la hipótesis específica 1, la contrastación de datos nos demuestra que existe una correlación entre las variables planteadas. La correlación es de 0.806 considerada alta. Por ello, se comprueba la correlación entre la dimensión 1 de la variable 1 denominada “acciones políticas” con la dimensión 1 de la variable 2 “cualidades de una organización con reputación”.

Al respecto, Rivadeneyra (2018) recuerda la importancia de una comunicación horizontal, sin embargo, a pesar de los intentos para desarrollarla “aún prima la comunicación vertical, en la que la escucha activa no es su principal característica”. Aquí considera que esta disposición escasa de los altos mandos para escuchar a los colaboradores, genera “insatisfacción, desconfianza y temor hacia ellos y la empresa”. Esto, trasladado a la organización política, refiere la necesidad de que los dirigentes puedan escuchar a su militancia y generar los espacios de comunicación donde se puedan expresar inquietudes y sugerencias.

Sobre la hipótesis específica 2, los resultados arrojan que el valor de significancia es inferior a 0.05 lo cual demuestra la existencia de una correlación considerada alta, al alcanzar un valor de 0.722. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que confirma la relación entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 (Dimensión 2 de la variable 1) con las cualidades de una organización con reputación (Dimensión 1 de la variable 2).

Sobre esto, Sotillo (2017) recupera información valiosa sobre el papel del Dircom junto al CEO de la empresa, como miembros del entorno que toma decisiones críticas respecto a la organización y otras empresas y proyectan su experiencia como “sujetos activos del entorno empresarial” generando impactos sobre la reputación. De igual forma funciona el papel del Dircom y/o de la oficina de comunicaciones en una organización política, para unificar mensajes y tomar decisiones importantes en materia de comunicación de la organización.

Es decir, el trabajo profesional de la gestión de la comunicación incide, basada en el buen trato y la relación con los públicos, en este caso, simpatizantes y electores, puede tener un impacto sobre la reputación.

Aquí también hay que rescatar la investigación de Yaguache, Paladines y Galarza (2015) donde se concluye que las primeras líneas de acción gestionadas en los departamentos de comunicación de las organizaciones ecuatorianas son: comunicación digital/medios sociales (22.4%), actividades de relaciones públicas (20.30%) y marketing (17.10%).

En la hipótesis específica 3 existe un valor de la significancia inferior a 0.05 lo cual demuestra existencia de correlación con un índice de 0.750 considerada alta. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que confirma la relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 (Dimensión 3 de la variable 1) con las cualidades de una organización con reputación (Dimensión 1 de la variable 2).

Aquí retomamos la investigación de Yaguache y otros donde existe una línea de acción priorizada en la gestión de la comunicación de las organizaciones, se trata de la comunicación interna que aparece en tercer lugar (19.10%) por encima del marketing y después de la comunicación digital y las acciones de relaciones públicas.

Por su parte Sotillo considera, que la reputación del CEO tiene una gran influencia, positiva o negativa sobre la reputación de la empresa, por lo cual se debe considerar su gestión y los efectos que ésta pueda tener.

Finalmente, el valor de significancia de la hipótesis específica 4 es inferior a 0.05 lo cual demuestra existencia de correlación con un índice de 0.779 considerada alta. En consecuencia, se acepta la hipótesis específica que confirma la relación entre la Gestión de la Comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 (Variable 1) con los pilares de la reputación (Dimensión 2 de la variable 2).

Aquí le damos presencia a la teoría de Ferruz (2018) que le da un alto valor para la reputación a la relación de la organización con los públicos considerándolos “parte inequívoca de la ecuación reputacional en tanto que es necesario su reconocimiento para que la reputación ‘surta efecto’”

También retomamos a Gamarra y Vera, quienes. consideran que el trabajo profesional de la comunicación en una organización “crea espacios de comunicación para escuchar a su audiencia y de esta manera planear la ruta de acción de la empresa y/u organización política.”

## CAPÍTULO 6

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

##### **Conclusión 1**

Las acciones políticas, la comunicación externa y la comunicación interna (como dimensiones de la variable Gestión de la Comunicación) son vistas de forma deficiente en la mayoría de encuestados en la muestra. Esto incide en la construcción de la reputación que redundo en porcentajes altos en lo “malo” y “pésimo” en las cualidades de una organización con reputación y pilares de la reputación (dimensiones de la variable Reputación).

##### **Conclusión 2**

Existe una percepción entre mala y pésima sobre la actuación de los voceros, líderes y congresistas del Partido Aprista Peruano durante los años de estudio y estas inciden en la reputación construida de la organización.

##### **Conclusión 3**

Hay una percepción mala y pésima sobre las acciones de comunicación de los voceros, líderes y congresistas respecto al poco manejo de comunicación digital. Esto genera porcentajes negativos en la calidad de los productos y servicios y la relación con los *stakeholders*.

##### **Conclusión 4**

Existe una relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación. El partido mantiene una relación regular con sus militantes, simpatizantes y electores lo cual influye en su reputación.

## **Conclusión 5**

Resultados negativos en la gestión de la comunicación generan resultados negativos en la reputación y por ende en los resultados electorales del año 2020. Con ello se confirma que ante una negativa gestión de la comunicación se incide también de forma negativa en los pilares de la reputación.

## **6.2. Recomendaciones**

### **Recomendación 1**

Se recomienda un fortalecimiento de la gestión de la comunicación, a partir del trabajo de profesionales del sector, la definición de un adecuado equipo de comunicaciones que trabaje la elaboración de un plan de comunicación a mediano y largo plazo que le permita incidir en los factores que pueden mejorar su reputación y por ende la posibilidad de obtener mejores resultados electorales.

### **Recomendación 2**

Las acciones políticas del Partido Aprista Peruano deben darse mediante una renovación de voceros -que debe estar incluida en la propuesta del plan de comunicaciones- además de generar un relanzamiento de la web y las redes sociales del partido, toda vez que existe una percepción negativa o un desconocimiento de dichas herramientas por parte de los públicos interno y externo.

### **Recomendación 3**

En la relación con los *stakeholders* se debe insistir con la renovación de voceros y relanzamiento de redes sociales y unificar los mensajes basados en la concertación y la democracia partidaria y política.

### **Recomendación 4**

El relanzamiento de un plan de comunicaciones debe estipular acciones vinculadas al fortalecimiento del público interno del partido, es decir sus militantes en primer lugar. Ante la ausencia de un liderazgo claro, debe promoverse la ejecución de acciones que fortalezcan la pertenencia y participación activa de los militantes. Luego de ello se podrá plantear estrategias para atraer y cautivar a nuevos partidarios.



**Recomendación 5**

Al momento de la presentación de esta tesis, el Partido Aprista Peruano se encuentra en proceso de recuperar su inscripción en el Registro de Organizaciones Políticas (ROP) del Jurado Nacional de Elecciones. Por ello, de la mano con la recomendación 4 se propone una campaña de comunicación que permita recuperar la confianza de los públicos promoviendo una renovación de voceros que permita incidir en el alcance de mejores resultados en los próximos procesos electorales.

## Referencias Bibliográficas

- Agencia Andina (2021). Elecciones 2021: Apra retira candidatura presidencial de Nidia Vílchez (15 de enero de 2021). <https://andina.pe/agencia/noticia-elecciones-2021-apra-retira-candidatura-presidencial-nidia-vilchez-830046.aspx>
- Aguirre, C. (2009). Luces y sombras en la historia del APRA. *Histórica*, 33(2), 159-164. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/historica/article/view/15>
- Albala, A. (2020). Partidos políticos y movimientos sociales en América Latina (2011-2016): un análisis configuracional. *Perfiles latinoamericanos*, 28(55), 27-54. <https://doi.org/10.18504/pl2855-002-2020>
- Albala, A., Vieira, S, (2014). ¿Crisis de los partidos en América latina? El papel de los partidos políticos latinoamericanos en el escenario reciente. *Política*, 52(1),145-170. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=645/64532006006>
- Alcócer, D. (2013). *De La Escuela De Frankfurt A La Recepción Activa* | Frankfurt School To Active Reception. *Razón y Palabra*, 17(1\_82), 228–245. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/633>
- Antolín, J. (2017) La comunicación estratégica (STRATCOM) en las organizaciones internacionales. *Documentos de Seguridad y Defensa* 72. *La Comunicación Estratégica*, Ministerio de Defensa, Madrid, España.
- Argenti, P. (2014) *Comunicación Estratégica y su contribución a la reputación*, Madrid, España. Lid Editorial.
- Arráez, R. B., Benlloch Osuna, M. T., & Peris, G. S. (2014). Análisis de la gestión de la comunicación en los sectores industriales tradicionales valencianos. *Doxa Comunicación*, 18, 55–82. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n18a3>
- Barrantes, P.; Chávez G.; y Romero, C. (2014) *Gestión de la Comunicación como herramienta clave para un proceso de cambio generacional exitoso en empresas familiares: Lineamientos generales*. (Tesis de posgrado) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/566984>
- Bastidas, N. (2016) *Comunicación Estratégica para organizaciones políticas: ¿Cómo se comunican los partidos en época no electoral?* (Tesis de pregrado) Pontificia Universidad Católica del Perú.

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7115>

Bergel, M. (2013). Los "intelectuales menores" en la génesis del Partido Aprista Peruano. *Revista Prismas*, 17, pp. 193-198

[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1852-04992013000200008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-04992013000200008&lng=es&tlng=es).

Bobadilla, P. (2016). Las Relaciones Públicas y la gestión de la comunicación. Caso del Instituto del Mar del Perú (IMARPE). *Correspondencias & Análisis*, (6), 63-77. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.04>

Bourricaud, F. (1989) Poder y sociedad en el Perú. Nueva edición [en línea]. Lima: Institut français d'études andines, <http://books.openedition.org/ifea/1855>

Cirigliano, C. (2004). Gestión de la comunicación interna en las organizaciones. <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-comunicacion-interna-en-las-organizaciones/>

Comisión de la Verdad y Reconciliación (2003) *Informe Final*. <http://www.derechos.org/nizkor/peru/libros/cv/iii/22.html>

Contreras, O., Garibay N. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43-70. <https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>

Costa, C., Túñez-López, J.-M., & Míguez-González, M.-I. (2020). Gestión de la comunicación en la Pequeña y Mediana Empresa. Potencial estratégico, filosofía y tendencias. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(3), 927–938. <https://doi.org/10.5209/esmp.66244>

Dávila, G: (2006) El Razonamiento Inductivo y Deductivo dentro del Proceso Investigativo en Ciencias Experimentales y Sociales. *Laurus*, 12 (Ext),180-205. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76109911>

De la Puente, M. (1). *La estrategia comunicacional y la traducción de lo verbal a lo visual*. *Question*, 1(12). <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/261>

Díaz, R (2019) “*La imagen corporativa y su relación con la reputación corporativa de la empresa prestadora de servicios Emapat S.A. Madre de Dios 2018*”. (Tesis de Maestría), Universidad San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/5938>

- Diez, M.; Campos, E.; y Calvo, D. (2019) La transparencia de los partidos políticos como estrategia electoral. Una evaluación de sus promesas y sus páginas web. *Revista Trípodos*. Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna de la Universidad Ramon Llull., Barcelona, España.
- ESAN (2018) Comunicación interna y externa ¿en qué se diferencian?. Conexión ESAN. (18 de enero de 2018) <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/comunicacion-interna-y-externa-en-que-se-diferencian>
- Fernández, S. (2007). *Como gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas*. Madrid, España. [https://books.google.com.pe/books?id=NHxrQbpfHpQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=NHxrQbpfHpQC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Ferrero, R. (1945). Los Partidos Políticos. *Derecho PUCP*, (2), 13-19.
- Ferruz, S. (2017). *Reputación corporativa. Estudio del concepto y las metodologías para su medición: propuesta de un concepto y metodología de consenso*. (Tesis de doctorado) Universidad Complutense de Madrid, España. <https://eprints.ucm.es/47772/1/T39956.pdf>
- Galeano, E. (1988). *Modelos de comunicación. Desde los esquemas de “Estímulo Respuesta” a la Comunicación Contingente*. Buenos Aires, Argentina. Ediciones Macchi.
- Gamarra, A y Vera, M (2015) *Aplicación del modelo DIRCOM propuesto por Joan Costa en la Dirección y Gestión Estratégica de la Comunicación en Campañas Políticas Municipales del Perú. Caso: Susana Villarán*. (Tesis de Maestría). UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/575497>
- Garrido-Lecca, V. (2017). *El RCP de la imagen. Reputación, crisis y prevención*. (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres. <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3013>
- Guisasola, M. (2006) *La Comunicación en la estrategia empresarial*. Artículo en *Comunicación Estratégica para las organizaciones*. Ciespal. Quito, Ecuador.
- Infoamérica. Unesco. (Sin fecha) *David Kenneth Berlo (1929-1996)* Colección: Perfiles biográficos y académicos. Marcos epistemológicos y teóricos de la investigación en Comunicación. <https://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>

- Instituto Español de Estudios Estratégicos (2017) *Documentos de Seguridad y Defensa 72. La Comunicación Estratégica*. Ministerio de Defensa, Madrid, España.
- Jurado Nacional de Elecciones (2022) Padrón Electoral [https://portal.jne.gob.pe/portal\\_documentos/files/b9530228-3daf-43c0-af8c-1ad4154e48a1.pdf](https://portal.jne.gob.pe/portal_documentos/files/b9530228-3daf-43c0-af8c-1ad4154e48a1.pdf)
- Klaiber, J. (1978). *El APRA: Religión y legitimidad popular, 1923-1945*. Apuntes. Revista De Ciencias Sociales.
- Larrondo, A (2016) Comunicación organizacional ante el reto de la estrategia multiplataforma y 2.0: la experiencia de los partidos políticos en el País Vasco. *El Profesional de la Información*, 25(1): 114-123. [https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/e\\_pi.2016.ene.11/25854](https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/e_pi.2016.ene.11/25854)
- Lennon, F. R. (1995). *Marketing político, ¿hacer pensar o hacer soñar?* Comunicación y Sociedad, 8(2), 109–118. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cms&AN=77484656&lang=es&site=ehost-live>
- Lozano, J. (2015) *Gestión de la Comunicación para el éxito del proyecto de mejora de la comprensión lectora “Leer es estar Adelante” 2007-2013 de la Fundación del Banco BBVA Continental en la Institución Educativa Pública N° 126 “Javier Pérez de Cuéllar”, del distrito de San Juan de Lurigancho, Lima*. (Tesis de Maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6483>
- Maillo, J. (2017) *La Comunicación Estratégica en la empresa*. Artículo en *Documentos de Seguridad y Defensa 72. La Comunicación Estratégica*. Ministerio de Defensa, Madrid, España.
- Manrique, N. (2009) ¡Usted fue aprista! Bases para una historia crítica del Apra. CLACSO (Ecuador), PUCP (Perú). <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/becas/20100921012015/manrique.pdf>
- Mujica, H. (2009) *Trujillo: La revolución de 1932*. VoltaireNet <https://www.voltairenet.org/article160918.html>

- Mujica, M. (1990) *¿Por qué fracasó la heterodoxia? Análisis de la política económica de la primera etapa del gobierno de Alan García*. Publicado en la revista *Apuntes: Revista de Ciencias Sociales*, págs. 31-43.
- ONPE. Resultados electorales 1956. Resumen ONPE  
<https://www.web.onpe.gob.pe/modElecciones/elecciones/RESUMEN/GENERALES/3.pdf>
- Oviedo, C. (2002). *Las esferas de la comunicación en las organizaciones*. Lima, Perú. Jaime Campodónico / Editor.
- Partido Aprista Peruano (s.f.). *Historia del Apra*. <https://apraperu.com/historia/>
- Pastor, M. (2017). Crisis de representación de los partidos políticos en el Perú. *UAP LEX - Revista de la facultad de derecho y ciencia política*. Universidad Alas Peruanas.
- Peña, P; Antón, J; y Chávez, A. (2019) *Comunicación Rentable*. Lima, Perú Peñalva Editores.
- Perea, G. (2018) *Incidencia de la gestión de comunicación del Club F.B.C. Melgar en su reputación corporativa percibida por los pobladores del distrito Arequipa, 2018* (Tesis de pregrado), UNSA  
<http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/7138>
- Portocarrero, R. (1989). *El Perú Contemporáneo*. Biblioteca virtual del Congreso de la República.
- Rebeil, M. A. & Arévalo, R. I. (2018). Comunicación integral para las organizaciones e instituciones: conceptualización y enfoque con responsabilidad social. En León, G. A., Castillo, E., Montes, M. & Oliveros, L. A. (coords.), *Tendencias críticas y nuevos retos de la comunicación* (pp. 19-29). México: Qartuppi
- Ritter, M. (2009). *La Comunicación Política de las Empresas*.  
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/766>
- Rivadeneira, M. (2018) *Impacto de la comunicación en la reputación: una aproximación desde la cultura organizacional. Caso: Empresa azucarera en la costa del Perú*.  
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12050>
- Rodríguez, J.; López - Escobar E. y Tolsa, A. (2011) "La percepción pública de los políticos, los partidos y la política, y uso de medios de comunicación" en: *Comunicación y Sociedad*, vol. XXIV, n. 2, 2011, pp.7-40.

- Rojas, M.K. (2016) *Este es el Apra, ¿Qué les parece? Crisis y poder desde la micropolítica aprista*. Lima, Perú. Fondo Editorial UNMSM.
- RPP (17 de abril de 2019) *Alan García: Así dejó la economía peruana en su primer y segundo gobierno* <https://rpp.pe/economia/economia/alan-garcia-asi-dejo-la-economia-peruana-en-su-primer-y-segundo-gobierno-noticia-1192337>
- Saavedra, G.; Ochoa, R.; Vargas, A. (2005). *La imagen corporativa desde una visión integral : hacia un marco teórico y una propuesta conceptual para una metodología de gestión de la reputación corporativa*. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/273797>
- Silvela, E (2017) *Comunicación Estratégica. Origen y evolución del concepto*. Pgs. 13-34 en Documentos de Seguridad y Defensa N° 72. La Comunicación Estratégica. Ministerio de Defensa, Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Simancas-González, E., & García-López, M. (2017). Gestión De La Comunicación en Las Universidades Públicas Españolas. *El Profesional de La Información*, 26(4), 735–744. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.17>
- Sotillo, S. (2017). *La gestión profesional de la reputación del CEO como elemento generador de valor para las organizaciones*. Tesis de posgrado. Universidad Jaume I, España. <https://www.tdx.cat/handle/10803/405335#page=1>
- Schramm, W. (1965) *La ciencia de la Comunicación Humana*. Quito, Ecuador. CIESPAL.
- Tuesta, F. (7 de junio de 1998) *Las elecciones de 1945*. Blog Política <http://blog.pucp.edu.pe/blog/fernandotuesta/1998/06/07/las-elecciones-de-1945/>
- Tuesta. F. (16 de julio de 1998) *Las elecciones de 1956*. Blog Política <http://blog.pucp.edu.pe/blog/fernandotuesta/1998/07/16/las-elecciones-de-1956/>
- Túñez-López, M., Costa-Sánchez, C. y Valdiviezo, C. (Eds.), (2018). Comunicación Organizacional en entornos online. Gestión, actores y recursos. *Cuadernos Artesanos de Comunicación*, n° 149. La Laguna (Tenerife): Latina.

- Unesco (s.f.). David Kenneth Berlo (1929-1996). En Infoamérica, Observatorio de la Libertad de Prensa de América Latina. <https://www.infoamerica.org/teoria/berlo1.htm>
- Valdez, A., Huerta, D. A., & Vergara, A. (2012). *Del marketing Político tradicional al marketing 2.0*. *Revista Mexicana de Comunicacion*, 24(130), 49–53. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cms&AN=82880548&lang=es&site=ehost-live>
- Vásquez, C. (2005) *¿Qué es el Apra? Víctor Raúl Haya de la Torre explica qué es la Alianza Popular Revolucionaria Americana*. <https://cavb.blogspot.com/2006/10/qu-es-el-apra.html>
- Vela, M. (2016). *Márketing y reputación. De la atracción a la confianza*. Lima, Perú. Editorial Paidós,
- Villena, E. (2013) *La Gestión de la Comunicación en las empresas de moda españolas*. Universidad de Málaga, España. Tesis de posgrado. <http://hdl.handle.net/10630/5804>



## ANEXOS

## Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
General: ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 al 2020?	General: Determinar la relación entre la gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 al 2020.	General: La gestión de la comunicación se relaciona directamente con la reputación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 al 2020.	V1 Gestión de la comunicación	V1.1. Acciones políticas  V1.2. Comunicación externa  V1.3. Comunicación interna	<b>A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>  Tipo: Mixta / Aplicada Nivel: Descriptivo correlacional explicativo.  <b>Diseño:</b> No experimental, longitudinal, ex post facto.
Específicos: a. ¿Cuál es la relación entre las acciones políticas del Partido Aprista	Específicos: a. Determinar la relación que existe entre las acciones políticas del Partido	Específicas: H.E.1. Existe una relación entre las acciones políticas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020	V2 Reputación	V2.1. Cualidades de una organización con reputación.	<b>B.- POBLACION Y MUESTRA:</b>

<p>Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación?</p> <p>b. ¿Cuál es la relación entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación?</p> <p>c. ¿Cuál es la relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una</p>	<p>Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.</p> <p>b. Determinar la relación que existe entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.</p> <p>c. Determinar la relación que existe entre la comunicación</p>	<p>con las cualidades de una organización con reputación.</p> <p>H.E.2. Existe una relación entre la comunicación externa del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.</p> <p>H.E.3. Existe una relación entre la comunicación interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación.</p> <p>H.E.4 Existe una relación entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano entre los</p>		<p>V2.2. Pilares de la Reputación.</p>	<p>Población: 8,383,077 ciudadanos aptos para votar inscritos en padrón del JNE</p> <p>Muestra por conveniencia: 148 personas encuestadas de Lima Metropolitana.</p> <p><b>C. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</b></p> <p><b>Técnica:</b> Encuesta online, entrevistas online y/o presenciales y análisis de informaciones periódicas.</p>
---	--	--	--	--	--

<p>organización con reputación? d. ¿Cuál es la relación entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con los pilares de la reputación?</p>	<p>interna del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con las cualidades de una organización con reputación. d. Determinar la relación que existe entre la gestión de la comunicación del Partido Aprista Peruano entre los años 2016-2020 con los pilares de la reputación</p>	<p>años 2016-2020 con los pilares de la reputación.</p>			<p><b>Instrumento:</b> Cuestionario de encuesta, Cuestionario abierto y ficha de verificación</p> <p><b>D.-</b> <b>PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS:</b> Vaciado de datos y desgrabación de entrevistas.</p> <p>Uso de software SPSS, Excel y Atlas TI para el proceso de los datos obtenidos.</p>
--	---	---	--	--	--

## Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

### Anexo 2A: Cuestionario de la variable Gestión de la Comunicación

Queremos conocer su opinión sobre la apreciación y conocimiento respecto al Partido Aprista Peruano, su imagen y su reputación. Resolverla no le tomará un tiempo mayor a 20 minutos. Marque con una X la respuesta que usted considere.

Tenga en cuenta los siguientes valores:

1	2	3	4	5
Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo

Gracias por participar.

INDICADORES		1	2	3	4	5
<b>DIMENSIONES</b>	Participación y actuación política del PAP (Años 2016-2020)					
Acciones políticas	1	¿Cómo considera la participación del Partido Aprista Peruano en la historia política del país?				
	2	¿Cómo considera en general la actuación política del Partido Aprista Peruano desde el año 2016?				
	3	como considera la participación política de los candidatos, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante la campaña electoral del año 2016				
	4	¿Cómo considera la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Pedro Pablo Kuczynski (2016-2018)?				
	5	¿Cómo considera la participación política de los congresistas, dirigentes e integrantes del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Martín Vizcarra (2018-2020)?				
	6	¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante el gobierno de Manuel Merino De Lama en noviembre del año 2020?				
	7	¿Cómo considera la actuación de los dirigentes y voceros del Partido Aprista Peruano durante los primeros meses del gobierno de Francisco Sagasti (noviembre – diciembre 2020)?				
	Acciones mediáticas de dirigentes y congresistas del PAP					
Comunicación Externa	8	Considera usted que la actuación mediática de los congresistas de la bancada en el período 2016 – 2019 fue:				
	9	Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron				

		al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:					
10		Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba ¿Considera que la actuación política y mediática de la bancada congresal del partido (2016-2019) fue:					
11		Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al exsecretario general de Palacio y exministro aprista, Luis Nava ¿Considera que la actuación mediática de los congresistas del partido (2016 - 2019) fue:					
12		Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal LavaJato contra el exlíder aprista Alan García Pérez considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue:					
Actuación mediática de los voceros y militantes del PAP							
13		Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato y que involucraron al líder del Partido Aprista Peruano, Alan García Pérez ¿Considera que la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido fue:					
14		Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron a los exfuncionarios del gobierno aprista Miguel Atala y Jorge Cuba ¿Como considera que la actuación y mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido					
15		Con relación a las denuncias de corrupción en el marco del caso LavaJato que involucraron al excongresista aprista Javier Velásquez Quesquén ¿Cómo Considera que la actuación mediática de los voceros, militantes y seguidores del partido fue:					
16		El expresidente Alan García anunció tras la derrota electoral del año 2016, su retiro de la política. Considera que esta decisión fue:					
17		Tras el allanamiento a su domicilio, en el marco de las investigaciones fiscales, el expresidente Alan García se suicidó para evitar la prisión preventiva. Considera que esta acción fue:					

	18	Con la información que usted maneja y lo publicado en medios de comunicación, sobre las investigaciones del equipo fiscal del caso LavaJato, considera que el accionar de los partidarios y congresistas del Partido Aprista Peruano fue:					
	19	Los voceros del Partido Aprista Peruano acusaron a la fiscalía de haber inducido al expresidente Alan García al suicidio. Considera que estas expresiones fueron:					
	Gestión y mensajes en página web y redes sociales						
	20	Con relación a la “Información” dentro de la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:					
	21	Con relación a las imágenes y videos contenidos en la página web del Partido Aprista Peruano, considera que es:					
	22	Con relación a la información de contacto en la página web del Partido Aprista Peruano considera que es:					
	23	Con relación a la información vertida en las redes sociales del Partido Aprista Peruano, considera usted que es					
	24	Considera usted que los mensajes publicados en las redes sociales de los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano son:					
Comunicación Interna	Relación con militantes y simpatizantes						
	25	¿Cómo considera usted que es la relación entre el partido aprista peruano con sus militantes?					
	26	¿Cómo considera usted que es la relación entre los voceros y dirigentes del partido aprista con sus militantes?					
	27	¿Cómo considera usted que es la relación entre los voceros y dirigentes del partido aprista sus simpatizantes y electores?					

### Anexo 2B: Cuestionario de la variable Reputación

Queremos conocer su opinión sobre la apreciación y conocimiento respecto al Partido Aprista Peruano, su imagen y su reputación. Resolverla no le tomará un tiempo mayor a 20 minutos. Marque con una X la respuesta que usted considere. Tenga en cuenta los siguientes valores:

1	2	3	4	5
Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo

Gracias por participar.

INDICADORES		1	2	3	4	5	
<b>DIMENSIONES</b>	Calidad de los productos y/o servicios						
Cualidades de una organización con reputación	1	¿Cómo considera usted las acciones de los voceros y congresistas del Partido Aprista como “servicios” o “productos”?					
	2	¿Cómo considera usted el trabajo del Partido Aprista Peruano en la política peruana?					
	3	¿Considera que el accionar del Partido Aprista Peruano ha influido en el desarrollo de la sociedad peruana?					
	Relación con los stakeholders						
	4	Cómo considera que la relación del Partido Aprista Peruano con los medios de comunicación entre los años 2016-2020					
	5	Cómo considera la relación del Partido Aprista Peruano con otros partidos políticos entre los años 2016-2020 fue:					
	6	¿Cómo considera la relación entre el Partido Aprista Peruano con los empresarios nacionales?					
	7	¿Cómo considera la relación entre el Partido Aprista Peruano con las organizaciones sindicales?					
	Capacidad de innovación y de atraer, desarrollar y conservar los talentos						
	8	Cómo considera la renovación de cuadros y figuras públicas en el Partido Aprista Peruano					
9	Cómo considera la innovación del Partido Aprista Peruano						
10	Cómo considera la conservación de figuras públicas en el Partido Aprista Peruano						
P i l a r e	Conducta ética y cultura organizacional						

11	Cómo considera la conducta ética mostrada por el líder del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019 fue:					
12	Como considera que la ética mostrada por los voceros y congresistas del Partido Aprista Peruano entre los años 2016 – 2019 fue:					
13	Cómo considera la cultura organizacional del Partido Aprista Peruano					
Generación de la confianza en los públicos						
14	Como considera el nivel de confianza de las figuras públicas del Partido Aprista Peruano					
15	Como considera el nivel de confianza de los voceros del Partido Aprista Peruano					
16	Como considera el nivel de confianza de los congresistas del Partido Aprista Peruano					
Resultados electorales del año 2020						
17	Que el Partido Aprista Peruano obtuviese en el año 2016 solo cinco escaños fue una situación para dicha agrupación					
18	Tras el cierre del Congreso por parte de Martin Vizcarra, la dirigencia aprista aprobó la postulación del partido a las elecciones congresales para el año 2020. Considera que esta decisión fue:					
19	Tras el suicidio de Alan García y los resultados electorales del 2020 qué opinión tiene del Partido Aprista Peruano					



## Anexo 2C: Cuestionarios para entrevista

### Cuestionario 1

#### Entrevistados: Militantes (y exmilitantes) del Partido Aprista Peruano

Nombres del entrevistado:

Edad:

Correo electrónico:

Cargo en el partido (si tuviera):

- 
1. ¿Cómo fue su acercamiento con el Partido Aprista Peruano (PAP)?
  2. ¿Desde cuándo está vinculado al partido? (*Puede variar la pregunta a ¿Hace cuántos años es usted militante o está inscrito en el padrón del PAP?*)
  3. ¿Cuál considera usted son los hitos importantes en la historia del PAP?
  4. ¿Cuál era su situación en el partido cuando el 28 de julio de 1985 Alan García asume la presidencia de la República?
  5. ¿Cuál cree usted fueron los principales aciertos y errores durante el primer gobierno de Alan García?
  6. Durante el régimen fujimorista ¿cuál era su situación al interior del partido y cómo analizaban el desarrollo de dicho gobierno desde el 5 de abril de 1992?
  7. ¿Cómo caló en el partido la ausencia de Alan García durante el régimen fujimorista?
  8. En el año 2001 cuando Alan García regresa al país ¿cuál era su situación dentro del partido?
  9. ¿Participó usted en la toma de decisiones que derivaron en la candidatura de Alan García en las elecciones del 2001?
  10. ¿Cuál considera usted que fue la razón para que el PAP retorne a la presidencia en el año 2006 de la mano de Alan García?

Una mirada del período 2011 – 2019

11. En las elecciones del 2011 el PAP obtuvo solo 4 escaños en el congreso. ¿Cuál considera usted que fueron las razones para obtener solo esa cantidad de congresistas cuando en los períodos anteriores lograron de 28 a 36 congresistas?

12. En el 2016 aumentaron a 5 congresistas. En ese período sus posiciones fueron altamente críticas al gobierno de aquel momento. Incluso se hablaba de una “alianza” con el fujimorismo ¿Considera que esas situaciones influyeron en el resultado de las elecciones para un nuevo congreso en el año 2020?

El factor García, su suicidio y el futuro cercano

13. Desde su perspectiva ¿cómo considera que influyó en el PAP el suicidio de Alan García?

14. ¿Las contradicciones de García durante las primeras etapas de la investigación en su contra, por ejemplo, el asilo en la embajada uruguaya a pesar de que dijo que afrontaría la justicia cree que influyeron en la imagen que tiene la gente del partido?

15. “Ciudadanos de segunda categoría”, “Demuéstrenlo pues, imbéciles” son solo algunas frases de García que son recordadas por los medios de comunicación. ¿Cree que este tipo de lenguaje influye en la imagen del partido o que influyó en el tipo de declaraciones de otros correligionarios?

16. ¿Considera usted que el PAP tiene un futuro positivo en la vida política del país de los próximos años?

17. Si tuviera que hacer una autocrítica con relación al accionar del partido ¿tendría alguna?

---

## Cuestionario 2

### Entrevistados: Analistas e investigadores

Nombres del entrevistado:

Profesión:

Institución a la que representa (Si aplica):

---

1. ¿Cuál es el significado del PAP en la historia política de nuestro país?
2. ¿Cómo explica el factor Alan García en el desarrollo de la vida política del PAP?
3. ¿Cómo influyeron las acusaciones de corrupción en los resultados electorales del PAP entre el 2011 y el 2020?
4. En el medio político se habló siempre de “la escopeta de dos cañones” del PAP. ¿Considera que este fue un modo de sobrevivencia política del partido?
5. ¿Cree que se necesita un recambio generacional en la dirigencia del Partido Aprista Peruano?
6. De un movimiento “antiimperialista”, sus vínculos con la social democracia a sus alianzas con el fujimorismo y el vínculo con el sector más representativo de la derecha peruana. Estos fueron los cambios del PAP en su historia ¿fueron cambios ideológicos o solo una cuestión pragmática para sobrevivir?
7. ¿De qué manera influyó el suicidio de Alan García en los resultados electorales del PAP en las nuevas elecciones del año 2020?

### Cuestionario 3

#### Entrevistados: Periodistas y comunicadores

Nombres del entrevistado:

Profesión:

Institución a la que representa (Si aplica):

---

1. ¿Cómo analiza el comportamiento comunicacional del PAP?
2. ¿El factor Alan García fue demasiado influyente en la imagen del PAP?
3. ¿Recuerda usted algún episodio particular protagonizado por Alan García o algunos de sus partidarios? *(Se le puede mencionar a Mauricio Mulder, Jorge Del Castillo, Luciana León y/o Javier Velásquez Quesquén)*
4. ¿Considera que durante los gobiernos de Toledo, Humala y PPK los mensajes de los representantes apristas fueron críticos, beligerantes o era parte de un discurso político aprendido?
5. ¿Tuvo oportunidad de entrevistar a algún representante del Partido Aprista Peruano? Si la respuesta es positiva ¿qué recuerda de esas entrevistas? ¿qué le llamaba la atención?

### Anexo 3: Ficha de validación de los instrumentos de investigación. Juicio de expertos

#### f. Ficha de validación de los instrumentos de investigación. Juicio de expertos

##### i. Datos Generales

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Pulido Capurro Victor Manuel
- 1.2. Grado Académico: Doctor
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente Universitario
- 1.4. Título de la investigación: Gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano (2018-2020)
- 1.5. Autor de la investigación: Francisco Guillermo Pérez García
- 1.6. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Criterios de aplicabilidad:
  - 1) De 1 a 10: No válido (Reformular)
  - 2) De 11 a 20: No válido (Modificar)
  - 3) De 21 a 30: Válido (Mejorar)
  - 4) De 31 a 40: Válido (Precisar)
  - 5) De 41 a 50: Válido (Aplicar)

Calificar con:

1.Muy Poco	2.Poco	3.Regular	4.Aceptable	5.Muy Aceptable
------------	--------	-----------	-------------	-----------------

##### ii. Aspectos a evaluar

Indicadores	Criterios	Puntuación				
		1	2	3	4	5
Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.				x	
Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conductas observables.				x	
Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.				x	
Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					x
Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					x
Intencionalismo	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					x
Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.				x	
Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					x

Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.				x	
Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación.				x	
<b>Subtotal</b>						
<b>Total</b>						

**Promedio de valoración:**

**Opinión de aplicabilidad:**

**Lugar y fecha: Lima, 14 de abril de 2022**

**Nombre, DNI y Firma del experto Victor Pulido Capurro, DNI 09399959**



**e. Ficha de validación de los instrumentos de investigación. Juicio de expertos**

**I. Datos Generales**

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Crisólogo Galván, Jesús Martín
- 1.2. Grado Académico: Magíster
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Universidad de Ciencias y Artes de América Latina (UCAL)
- 1.4. Título de la investigación: *Gestión de la comunicación y la reputación del Partido Aprista Peruano (2016-2020)*
- 1.5. Autor de la investigación: Francisco Pérez García
- 1.6. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Criterios de aplicabilidad:
  - 1) De 1 a 10: No válido (Reformular)
  - 2) De 11 a 20: No válido (Modificar)
  - 3) De 21 a 30: Válido (Mejorar)
  - 4) De 31 a 40: Válido (Precisar)
  - 5) De 41 a 50: Válido (Aplicar)

Calificar con:

1.Muy Poco	2.Poco	3.Regular	4.Aceptable	5.Muy Aceptable
------------	--------	-----------	-------------	-----------------

## II. Aspectos a evaluar

Indicadores	Criterios	Puntuación				
		1	2	3	4	5
Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					x
Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conductas observables.					x
Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					x
Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					x
Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					x
Intencionalismo	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					x
Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					x
Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					x
Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.					x
Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación.					x
<b>Subtotal</b>						
<b>Total</b>						

Promedio de valoración:

Opinión de aplicabilidad:

Lugar y fecha: Lima, 1 de febrero de 2023

Jesús Martín Crisólogo Galván  
07879109

**e. Ficha de validación de los instrumentos de investigación. Juicio de expertos**

**I. Datos Generales**

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Yupanqui Lorenzo, Daniel
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Universidad de Ciencias y Humanidades
- 1.4. Título de la investigación:
- 1.5. Autor de la investigación:
- 1.6. Nombre del instrumento:
- 1.7. Criterios de aplicabilidad:
  - 1) De 1 a 10: No válido (Reformular)
  - 2) De 11 a 20: No válido (Modificar)
  - 3) De 21 a 30: Válido (Mejorar)
  - 4) De 31 a 40: Válido (Precisar)
  - 5) De 41 a 50: Válido (Aplicar)

Calificar con:

1.Muy Poco	2.Poco	3.Regular	4.Aceptable	5.Muy Aceptable
------------	--------	-----------	-------------	-----------------

**II. Aspectos a evaluar**

Indicadores	Criterios	Puntuación				
		1	2	3	4	5
Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					X
Objetividad	El instrumento evidencia recojo de conductas observables.					X
Actualidad	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.				X	
Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					X
Suficiencia	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
<u>Intencionalismo</u>	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
Consistencia	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
Coherencia	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
Metodología	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	

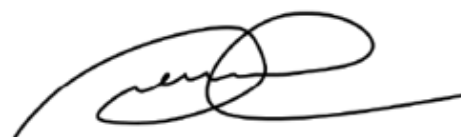


Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación.					X
Subtotal						
Total	48					

**Promedio de valoración: 48**

**Opinión de aplicabilidad:** Adecuado para aplicar

**Lugar y fecha:** 4 de febrero, 2023



**Daniel Yupanqui Lorenzo**  
**73319434**

#### **Anexo 4: Transcripción de entrevistas a profundidad**

##### **Entrevistado: Luis Jiménez Borra**

Cargo: Exsecretario de Juventudes del Partido Aprista Peruano

Fecha de entrevista: 20 de agosto de 2022

##### **Entrevistador (En): ¿Cómo fue su acercamiento al Partido Aprista Peruano?**

**Luis Jiménez Borra (LJB):** Yo llegué desde muy chico porque mis padres tuvieron esa esa cercanía. Mi mamá fue incluso ministra de la Mujer (Virginia Borra Toledo de Jiménez) en dos ocasiones en el segundo gobierno. Y mi papá en su juventud fue Secretario General del Apra, perdón secretario de la Juventud en el año 1962 pero de ahí mi papá dejó la política, se dedicó a otras cosas y mi mamá sí permaneció en el partido. Pero yo desde chico siempre la acompañaba, los acompañaba y tenía esa cercanía, tanto mi mamá como mi papá además que además fueron regidores de Surquillo en su momento, así es como yo me acerco. Mi abuelo, tío, mi otro abuelo, o sea, todos tenían ese color político, ¿no? Y cada uno con sus anécdotas y sus historias de la persecución y tal y tal, entonces. Yo, de alguna manera desde chico ya estuve, no sé si condicionado, pero si influenciado para para estar ahí, ¿no? Y bueno fue lo que ocurrió ya con el tiempo, luego de manera natural en mi adolescencia.

**En: Digamos que es por la por la vida, por la vida familiar que hay este acercamiento a la al partido por la vía política.**

**LJB:** Sí, sí, sí, sí, definitivamente.

**EN: ¿Y antes de la de la renuncia al partido cuánto tiempo estuvo inscrito o fue militante del partido?**

**LJB:** Te cuento desde que fui dirigente porque no me acuerdo de la inscripción, pero desde que fui yo de niño y estuve en la CHAP (Escuela: Chicos Apristas del Perú). Ya en la CHAP empecé a participar desde los 7, 8 años, pero eh, digamos una militancia y adulta de alguna manera seria, vamos a ver: podría ser desde el año 1999. O sea, yo empecé a hacer política en la universidad, hay de las marchas que se dieron contra el Gobierno de Fujimori, cuando cerró el Tribunal Constitucional, (se marchó) contra la dictadura, ahí empecé a hacer vida política, entonces ya un protagonismo (político) (fue) a partir del año 2000 que fui dirigente de la Juventud de Lima.

**EN: Correcto ahora en el año 1985, cuando Alan García, que gana la elección, llega el primer gobierno. Todavía era un niño, ¿no? Pues es hasta un poco antes en el colegio...**

**LJB:** Claro, estaba el colegio...

**EN:** **¿Y ahí tenía alguna mirada, una percepción respecto a eso o todavía no, no lo tenía muy claro de cómo era que el partido? ¿dónde estaba su familia, que había llegado al gobierno?**

**LJB:** Sí, claro, yo, como decía, estaba en la CHAP, entonces nosotros teníamos una banda de músicos que salimos a marchar a las calles en la campaña y yo salía a la campaña y me acuerdo de la campaña de Armando Villanueva muy lejanamente, porque me acuerdo sobre todo en la canción, los sonidos más que las actividades, pero ¿en la campaña de Alan García? Sí, sí, me acuerdo más. Tocar en la banda, desfilas por las calles, viajar fuera de Lima con la banda, también actividades de campaña con los chicos, eso es lo que más me acuerdo.

**EN:** **A la luz de los años y con la lectura que uno también ha atenido. ¿Cuáles considera que han sido o fueron durante el primer gobierno de Alan García los principales aciertos y desaciertos de esa esa gestión?**

**LJB:** Yo creo que uno de los aciertos fue el trabajo que se dio a nivel social. Pude ver de cerca porque mi mamá trabajó bastante en eso que tiene que ver con la conformación de los clubes de madres, que él inició de alguna manera, pero que no articuló y fue como una idea que empezó a desarrollarse en su primer y en su segundo gobierno y en el primero se forma el programa de asistencia directa. Que era un programa que justamente formó los clubes de madres, no sólo como ahora se hace con comedores, porque esto es lo que de alguna manera ha permanecido en los comedores populares. Pero en esa época, además, se lanzaron talleres de producción, dándole a las madres, por ejemplo, máquinas de coser, insumos para tejer, todos los días no solamente vendían menú sino también producían cosas que podían vender y que servían para el fondo. No solamente entregaban cocinas y ollas, sino también daban instrumentos para que las madres puedan ganar algún dinero que sirviera para subvencionar su propia olla. Y además estaba el Pronoei, que era la capacitación que se daba a las madres para que algún grupo de ellas pueda cuidar a los niños de las demás, mientras que las otras trabajaban, ya sea en los comedores o en los talleres. Esto yo lo vi desde chico y yo acompañaba cuando entregaban las máquinas. Inauguración. Y, tal vez así que este programa funcionó bien.

Te cuento esto como una anécdota. En algún momento una persona cercana a la izquierda extrema le dijo a mi mamá de que efectivamente al final del gobierno

Sendero Luminoso mató mucha gente. Muchos funcionarios del Gobierno, ex parlamentarios en fin, pero que nadie iba a meterse con la gente que trabajó en el programa con los promotores que iban a los cerros, se iban a Huaycán, a asentamientos humanos, a las zonas rojas y no les pasaba nada porque hasta Sendero Luminoso reconoció que era un buen trabajo y que no era un trabajo político que solamente se favorecía a las mujeres del Apra, sino que se trabajó con todas las mujeres del del Perú, no importaba si eran de origen comunista, independientes o eran apristas, con todas (se trabajaba) a todas se les trataba igual, entonces fue reconocido hasta por ellos, cosa que mi mamá era una de las pocas personas que pudiera ir tranquila por la calle después del Gobierno, tanto por su seguridad como por la forma como se trabajó, no tuvo ni una sola denuncia luego.

Después este programa desaparece y se forma el Programa Nacional de Asistencia Alimentaria (Pronaa) que luego se convirtió en Qalliwarma, pero Fujimori le quitó bastante a este programa. Se exploró solamente se convirtió en una asistencia alimentaria, no como su nombre lo dice, entonces se cortó un programa. ¿Si hubiera podido permitir a las mujeres la hora que sea el tanto del emprendimiento? No, eso mira, estamos hablando del año 85, 86. ¿Eso realmente era un emprendimiento para las mujeres de los populares que se hizo? Lamentablemente no continuó no, otra cosa buena es gobierno. Fue la idea de las dos ideas, más una que fue la idea de la regionalización, que no se llegó a dar porque Fujimori no lo quiso y luego Toledo la hizo mal.

¿Por qué se plantea la regionalización a través de los departamentos cuando el plan original era una verdadera nacionalización, donde juntabas 3 regiones, 3 departamentos en una región? De manera transversal que todas tengan costa, sierra, selva, que todas tengan complementariedad económica productiva. Bueno, eso tampoco se hizo y lo que hizo Toledo fue a los departamentos convertirlos en regiones. Pero en una idea buena que no se logró terminar y otra idea buena que tampoco se logró terminar fue el tren eléctrico que ahora estamos viendo lo importante que es y cómo se están entendiendo que hacer otras líneas, que están demorando un montón de tiempo en hacerse mucho más de lo que demoró, pero la Línea Uno sin embargo, no se hizo por un tema de mezquindad, también no porque era una obra que había planteado Alan García, pero quién va a dudar ahora que es una obra necesaria. No. en ese momento lo gritaba, decían que era una tontería, un

elefante blanco y hoy en día todos reclaman porque no tenemos más líneas. Si hubiese hecho en el año 90 hubiera continuado. ¿Probablemente tendríamos una ciudad mucho más moderna, no? Y podríamos estar pensando hasta hacerlo en otras ciudades del país. Pero bueno, son cosas que pasan, esas son unas ideas que yo creo positivas de ese gobierno.

Yo creo que esas son algunas negativas, quizás sea más fácil porque lo que más ha trascendido. ¿El manejo económico? Evidentemente no. El error de subsidiar, de digamos, tener una economía muy, cerrada, con un estado muy grande en una época en la que más bien lo los países estaban mirando a modelos neoliberales, inclusive los mismos presidentes cercanos ideológicamente a García acabaron dejándolo solo cuando hizo esta apuesta de pagar solamente el 10% de las exportaciones al Fondo Monetario Internacional. Ese fue un problema. Y que creo que fue un error. Otro error fue, yo creo, el hacer un estado muy grande, eso parte también de la visión política e ideológica del Apra.

Lamentablemente no supieron evolucionar el pensamiento en ese momento y querían hacer un gobierno como lo hubiera planteado Haya De La Torre de los años 60 y no como quizás el mismo De La Torre lo hubiese planteado en el año 80. Creo que es otro tema que fue transversal. ¿Por qué afectó el funcionamiento de muchas entidades? Nadie va a negar que hubo corrupción. Por supuesto que la hubo y eso también fue un problema que al final a la larga complicó todo el gobierno. En el tema del terrorismo, yo no sé si podría decir que fue un error, era algo que nadie conocía muy bien, no era enfrentar algo, algo que uno no sabía la dimensión, pero lo cierto es que faltó quizás un poco de mano dura, no en vez de alabarlos en una asamblea por su forma de ser, por su mística, creo que habría que haberlo... a perseguirlo mucho más fuertemente ¿no? Pero bueno, En resumen, porque -e insisto- si yo te hablo de cosas negativas, vas a encontrar información sobre eso, pero creo que lo positivo era más importante remarcarlo porque es lo de lo que menos se habla.

**EN: Correcto ahora, durante el Gobierno de Fujimori, a partir del autogolpe del del 5 de abril ¿En qué situación estaba dentro del del partido? ¿Recuerda si se conversaba sobre este tema y lo que fue la persecución y luego la salida del país de parte de Alan García Pérez?**

**LJB:** Bueno, yo tuve la oportunidad de vivir algo muy de cerca el 5 de abril del 92. Yo estaba en ese momento en cuarto de secundaria en un colegio. Y cuando Fujimori

hace el anuncio, nosotros vivíamos en San Borja a más o menos unos 5 minutos en auto de la casa de Chacarilla de Alan García y cuando sale el anuncio de Fujimori de cerrar el Congreso, inmediatamente me acuerdo: uno, de los reflejos que tuvo mi mamá que era muy cercana a Pilar Norez (esposa de Alan García) de Alan también, pero más a Pilar, eran amigas y mi mamá la llama por teléfono. En esa época no había celulares, llamó del teléfono de la casa al teléfono de la casa de ellos. Y justo contesta el teléfono y ahí escuchamos, bueno, yo digo, escuchamos, yo no escuché nada, pero ya me contó que escuchó justo en un momento en que entran a la casa. Escuchaba como gritos, entonces mi mamá cuelga el teléfono y vamos a ver entonces. Un poco la coartada fue que éramos una familia que estaba en la calle con su auto, entonces me llevaron a mí qué era el más chico de la casa en el auto ¿no? Y fuimos en el carro hasta la casa de Alan y ya cuando estábamos a una cuadra más o menos veía la casa desde la ventana estamos llegando. Nos cercaron dos soldados y nos apuntaron con los fusiles para que volviésemos hacia atrás. Cosa que hicimos, y nos regresamos a la casa muy preocupados y de ahí al día siguiente llegaron los familiares -porque no sé si te acordarás, pero desaparecieron varios políticos. desapareció Jorge del Castillo, Abel Salinas, entre los que me acuerdo que desaparecieron, fueron a su casa y lo sacaron- En el caso de Jorge, estaba en la casa de Alan. Si no me equivoco y Jorge sale y de alguna manera da unos minutos para que Alan se pueda escapar. Pero Jorge desapareció, desapareció. A Abel Salinas no recuerdo a alguien más desapareció y tengo el recuerdo de una reunión al día siguiente en la casa de mi mamá no estaba el hijo de Abel Salinas y había más gente ahí. Hablando sobre cómo podían hacer para encontrarlos y a partir de ahí era un lugar clandestino en mi casa porque se Junta gente a conversar y a preparar las cosas que había que hacer y todos nunca supe donde estuvo Alan después lo supe, no, pero de chico nunca siempre se cuidaron de que sabían decir delante mío, pero hubo como esa mística.

**EN: Pasemos un poquito, cuando sucede esta salida de Alan García se tiene que ir del país. Empieza esta persecución, ¿no cierto? contra él. ¿Cómo considera que caló en el partido esta ausencia de Alan García durante estos 8 o 9 años que estuvo fuera del del país?**

**LJB:** Era muy fuerte. Fue, como te puedo decir, o sea, después de Haya de la Torre no hay, no ha existido otro liderazgo del Apra tan fuerte y eso es una explicación de

porque me tuve que ir. Pero era tan fuerte que se generó, pues una división entre los alanistas versus los apristas entre comillas. Había gente que estaba más preocupada por el futuro de Alan más que construir al Apra y por eso se dependía mucho de Alan. Si es cierto. El punto que había cuando él estuvo en Colombia y en Francia, pero que regresaba a Colombia. Había delegaciones de gente que iba a Colombia, en algunos casos a ver cómo estaba conversar con él en otros casos para conocer los más jóvenes. En esa época no estaba el internet, no había las videollamadas, o sea, me acuerdo que él grababa unos casetes con su voz para que los pasen una radio x no recuerdo cual, pero ayudan a una persona, a un compañero. Miguel Rosas, era un compañero que estuvo muy activo en ese gobierno, trabajó con mi mamá, pero trabajó muy cerca de Alan en esa etapa del exilio y luego ya en el último gobierno también asumió varios cargos y hasta ahora ha estado ahí. Él sí. El tema solamente una visión distinta a la mía. Él es alanista, él por ejemplo, traía los casetes junto con Ricardo Pinedo, que era el secretario de Alan y los pasaban entre la gente, escuchaba por que hacer. Luego escribía, escribía cartas, esté por ahí, de vez en cuando un volante, hizo un volante, me acuerdo que decía con el Apra estábamos mejor, donde explicaba la diferencia del Gobierno de Fujimori en esa época con él, en fin. Entonces hacía un trabajo del exilio y eso mismo también hacía una dependencia, no porque era como que el que tenía. Que decir lo. Que había que hacer como que había que tener su bendición para. Para las cosas. Incluso internamente para las cosas importantes, no importaba mucho su opinión. Al margen de que estaba lejos, pero claro, una opinión a la lejanía, una opinión parcial porque él no conocía y a muchos militantes solamente cuando hacían los que estuvieron más vinculados en su época. Entonces los 90 para muchos jóvenes fue una una especie de personaje místico que todo El Mundo quería conocer, conversar, tocar. No no se podía. Entonces, por eso, cuando él regresa, en el año 2001, 2002, 1002, 1001, tengo los años, hemos cruzado en ese mitin en la plaza San Martín, la gran mayoría a los jóvenes, no. La gran mayoría de mitin. Éramos jóvenes que nunca lo habíamos oído, pues bueno, yo lo había oído de niño, pero no es lo mismo, nunca lo habíamos oído en un mitin hablar y además que él estuvo a la altura porque ese mitin de haber sido el mejor en el que yo. ¿Lo había escuchado, no? Muchas grandes intervenciones de él, más académicas como mitin ese fue el mejor.

**EN: ¿Claro por todo el tema del del del sentimiento que también había, no, yo?**

**¿Yo recuerdo haber ido por una cuestión de cobertura periodística y sí recuerdo**

**la cantidad de gente que había, eh? Cuando él sale toda esta situación, una especie de *rockstar* en ese momento, ¿no?**

**LJB:** No lo dejaron hablar esa vez. Y llegó del avión, me acuerdo que fue el aeropuerto con una delegación de chicos pero no supimos cuando bajaba. Llegó el avión y sí pues era como un *rockstar* como un artista que llega al concierto ese día igual.

**EN: ¿O sea, no hubo entrevistas previas, no hubo posibilidad de conversar con él hasta el mitin cuando lo viste?**

**LJB:** Recién en el mismo mitin y acuérdate -no me vas a dejar mentir- o sea el terminaba una frase y la gente gritaba la aplaudida. Así era cualquier cosa ya tenía el favor, el carisma y el sentimiento al público. ¿No? Y bueno, él era, un monstruo para hablar. Y era todo lo que necesitaba para lucir. Entonces, pero regresando al proceso anterior hubo. Yo creo que hubo una dependencia a pesar de la. Distancia y en cierta. Parte tiene una lógica, no, porque todos los ataques que se hacían a la obra y toda la satanización que se dedicó a los apristas eran en gran parte por Alan García. No, entonces la persona que tenía que limpiar eso era él, era él y bueno, recién lo pudo hacer en ese en ese periodo que él vuelve. Y que bueno que se quedó en segundo lugar en las elecciones, luego se ganaron 12 gobiernos regionales. Luego ganamos alcaldía, regiones, pero muchos no estuvieron a la altura y eso debió haber sido una Llamada de atención. No, o sea, se pelearon, no sabían qué hacer, no hicieron buenos gobiernos, salvo por ahí uno que otro que se logró elegir la mayoría, nunca más el Apra volvió a ganar otro, por ejemplo, Arequipa se ganó región, se ganó esta alcaldía y ¿Se pelearon no? Y así muchos lugares, en Moquegua, Tumbes, no se volvió a ganar, creo que solamente en Piura y La Libertad se lograron reelegir los que ganaron, de ahí se perdió todo. Ahí debemos haber dado cuenta que había un problema con la militancia para gobernar nuevamente, no, no, el segundo gobierno ya la cosa se matizó porque convocó a otra gente, no solamente apristas, al menos de la mitad de funcionarios de alto nivel eran del partido. Yo creo que eso es otro en ese período, si hubo como mucha dependencia de Alan, fue un gran personaje en el Apra, que no estando igual, tenía una trascendencia enorme y bueno este yo estuve justo en ese periodo haciendo mi militancia más sólida. Hasta que ya regresa y bueno. Me tocó asumir otros cargos.



**EN: Correcto y en esa candidatura del año 2001. ¿Usted formó parte o estuvo cerca del buró que tomó la decisión de impulsar la candidatura de García o su papel fue otro en ese momento?**

**LJB:** yo era secretario general de la Juventud del Apra. O sea, era todavía “calichín”. Otras cosas como que era el torneo de reservas. No estaba ahí abajo. Y, pero hubiese estado arriba abajo, donde yo esté, donde hubiera estado cualquiera, el candidato natural era él, o sea, no había posibilidad que otra persona siquiera se anime a competir internamente con el imposible, o sea, él era el candidato. Sobre eso la decisión de crecer el candidato era, estaba desde el momento que él pudo regresar al Perú o sea, nadie se iba a atrever además a competir con él.

**EN: Y es ahí y esa espontaneidad natural de su candidatura la que hace que también sea el candidato del 2006 y que finalmente gane la elección en ese momento.**

**LJB:** Sí y después también, o sea, uno de los motivos por los cuales yo me tengo que ir del Apra era porque no había forma de hacer algo diferente a lo que él quería. Y porque él no aceptaba a nadie que no sea súper condescendiente frente a lo que él piense. ¿Entonces, qué pasó con Luchó Alva antes de irse cuando en el año 90 el que empuja la candidatura de Fujimori es Alan? En contra de Lucho Alva y estuvo muy cerca de pasar a la segunda vuelta con Vargas Llosa. Si revisan los números yo creo que la diferencia la hace Alan apoyando a Fujimori la primera vuelta no en la segunda, en la segunda también lo apoya y luego pasa con Jorge del Castillo. Cuando era primer ministro y Jorge comienza a tener un protagonismo y muchos hablaban de “Jorge presidente”, yo me acuerdo, haber ido a reuniones donde gritaban, “Jorge presidente”. Bueno, pues no podía haber otro presidente en el PAP el único presidente era Alan. Empezó a pasar eso y bueno, porque yo no te voy a acusar a nadie el algo que no me consta, pero aparecieron los “petroaudios” y Jorge tuvo que salir de premier. Y ya nadie más, decía “Jorge presidente” y finalmente pasó con Enrique Cornejo cuando queda segundo en las municipales de Lima y la posición de Alan es apoyar a Castañeda en esa elección. Y bueno, yo estuve ahí como teniente alcalde, en la lista, Y bueno también lo terminaron expulsando a Enrique, entonces no había la posibilidad de que haya alguien que se quiere enfrentar a García y cuando ya incluso cuando podía perder, la manera cómo está articulada la legislación

electoral y partidaria en el Perú hace imposible que no tenga el poder en el partido, y que salga alguien que él no quería era muy difícil.

**EN: En el año 2011 el partido obtiene sólo cuatro escaños, no obtienen una bancada ni siquiera llega a formar bancada porque...**

**LJB:** ¿Recuerdas? Esa es otra cosa por la que me voy, porque entre otras cosas le pido que renuncie Mercedes Araoz a su candidatura. Se genera una pelea con Jorge del Castillo. Impulsada por alguien más. Entonces también un desastre, un desastre, porque él estando en el gobierno solo colocamos cuatro parlamentarios, dos en Lima, 1 en La Libertad y otro en Chiclayo.

**EN: ¿Fue quizá el primer golpe de imagen? Porque en el periodo anterior tenían cerca de 28 a 36 congresistas y luego se produce este bajón enorme. Y en el 2016 aumentan a 5, o sea, pasan de cuatro a 5, pero es un periodo del 2016 muy complicado porque hay una posición en contra de Kuczynski. luego, en los años posteriores la situación con Vizcarra y se hablaba incluso desde antes de una supuesta alianza con la bancada fujimorista. Se hablaba mucho del “apofujimorismo”...**

**LJB:** Claro, es evidente que eso ocurrió, sí.

**EN: ¿Considera que ocurrió ese vínculo?**

**LJB:** Eso fue en el gobierno. Sí, claro, claro que sí, en el segundo gobierno se gobernó con ellos en el Congreso. Totalmente seguro lo que digo.

**EN: ¿Y ahora esa situación esos vínculos... esa mirada de la gente de vincular al Apra con el fujimorismo fue quizá el golpe que generó finalmente esta especie de desaparición en el nuevo congreso que convocó Vizcarra y luego en lo que ocurrió ya en el 2021? Porque en 2020 no llegan a obtener nada en el nuevo congreso...**

**LJB:** No sé si será eso. Creo que es un conjunto de cosas. Por un lado, sí. Más que la alianza con la bancada fujimorista, es la imagen de un partido que se había alejado de su posición ideológica, digamos tradicional. Ya nadie decía que era un partido de izquierda democrática. El gobierno, la forma como se gobernó con quienes el gobierno y ojo, no digo que esté mal, no digo que forma el gobierno porque no forma el gobierno, pero la manera como se planteó hizo que muchos de los que históricamente apoyaban al Apra ya lo vean de una manera. Por otro lado, como también te he mencionado, fue un gobierno en el cual la militancia no participó,

mucho. O sea, comparado con el primer gobierno en el que sí fue así. El primer gobierno, me cuentan, que aparecían las listas de los dirigentes y los distritos, los sectores para que vayan a ocupar alguna chamba en el gobierno. Ahora eso no pasó tan bien, entonces había militancia que estaba descontenta con Alan. Por otro lado, aparecieron los temas de los casos emblemáticos de corrupción. Hubo varios en ese entonces. Todo eso, más la actitud de Alan de seguir siendo él en el segundo gobierno. Él empoderó a un grupo de personas a los que se les denominó los cuarentones. Ellos prácticamente fueron los apristas que gobernaron con Alan. Carlos Arana, Omar Quesada, Nidia Vílchez el amigo Miguel Rosas, Javier Morán. Ellos sabemos que se reunían con lo que despachaban con él, los que ejecutaban las cosas con él. Bueno, claro, tú hablas, les decía “tírate” y se tiraban entonces. Ellos postularon al congreso el año 2011. Ninguno logró ser el congresista habiendo manejado programas muy importantes como, Agua Para Todos, Mejoramiento de Barrios y Pueblos, programas en el Ministerio de Vivienda y todo y sin embargo no lograron calar en el en el sentido popular. La gente no apoyó al gobierno local, tenían vínculos con alcaldes, en teoría los apoyaron. Ninguno salió congreso. ¿Listo, entonces ahí te demuestra primero que apostó por personas que no tuvieron ni siquiera la capacidad, todo, estudias, comunicación, eres comunicador, ¿no? Uno de los grandes temas de hacer algo es saberlo comunicar también y esta gente, yo creo que sí hicieron muchas obras, pero no supieron trabajar, no supieron comunicarlas, no supieron generar una correlación entre lo que se hizo y el gobierno. Entonces a la larga se preocuparon por otras cosas, sabe Dios qué cosas, a todos les fue mejor en la vida. En esos años, ninguno trabajó para pensar en el futuro como conclusión. Ninguno fue congresista, o sea los que tuvieron el gobierno en sus manos el presupuesto público para hacer obras para trabajo social. Ni siquiera podemos ser congresista, eso te demuestra un poquito el perfil de la gente con la que él sea socio. Para la parte operativa, la parte de que tenía que ver con el. ¿Trabajo con la comunidad, no, entonces? Javier Barreda fue otro, toda esa época no fue congresista. Luciana León no tuvo nada que ver en el gobierno. Actualmente son mujeres. Y Mulder, que tampoco tuvo ningún cargo del Gobierno. Ni Mulder ni Luciana estuvieron a cargo del gobierno y fueron congresistas. ¿Eso tiene alguna... alguna lógica? No. Y bueno, estoy en Lima, hablé de Lima, no ha salido ninguno, ni Jorge, ni Pastor ni nadie. Entonces eso de alguna manera queda como una lectura, sea una

lectura de lo que pasó. En ese gobierno y sin embargo, Alan insistía con esa gente. Después del segundo gobierno, siguió insistiendo con esa gente, hasta el día de su muerte, siguió insistiendo... con esa gente.

**EN: Ya que menciona el tema de la de la muerte de Alan García que tanto influyó en partido su suicidio.**

**LJB:** Yo ya no estaba en el Apra. Lo que te podría hacer es una proyección de lo que creo que pudo pasar. Yo ya había renunciado, la verdad que. Mira, él tenía mucha influencia, como te digo, mucha gente y él decidía que hacer. Muchos no daban un paso, sino decía él “hay que dar ese paso, haz esto o lo otro” y cuando hablo de muchos te hablo casi todos. Entonces, yo creo que lo que ha habido es una orfandad. A pesar de que cuando ya él en los últimos momentos de Alan, él había convocado una reunión y ya no iba nadie. Es más, hizo una reunión en el local del Apra y tuvo que hacerla en la cafetería porque estaba tan poca gente que ya se estaba “hasta las patas” con un nivel de aprobación interna incluso. A pesar de eso, los que se quedaron por serán todos los incondicionales, no que se quedaron al mando de los chicos hasta los más grandes. Todos eran incondicionales y lo que lo que pasa es que se han quedado sin saber qué hacer. Estaba un poco a la deriva, al punto que hasta el día de hoy ni siquiera se pueden poner de acuerdo en cómo van a inscribir al Apra nuevo. Mira ya han pasado varios años, no han podido participar ni en las presidenciales ni en las municipales, teniendo el Apra la posibilidad de inscribirse. ¿En 5 minutos por qué? Estuvo ahí, habla simplemente con los comités en cada en cada región, cada provincia hay apristas. ¿No y tú para inscribir un partido? Mira solamente 25000 personas. El Apra tiene largamente más que eso, en menos de 2 semanas lo podrían hacer organizadamente y no lo hacen porque no quieren porque no pueden, porque no saben cómo no lo sé. Creo que es lo que él quería salvarla no es un partido prácticamente de zombies, entonces no sé si por ahí aparezca algún zombie más inteligente que el resto y proceda a hacerlo.

**Entrevistado: Luis Alberto Salgado Dantte**

Cargo: Exsecretario de Relaciones Exteriores del Partido Aprista Peruano

Fecha de entrevista: 27 de agosto y 02 de septiembre de 2022

**Entrevistado (EN):** ¿Cuándo usted estaba en el partido, ha tenido algún cargo o siempre ha sido como militante nada más?

**LAS:** No, no, no, sí para comenzar yo vengo de un hogar que -solamente como antecedente - mi padre solía decir “el Apra más que un partido es un organismo” y como un organismo humano mi padre fue fundador de la Federación Aprista Juvenil, cofundador. Él desde el colegio Guadalupe estudio y terminó con compañero de carpeta y amigo -muy amigo- de Andrés Townsend Escurra. Lo fue años después también de Armando Villanueva porque son más o menos coetáneos, pero sobre todo con Andrés, entonces y mi madre enfermera esposa de un militante aprista, entonces en las elecciones de 1962, 63 yo tenía 9 o 10 años y yo observaba sobre todo y miraba este proceso electoral de ese año que es el que tiene sentido en su propia historia. Cuando regresé al Perú en el año 68, yo estuve 2 años estudiando y viviendo en Estados Unidos, dos años que me sirvió de mucho en la vida, además en esos años, la guerra de Vietnam, París 68, Martin Luther King, Kennedy y en la guerra de Vietnam todos los días se veía que llegaban 67 o 100 cadáveres de los marines. de Estados Unidos a territorio norteamericano y ese mismo día había muerto entre 60 o 70 u 80 vietnamitas. Digo todo esto para escenificar cómo así luego al regresar al Perú y terminar mi secundaria acá, hay un conjunto de elementos que pasaban en el mundo y en mi país se produce el 3 de octubre del 68 el golpe de Estado cuando con el “gobierno revolucionario de las Fuerzas Armadas”. Entonces es antecedente. Ya yo retomé el contacto muy fuerte, cotidiano como con el Perú a los 15 años en el Colegio Maristas del Callao. Esto y luego en 71 en el interior de la Universidad, digo ya en el 70, en quinto de media asistía solía ir ya a “La Casa del Pueblo”<sup>1</sup>. Y, sorprendentemente, estaba Haya De La Torre a la mano. Ahí llegaba todos los días 7 u 8 de la noche. Y, junto con mi padre en las conversaciones después en que alternada desde niño, retomaba hechos que en las lecturas que hacía de algunos

---

<sup>1</sup> “La Casa del Pueblo”, es el nombre que los militantes apristas le han dado a lo largo de su existencia al local del Partido Aprista Peruano, ubicado en la cuadra 10 de la avenida Alfonso Ugarte en el límite del Cercado de Lima con el distrito de Breña.

artículos o libros, bibliografía aprista que había en mi hogar acopiada por mi padre como “Cartas a los Prisioneros Apristas” es una cosa que me impresionó mucho la carta de De La Torre, fue una manera colectiva pero también emocional para mí y poder aprender de justicia social, educación gratuita y reforma agraria. A mi padre, los militares lo botaron del trabajo, y no solo a él, sino también a mi madre, que era enfermera y a los 3 meses de prueba, cuando se enteraron que era esposa de un militante o “búfalo” aprista, el director del hospital la llamó para romperle el nombramiento que tenía delante de ella, ella tenía derecho a ser enfermera nombrada luego de 3 meses de prueba. “Nos hemos enterado entonces esposa de este señor (mi padre) y está impedida en consecuencia, usted no puede estar trabajando como enfermera” Te hablo del 69, yo nací en el 52 y esos son antecedentes importantes para entender cómo así ya en la Universidad Católica ingresé en el año 71 y en marzo que fue ahí la primera vez que fui a la casa de Haya un domingo cuando era un “cachimbo” a los 18 años. Y en la casa de Haya es que se comenzaron las reuniones, cantando, conversando de política, de todo un poco con el mismo Haya De La Torre que nos invitaba a un almuerzo muy frugal, muy sencillo. Yo ya estudiaba en la Facultad de Letras de la Católica en la plaza Francia, a 3 cuadras del partido aprista, ahí conocí a Raúl Arístides Haya de la Torre, hijo de Agustín, revolucionario de Trujillo, hermano de Víctor Raúl. Y en esas idas al partido aprista, estuve como correo del suplemento aprista, una hoja que escribían con seudónimos para no ser descubiertos y comencé a distribuir esos suplementos en la Universidad a los 18 años. En el año 71 ya se cumplía el tercer año de la revolución de Velasco no obstante se quería aplicar a través de Carlos Delgado, que era un exmilitante aprista, el programa del Apra. En el año 73 creamos el Comando Universitario Aprista, hasta el último año que fui a la Universidad estuve como presidente del Centro Federado de Derecho Católica y junto al movimiento estudiantil que fundamos que es el Frente de Izquierda Democrática Estudiantil, postulamos dos veces a la Federación el año 1975. Al frente teníamos el Frente Marxista Leninista, y perdimos por 200 votos, eramos un movimiento aprista pero con tolerancia, de apertura, de inclusión, que reflejaba además o refleja la doctrina y la formulación del partido aprista como un frente de clase. En esos años se remarca más el conflicto con la izquierda comunista que nosotros calificamos como la izquierda totalitaria. Esto en el sentido de que ellos promovían un partido de clase y nosotros el partido del pueblo. Y bueno, esa es un

antecedente luego terminé y viajé a Estados Unidos. En el año 78 ya yo graduado de abogado y estudiando Ciencias Políticas en la Universidad de Montclair, en Nueva Jersey. En el año 80, fui secretario general de comando regional del noreste de los Estados Unidos, incluido Nueva York, Nueva Jersey, y el año 1980, en las elecciones donde estuvo Armando Villanueva del Campo. En el año 84 ya Alan García era secretario general del partido y se perfilaba como candidato a la presidencia. Yo estaba en Estados Unidos donde se habían generado ya sólidamente comités en Nueva York y asumo la secretaría general del comité del Apra en Nueva Jersey y paso a formar parte del comando de campaña como jefe de gabinete de la Secretaría de relaciones internacionales. Y luego asumí la Secretaría Nacional de Relaciones Internacionales del Partido Aprista Peruano entre 1989 y 1992. Es ahí donde culminó ya como dirigente nacional. Y, representando al partido en la reunión de la internacional socialista en El Cairo.

**EN: Y entonces, durante el Gobierno de García, usted tenía un cargo en ese momento, también al interior del partido en este gabinete de Relaciones Exteriores ¿cierto?**

**LAS:** Sí, claro, ese año 86 siendo yo jefe de gabinete y luego secretario de Relaciones Internacionales, organizando las actividades en coordinación con José Luis Pérez Santiago. Él fue designado viceministro de la Presidencia con Armando Villanueva. Realicé varias actividades y reuniones con embajadores y representantes de la OIT y otros con esta vocación de integración política y económica de América Latina, tratando de encontrar siempre los puntos que nos digan que nos acercaban y en los puntos que podría haber diferencia, para ir ya pasando a las posibilidades de una cada vez mayor integración política y económica de América Latina, que es 1 de los 5 postulados principales del partido. En el gobierno de García, regresé y fui asesor alta dirección, del Ministerio de Justicia y luego miembro del Consejo Nacional Penitenciario del Instituto Nacional Penitenciario em medio de esta crisis terrible de los penales, lo que años después sería un motivo de un distanciamiento elegible con Alan García y algunos otros compañeros del partido. Comenzaron a gestarse algunas diferencias sustantivas con el manejo o con la concepción del estado constitucional de Derechos Humanos que ya iba entendiéndolo así. En ese año en la crisis grave de los penales yo estaba en justicia y además formaba parte. Del Consejo Nacional Penitenciario que integramos 5 personas.

**EN: Bien, nos mantenemos temporalmente en el primer gobierno aprista, el primer Gobierno de García. ¿Desde su punto de vista, cuál es considera usted que fueron los principales aciertos y desaciertos que pueden haber existido durante este primer gobierno?**

**LAS:** A ver los aciertos primeros, reconociéndole al final a Alan García. Yo creo que primero sobre la voluntad expresada en esta capacidad retórica, carismática de Alan García en su momento joven, con 35 o 36 años, deseoso de transmitir ese postulado este programa ideal desde el aprismo, de expresarle al pueblo de Perú en sus distintas expresiones, técnicas, culturales, lingüística. Y ahí está la clave. El antiimperialismo, el antecedente que recogió el mismo Alan García, hijo de un hombre que padeció cárcel, también 10 u 11 años preso: Carlos García Ronceros. Ahí están los pro: El tema del crédito cero, el tema del programa de trabajo eventual, una vocación de integración. Alan García entre lo bueno, era muy joven, tenía una capacidad oratoria extraordinaria, calificado como uno de los mejores oradores de América Latina, lo reconozco yo mismo: me gustaba escucharlo.

¿Los errores? Yo, en el primer gobierno creía lo que decía mi presidente. Veía también en la adversidad que se enfrentaba: el tema de la banca, él lo presentó como la nacionalización o democratización del crédito. Pero la oposición lo presentaba como la estatización de la banca. Eso creo que el inicio del declive. Y eso detonó ya la candidatura del año 90 de Luis Alva Castro, Y esto fue evidente cuando llegaban directivas soterradas para apoyar la candidatura de Alberto Fujimori. Eso, junto con el manejo económico que a veces asumía el mismo Alan García, originó un intenso proceso inflacionario que llegó a ser hiperinflacionario en un contexto de una intensificación de la actividad terrorista de Sendero Luminoso y del MRTA en menor medida. Se tuvo la actividad de uno de los movimientos terroristas más despiadados y sanguinarios del planeta reconocido mundialmente, como Sendero Luminoso. Pues eso también asustaba muy fuerte en ese contexto. Junto con algunas decisiones ya menores del presidente García como designar en algunos puestos no necesariamente a técnicos que pueden haber sido apristas o no apristas, sino a gente de alguna manera improvisada. Que afectó también obviamente, la imagen del partido y la decisión de los penales...

**EN: La de develar el motín ¿no?**



**LAS:** Claro, creo que hubo como decisiones muy equivocadas. Y ese es uno de los temas que marcaron realmente mi salida en ese momento, junto con el manejo económico. Y el tema de la Banca son los 3 errores creo.

Súmame a eso lo del respaldo a Fujimori y luego el autogolpe del año 92 donde hay una persecución judicial contra García y también tiene que huir del país, porque se presumía, se señalaba que había amenazas contra su vida y ahí está esa temporada de García en el exilio.

**EN:** **¿Y qué tanto caló en el partido esa ausencia de García en esos años?**

**LAS:** No olvidemos que una de las razones del golpe de Estado fundamental es cuando Susana Higuchi, empieza a denunciar manipulaciones de apropiaciones de las donaciones, venida del extranjero en gran parte de Japón por parte de los dos hermanos de Alberto Fujimori. Luego trascendió que Susana había sido maltratada y hasta torturada, pero volviendo a la pregunta sobre Alan García. Él primero está en Colombia y luego hay una especie de mito, que iba creciendo en su ausencia. Y encima de ello la victimización, las denuncias de corrupción, los atentados de un grupo paramilitar, Luego vendría todo el proceso del fujimorismo, las denuncias del grupo Colina, la caída del régimen, em fin, un momento donde la imagen del Apra como una alternativa de regreso de García se fue configurando y la figura de Alan García iba creciendo, las denuncias proscribían y se teje toda esta posibilidad del retorno.

**EN:** **Ahora llega el 2001. En esta presentación en la plaza San Martín este reencuentro con las bases, los partidarios y luego la elección frente a Alejandro Toledo donde no gana por muy poco y ya el 2006 cuando finalmente se concreta este triunfo aparentemente esperado de Alan García. Desde su mirada como militante en ese momento ¿Qué es lo que hace que García logre ganar esta elección? ¿Cuál considera usted que son los elementos, las razones por las que obtiene la presidencia?**

**LAS:** En el 2001, yo termino mi trabajo con la ONU y decido regresar después de 9 años. Yo había renovado mi inscripción al partido por convicción, en el 2004 formo un Instituto de Derechos Humanos donde éramos muy críticos con algunas decisiones del presidente Alejandro Toledo, un gobierno errático, que quería mantener el modelo económico del fujimorismo y plantea el tema del “chorreo” que no llegaba adecuadamente a la gente. Y en eso surge la figura de un Ollanta Humala,

el de la camiseta roja con un lenguaje muy radical. Que después descubrimos simplemente que no era, no pasaba de ser un un militar. disfrazado o edulcorado con un lenguaje presuntamente actualizado, su cercanía con Hugo Chávez ya era evidente. Muchas veces lanzó algunos insultos contra otros candidatos. Y llega la segunda vuelta con Alan García, donde llega con toda la maquinaria del partido, ese ejército civil que trabajó día a día. Hay una conciencia mística del aprismo para impulsar su candidatura. Le ayudó ponerse al frente de Humala y del mismo Hugo Chávez, focalizó todo sobre la alternativa entre democracia y la amenaza de un gobierno de izquierda totalitaria o de izquierda exclusivista expresado en la persona de Ollanta Humala y eso fue lo que creo que definió la victoria. Recuerdo que con amigos se empezó a construir la figura del mal menor, no votaban a favor de Alan, sino en contra de Humala.

**EN:** Claro y ese tema del “cambio responsable”, que incluso fue parte de la campaña...

**LAS:** Sí, sí.

**EN:** Y en el 2011, el partido aprista tiene un bajón de solo cuatro escaños. Y en el 2016 obtienen 5 cuando van en esta alianza, también media rara con el Partido Popular Cristiano. Entonces, entre el 2011 y el. 2016 tienen estos cuatro, cinco años con congresistas muy representativos del partido aprista, como Mulder, Del Castillo, Luciana León...

**LAS:** Por su cercanía e incondicionalidad con Alan García. y hay un tema ahí que cala bastante en la gente que tiene que ver con esta supuesta alianza con el fujimorismo, ¿no? **EN:** Y estas actuaciones durante estas estos años del 2011 y el 2016 y luego ya las denuncias por corrupción que empiezan a aparecer con Luciana León, Velásquez Quesquén, etcétera, etcétera. ¿Estas actuaciones influyeron para que el 2020, en este nuevo congreso que generó Vizcarra, finalmente el partido aprista no tuviera ningún resultado? ¿Pueden haber influenciado esta situación?

**LAS:** Claro, esos y otros factores. Yo creo que ese es el principal factor esta cercanía extrañísima con el fujimorismo. A mí realmente me indignó muchísimo esta cercanía con el fujimorismo, con Keiko Fujimori, estas coordinaciones de las que él mismo Mulder, Del Castillo, que inicialmente denunció a Montesinos, ahora con su llamada Coordinadora Republicana, los ves juntos a Lòpez Aliaga en un discurso cambiado, eso es una total e irredimible claudicación, traición y arreamiento de las banderas

apristas. Eso sumado a otros elementos mayores, los documentos, las denuncias de la Fiscalía, a pesar de los “chávarry” y a pesar de que otros fiscales y otros jueces fueron desvaneciendo el principio de la presunción de inocencia, esta no es absoluta. (...)

Yo señalo, en un libro donde hablo de la credibilidad. De que nos vale tener presuntamente la mejor doctrina de América Latina si no somos coherentes. Yo le decía a los compañeros: La credibilidad es central y la pérdida de la credibilidad se explica, no solamente de la demagogia de ofrecer cosas que no se va a cumplir sino de comenzar a haber evidencias y la gente de la población tanto el campo como en la ciudad a sospechar que se utiliza el poder para enriquecerse y hay una corrupción que era de más altos niveles del Estado, y que se va contagiando, contaminando a los otros poderes. Entonces esto ahí hay una explicación de cómo así ya el 5% menos que había sacado Alan García, no esto en el año 2010 y. 2016 prácticamente nos ha desaparecido.

**EN:** Un poco para ir cerrando. Cuando salen estas denuncias del caso Lavajato, los acercamientos con Odebrecht, hay una serie de reacciones muy contradictorias, por un lado, decir “si nos plegamos a lo que diga la justicia, yo no me voy del país” y está la famosa frase de García del “¡ demuéstrenlo pues, imbéciles!” e inmediatamente ahí este pedido de asilo en la embajada uruguaya, hay una serie de contradicciones, las posiciones congresales del apra diciendo que es persecución política y luego el posterior suicidio de García. ¿Qué tanto influye esto de manera fundamental ya en este proceso final del 2020 2021, cuando el Apra prácticamente no tiene ninguna representación congresal, no tiene ninguna presencia en la vida política tal cual ni en el Legislativo ni el Ejecutivo?

**LAS:** Bueno yo no soy aficionado a los toros porque me parece una bestialidad, pero hay una frase que habla de la “última estocada”. Eso fue la última estocada al otrora gran partido del cual nos sentimos tan orgullosos e idealistamente vinculado. Yo creo que eso fue uno de los temas y las menciones que (...) esas son las contradicciones que a veces en que incurren aquellos que la desesperación del acorralamiento cae en el absurdo. No digo una cosa y hago lo contrario, le recuerda mucho lo que está pasando actualmente, más flagrantemente en la primera potencia todavía económica y militar del mundo de los Estados Unidos.

Entonces esto el tema de Lavajato, dicho por las declaraciones del fallecido presidente Alan García expresa esa contradicción. Y el apoyo de su entorno permanentemente incurre en esta misma contradicción, también por eso han perdido total credibilidad. O sea, ni ellos mismos pueden creer eso, pero es un intento de auto conservación de seguir de alguna manera utilizando el blindaje de lo que queda del aparato y de la mística del partido aprista peruano de la historia para el beneficio personal y para obtener y mantener impunidad y mantenerse fuera de la cárcel. O defenderse los procesos penales. Entonces, esto con el suicidio de García lo vinculo y hago un paréntesis porque yo en noviembre del 2018 le envié desde Washington a la embajada de Uruguay en Washington, una carta que dirigí al presidente Tabaré, donde le digo que Alan García no era en sí, un perseguido político y que había un régimen democrático sin tanques en las calles, con problemas, ciertamente como no pero que no puede aducirse el carácter de perseguido político, el señor Alan García, para decir que esta es una participación política y que es completamente, entonces eso es un insulto a la verdad, a la inteligencia, al sentido común. Sobre el suicidio, yo digo y lo he escrito, que una persona inocente defiende hasta el final su dignidad, su verdad y su dignidad, eso no se la quitan.

**Entrevistado: Ricardo Miguel Pinedo Caldas**

Cargo: Exsecretario personal del expresidente Alan García Pérez

Fecha de entrevista: 04 y 05 de septiembre de 2022

**Entrevistador (EN):** ¿Cómo fue su acercamiento con el partido aprista? ¿Cómo fue esa cercanía con el partido? ¿Cómo llegó a él?

**Ricardo Pinedo (RP):** Por razones familiares por la línea materna y paterna. Mis abuelos eran apristas. A ver por el lado de mi padre, mi padre se llama Víctor Raúl, Pinedo un apellido de Iquitos. Mi padre era de Iquitos y mi abuela era secretaria general de los vendedores en el mercado de Iquitos, era aprista y apenas nació mi papá, pues le puso el nombre de Víctor Raúl, por Haya De La Torre. Por el lado de mi mamá es mi abuelo, él era aprista, vino de Corongo a Lima a laborar como mozo y se afilió a la Federación de Mozos que era un ramo numeroso en la Lima de los (años) 30. Él llega a estar preso en la carceleta porque el 22 de febrero, celebrando un cumpleaños de Haya De La Torre, se da una directiva de reventar una “avellanas” y bueno, lo detuvieron y le costó casi un año de prisión. Bueno, en la casa se hablaba todo el día de política, del Apra, estábamos en los años 70, en pleno gobierno militar, yo ya estaba por salir del colegio y me involucro en el partido, asisto al local del partido sin que sepan mis padres, no podía afiliarme todavía, pero había participado en las actividades. Por ponerte un ejemplo: Fui presidente de promoción de mi colegio, era miembro del Consejo estudiantil y gané el concurso de oratoria, ¿por qué? Porque yo en las tardes bajo pretexto de irme a la biblioteca central que estaba en la avenida Abancay, que era la única que había, caminaba unas cuadras más y me las arreglaba para entrar a los debates de la Asamblea Constituyente. Entonces ahí tuve el privilegio de ver a los últimos políticos que creo daba este país ¿no? de todos los partidos de la izquierda vi a un (Javier) Diez Canseco muy joven, escuché a (Héctor) Cornejo Chávez, que era de la Democracia Cristiana. A los juristas Mario Polar Ugarteche, Ernesto Alayza Grundy y de parte del Apra, pues a Luis Alberto Sánchez, a Andrés Townsend, los veía, los leía y me empapaba de ese proceso constituyente que llegó después de 12 años de dictadura militar. Pude hacer campaña por Haya De La Torre desde mi sector que era San Juan de Miraflores y ahí ya uno entiende lo aprendido por la historia familiar, la historia que uno ya comienza a entenderla mejor porque Haya es la historia, la revolución de Trujillo, la vida del propio Haya De La Torre, entonces esa fue mi inspiración. Fue en una coyuntura

muy política, años donde se vive intensamente la política. Yo me acuerdo que iba a la plaza San Martín y me gustaba estar ahí porque se hacían círculos y había debates cosa que ahora ya no existe, lamentablemente no y caminabas en Colmena ibas al Parque Universitario y también había grupos de debate y era muy una sociedad muy politizada, con una huelga de Sutep que duró casi un año, muy violenta. Ahí Horacio Zeballos, me acuerdo que era el secretario general de esa época y el Sutep era un sindicato muy, muy fuerte y unificado y eran los últimos años de la dictadura militar, ya se había acabado las reservas, se había acabado toda la plata de las deudas. Era hora de pasarle a los civiles en la hora más difícil, para que se encarguen del país y este era un momento, yo me acuerdo muy, muy politizado. Yo tenía 17 años, pero andaba muy metido en los temas partidarios, en los mítines de la campaña de Haya, pude estar presente en la asamblea inaugural de la Asamblea Constituyente donde Haya De La Torre da su primer discurso como servidor público.

**EN: Avanzamos un poquito en el en el tiempo y nos vamos hasta el 28 de julio de 1985 cuando Alan García asume la la presidencia de la República, ¿cuál era su situación en ese momento dentro del partido?**

**RP:** Yo estudiaba en la Universidad Católica, estaba en Letras, no tenía cercanía a Alan García. En este momento él era un líder y barrió en las elecciones. ¿Era muy joven, eh? Casi inalcanzable políticamente lo pude ver en unos mítines cuando fue a mi distrito al cierre de campaña en San Juan de Miraflores. Lo pude ver desde lejos, yo estaba abocado a los estudios en la universidad, activar en el comando universitario, pero por la misma rigurosidad en la Universidad Católica eso me hizo alejar un poco, pero pertenecía al comando universitario de la Católica. Ahí nos identificábamos, éramos poquísimos, pero siempre estábamos en acción haciendo cosas, trabajo social, íbamos al partido, etcétera. No ejercí como funcionario ni nada porque era un estudiante. Pude vivir la gran ilusión de los militantes por primera vez después de tantos años de una historia muy, muy dura, muy sufrida. Hay gente que dio su vida, como Luis Negreiros Vega, Arturo Sabroso. Manuel Arévalo. Hay muchos años que gente dejó en prisión, 11 años, 12 años como Ramiro Prialé. La ilusión, la Revolución de Trujillo y que veas, pues en un instante que un aprista se pone una banda presidencial y pero también que la historia no solamente es recordar, sino que se tuvo que enfrentar nuevas coyunturas como la crisis económica, recibió la inflación que empeoraron más el tema del enfrentamiento contra la banca y, como

si fuera poco, la subversión. Yo estudiaba, fui expectante, no activé ni trabajé en el aparato del Gobierno y solamente militaba en mi comando universitario. Era un observador, sí, pero me chocó en el sentido de que nunca el trabajo termina. Sabía que, o sea, conociendo la historia aprista, siempre va a haber problemas y que nunca terminan. Ya había un antiaprismo muy, muy formado, entonces venían nuevos problemas, ya no estaba fuera de la ley, ahora era el dueño del Palacio de Gobierno y del Poder Ejecutivo, pero tenías una cosa que nadie sabía de qué se trataba, que era Sendero Luminoso que apagaba la ciudad por una semana, no se sabía cómo combatirlo, qué era, qué quería. Luego surgió el MRTA. Los errores propios que hicieron más dramática la situación económica. El problema, como te digo con la banca no, entonces este sí, sí, sí hizo obras, se trató de mantener el poder adquisitivo de la gente con muchos errores y Alan García lo reconoce en su libro “Metamemorias” ahí entendí que el trabajo político es permanente y que nunca termina tus primeros objetivos, los logros y vienen otros retos. ¿Y qué es permanente? Que hay que ser constante, eso fue lo que aprendí.

**EN: Pero, cuáles fueron, desde el punto de vista de Ricardo Pinedo, ¿cuáles fueron los aciertos y cuáles podrían haber sido los errores o las cuestiones negativas de este primer gobierno?**

**RP:** Ya en primer lugar los aciertos. Se hizo mucha política social en cuanto a mantener el poder adquisitivo de la gente. Desde la mitad del gobierno de Belaunde había un deterioro, en la economía, ya no se estaba pagando la deuda desde el gobierno de Belaunde, solamente que Alan García lo oficializó y lo hizo discurso. “Pagaremos el 10%” dijo, pero ya desde el Belaunde se venía pagando el 10%. E insisto, teníamos esta organización delincuencia subversivo terrorista, que no se le conocía y que ni la policía estaba preparada ni las Fuerzas Armadas para atacarlas, para resolver el tema rápidamente. Fue un proceso muy largo de aprendizaje en identificar al enemigo, porque una cosa es un ejército guerrillero que se presente uniformado, focalizado en una zona en la cual tú puedes enfrentar y otra cosa es tener cuatro sujetos que tiran una carga en el cine Pacífico y matan a 30 personas o que asesina por la nuca, por la espalda a policías. Fue un aprendizaje muy grande, se hizo obras, se empezó Olmos se empezó Gallito Ciego, Majes, hubo mucha obra social. Pero yo creo que lo difícil en el gobierno de Alan García, además de los errores que se hicieron, por ejemplo en el tema económico, el control de precios y los subsidios

debió ser una herramienta pasajera. Y se convirtió en permanente. Lo que ayuda a multiplicar la inflación. Pero también hay que ser consciente de que del 85 al 90 era un mundo muy distinto al de ahora. Al hablar del primer gobierno de García, hablamos del telegrama, era la forma de cómo comunicarse. No es el mundo de ahora, no ahora tú puedes ver quién te llama, ver al que te llama. Eso le llaman anacronismos los historiadores: juzgar el pasado con herramientas y elementos del presente. Y no, no debería ser así. Hay que ubicarse era la época del telegrama, del teléfono público, era la época de los apagones de -como te vuelvo a repetir- un enemigo que no se conocía, que no se dejaba conocer. Y era una época demasiado politizada. En qué sentido que, por ejemplo, recibimos el modelo económico de los militares y en ninguna parte del plan del Apra ni Haya De La Torre lo escribió, el Apra no estaba preparada, para dirigir una empresa nacional, por ejemplo, no estaba preparada para dirigir Ecasa, Petroperú, PescaPerú, MineroPerú. Eso fue un modelo que crearon los militares, sobre todo Juan Velasco, con una inclinación estatal, la visión del Estado empresario. El mundo asumía, que era así que los estados deberían, los gobiernos deberían dirigir la economía y a todo el mundo le parecía bien, pero eran empresas que como el estado no estaba preparado para dirigir las, pues se creaban forados económicos. Empresas improductivas, incapacidad total. No entonces después -a mí, por eso me causa risa- dicen, llegó Boloña o llegó Fujimori, pero ellos vinieron repitiendo lo que era una nueva corriente mundial que se denominó neoliberalismo. Que despoja la idea “oye ya el estado que ya no sea empresario, vendamos todo” y empezó en Chile, pasó a Colombia a privatizar, fue la ola privatizadora, ¿no es cierto? La ola de los 90 que después trajo mucha recesión y después trajo que la gente pierda su poder adquisitivo. Pero fue una moda, la sociedad del 85 al 90 con unas características muy particulares a lo que conocemos ahora, no había esta ciencia, no había esta tecnología en esta globalización en la información, no, entonces eran mentalidades distintas, creo que eso fue una parte buena. Se intentó aprender rápidamente a derrotar a Sendero Luminoso. Gustavo Gorriti, que es un adversario del Apra, reconoce en su libro “Sendero en los Andes” de que la derrota militar de Sendero se da con el gobierno de Alan. Básicamente con la policía, principalmente se equipó, se adecuó y aprendió a seguirla a destruir, a combatirla militarmente y en las postrimerías del gobierno de Alan García con inteligencia así que el Grupo Especial de inteligencia es creado en el gobierno de



Alan García y se allana la primera casa donde estuvo Abimael y todo su séquito, ahí se encuentran los lentes de Abimael, sus pastillas. Lamentablemente no se le encontró a él, se encontró algo escrito, que había estado hasta días antes, pero ya era el primer paso, ¿no? Y la policía llegó a la conclusión, estamos tratando de agarrar el terrorista que pone una bomba en la noche, pero no conocemos a la cúpula, entonces comenzaron a hacer una historia, a aplicar nuevos métodos, seguimientos, filmaciones para poder lograr identificar, y es así que eso permite poco a poco conocer al comité central, conocer a la compañera de Abimael, a los que estaban siempre cerca. Se despejó la duda de si Abimael estaba muerto, estaba vivo, habían varias versiones. Hasta que se encontraron las fotos los videos donde baila “Zorba el griego”, entonces este trabajo de inteligencia da sus frutos. Tanto así que el Grupo Especial de Inteligencia, los que capturan Abimael Guzmán son los mismos que crearon esta inteligencia. Y militarmente se le pudo no como dice Gorriti que es bien inteligente, pero en esa parte es falso, que Sendero logró tener zonas liberadas. En el Perú nunca las tuvo, al contrario, aparece en escena y comienza a comprimirse porque las Fuerzas Armadas primero a la mala, o sea de una comunidad entraba y mataban a los 100 comuneros y ellos su lógica, ellos de 100 uno era senderista, ¿no? Luego la policía ya focaliza a las columnas, comienza a equiparse la policía, primero a ver trataba de seguir a Sendero Luminoso con binoculares. No tenía visores nocturnos. Lo seguía con sus MGP, que son unas ametralladoras que sea la Marina de guerra que tiene 22 casquillos, pasa a tener su AKM que es un fusil de asalto. Comienza a tener lanzagranadas, comienza a tener vehículos especiales para río y selva, uniformes especiales, prácticas, comandos especiales y eso. Eso hace que Sendero huya del monte y tanto es así que Abimael Guzmán si hubiera tenido una zona liberada, pues hubiera quedado ahí, se hubiera quedado ahí para su seguridad. Se viene a Lima porque, militarmente las huestes senderistas ya habían tirado la toalla, solamente les quedaba hacer el terror en la ciudad y aumentar, por eso lo de Tarata, porque ya no había nada en provincia o casi nada, no casi nada era militarmente. Fueron muy golpeados y empezaron los trabajos de inteligencia. Eso fue -si bien es cierto, fue el 92 que se logra la captura- la idea de inteligencia de aplicar este seguimientos e identificar para conocer el enemigo empezó con el gobierno de Alan García, que además el partido dio una cuota muy alta de muertos: alcaldes, prefectos, subprefectos, hemos logrado contabilizar 1600 más o menos a

nivel nacional de alcaldes que sabía, o sea el compañero que se presentaba para la alcaldía de Huanta, sabía que iba a morir. Para nosotros era así, era parte de la historia, no solamente discursos, sino que si llega el momento en que tú puedes poner, debes poner tu vida en juego en virtud de lo que creas pues hay que ponerlo. Total, lo han hecho desde que se fundó el partido ¿no? había esa mitología, ese mito, esa mística que es muy fuerte entre los militantes que es distinto al aprista de ahora que solamente conoce dos gobiernos y cargos públicos. Ojo yo no me ciego no que el aprista de ahora no es igual que al de antes. Hasta el 85, 90 para ser gobernador había que dar la cara, reuniones del comando universitario aprista, en la sierra de Trujillo, en Ica, atentado contra los locales partidarios, asesinato del secretario general, esa es la historia que sabíamos que también nos contaban los abuelos.

En la parte negativa, creo yo y era la época del sistema presidencialista, cambiamos a Belaunde, que era una persona mayor, los diarios dibujaban a Belaunde viviendo en una nube y sacaba su mapa. Concretando, entonces pasamos de un presidente que estaba extraviado y que se pasaron los 5 años minimizando la labor de Sendero y pasaste prontamente a una especie de actor de cine, a un joven de 36 años, de un metro 85, que cantaba, “pintón”, que hablaba muy bien y una especie de personificación muy fuerte que yo creo que a la larga fue un error ¿no? Alan, siempre me decía lo siguiente, “hay que tener cuidado de estar en el escenario permanentemente porque es bonito, a uno lo aplauden y es el galán, todo el mundo está enfocado en él, que hace que no hace cómo se peina, que habla, que dice, qué inteligente”, pero me decía “tarde o temprano el que está en el escenario tiene que cargar la cruz también” porque es bonito para ciertos momentos, pero cuando sale el Fenómeno del Niño, cuando hay subversión, cuando se apaga también es el culpable y tiene que cargar su cruz. Entonces había yo creo que es el tema de los liderazgos fuertes, que todo el mundo voltea a ver que dice el líder y se hace lo que dice el líder, y eso yo creo que tiene su pro y su contra porque te va creando un partido flojo. Un partido ocioso que ya no hace su labor. El comité de Ilave, por ejemplo, ya no hace política porque hay que esperar que dice el líder. Y, además, como el tipo es un fuera de serie que él me ponga el alcalde, que venga acá haga una visita y salimos todos alcaldes, pero se posterga el trabajo político que era la base, el pilar del Apra,. He hablado con muchos líderes apristas viejos. Ante la persistencia de Haya De La Torre sin tener todos los medios que tenemos ahora sin tener medios económicos.

Perseguido de casa en casa, escondido por compañeros o familias que lo quería huyendo o estando preso o fuera, desterrado y hacía política persistentemente, pero eso cambia muchísimo ahora al aprista que no está acostumbrado a eso.

**EN: Nos habíamos quedado en este impacto que tenía García en el partido, en la gente y cómo esto había servido para que en algún momento también se descuiden las formas de hacer política, porque significa una fuerza de la presencia de García.**

**RP:** Claro, porque el liderazgo está tan fuerte que todos voltean a ver qué decide él y y esta pasividad hace que se deje de hacer política como te lo repito y todas las decisiones se van empezando en una sola persona. Y un estado, un partido no lo puedes dirigir así, con nadie de una manera muy personalísima, o sea, no es la forma, por lo menos nunca lo aprendimos así en el Apra que yo sé que la coyuntura, etcétera, pero creo que es el precio que pagan los movimientos que tienen unos liderazgos de la magnitud como la de García.

**EN: Ahora esa presencia de Alan García. La situación contraria a partir del año 92, cuando él tiene que dejar el país después del autogolpe de Fujimori, ¿qué tanto impactan que tanto cala en el partido esa ausencia de Alan García?**

**RP:** Muchísimo porque -y hay dos elecciones presidenciales que lo demuestran- el partido saca 3%. Es un buen ejemplo el que tú traes a colación, porque se demostró que sin él, en la arena política del partido se presentó a Meche Cabanillas como candidata presidencial Abel Salinas y fueron desastrosos en ese tiempo. Yo iba al partido, trabajé como secretario personal de Agustín Mantilla, secretario general en el año 95 y pude ver de cerca que el Apra no ganábamos ni en zonas de siempre como Surquillo. ¿Por qué? por lo que hemos venido hablando: el discurso político, el lema, la organización giraba en torno a su liderazgo. Y eso tiene vuelvo a repetir un lado positivo porque el tipo era un político, en esencia, respiraba política, las 24 horas del día, el domingo aparecía con sus proyectos, los cumplía, los ejecutaba y empezar otro al día siguiente: incansable. Como dicen varios, un animal político en el sentido de que respiraba política de las 24 horas. Entonces, si tú ausentas a la persona, por eso es que Montesinos en un operativo militar el 5 de abril le manda al ejército. ¿Y, cómo lo pudimos saber después? La idea era matarlo porque Montesinos siempre tuvo un plan que era asaltar el poder se lo había planteado ya inclusive a generales cuando él estaba en el Ejército y le decían, “tú estás loco ¿no?” Y el cinco de abril lo logra, y

él sabía que Alan García iba a ser una piedra en el zapato en un plan de quedarse 9, 10, 15 años en el poder, pero para eso había que anular Alan García y la única casa que es asaltada militarmente, son dos casas en Lima y estuve en una de ellas en la casa de Agustín Mantilla. Rodean la casa comandos militares con subfusiles con silenciador. 150 hombres rodearon la casa donde estábamos en una reunión política. Y recibimos la llamada de la casa de Alan anunciándonos que también está siendo rodeada. ¿Bueno, eso es otra historia no ya? Habíamos recibido una llamada un día antes diciendo que. No que iba a haber golpe militar sino de que iban a matar a Mantilla y esa fue la versión que nos llegó a través de una persona de confianza de Susana Higuchi, que es la que nos avisó. Entonces este dijimos, se hizo un plan esa noche para salir fuera de Lima tal como se tenía planeado en caso de un ataque senderista, pero se deshizo el día siguiente a las 6:00 de la mañana, dijo, no mejor cada uno que se vaya a su casa. Nosotros aprovechamos, era un domingo para estamos tratando de sacar una revista que se llamaba Presencia en la casa de Mantilla y se fue la luz. Nos informaron que estaba rodeada la casa, pedían que salga Agustín Mantilla con las manos en alto. Recibimos la llamada de Alan, pero esa es una historia aparte. Entonces, cuando él se va, el partido queda descabezado, estaban Jorge del Castillo, Luis Alva Castro, pero al no tener esa magnitud, ese peso en medios ni en el propio partido ni en las plazas, el partido comienza, pues a poco a poco cada uno se va a su casa a lo suyo y queda totalmente descabezado. Eso es lo que mi experiencia que yo pude ver la raíz del golpe.

**EN: Claro, es una presencia fuerte y en el año 2001, cuando retorna Alan García al al país, cuál era su – dos cosas muy puntuales ¿ya? ¿Cuál era su situación dentro del del partido? ¿Y cuándo García regresa, usted participa en este equipo, en este grupo de personas que toman la decisión que termina finalmente en la candidatura de Alan García para las elecciones del 2001?**

**RP:** Sí, brevemente, yo fui nueve años secretario de Agustín Mantilla. Lo conocí en el último año de gobierno. En el primer gobierno apoyaba a una oficina del ministerio de Interior, luego pasó lo del 92, nos agarró el golpe de Estado en su casa. Seguí trabajando con él porque era mi amigo, era mi compañero y entró en una situación difícil de estar en prisión. Conocí a su mamá, que era una persona de avanzada edad. Y yo fuera de mis horas de trabajo iba acompañando a la familia, que se quedó sola y de Alan no se sabía nada solo que había ido a asilarse a Colombia. Yo acompañé a

Agustín que salió el año 94 de la prisión, fue elegido secretario general el 95 que hay elecciones logra ser parlamentario y me iba a trabajar con él en el congreso y un día, un sábado que yo estaba trabajando en el Congreso, Alan se va Colombia el 92, luego cuando se entera que el grupo Colina va a Colombia, este por sugerencia del presidente Pastrana y por ofrecimiento de la embajada francesa, porque Francois Mitterrand era, amigo personal de Alan, le ofrece que se vaya a París en calidad de refugiado, porque se recibe una nota de inteligencia que nueve militares peruanos sin declararlo habían entrado con DNI y nombres distintos y la inteligencia colombiana logró identificar a Martín Rivas. Le dijeron, sabes que vienen por ti y lo mejor es que busques otro lugar. Y llega el ofrecimiento de Mitterrand de ir a París para que vaya en calidad de refugiado y él se va con toda su familia. Son del 92 al 95 dentro del partido, el propio Agustín no sabíamos nada de Alan García. Alan García entró en un periodo de ostracismo. No quería ninguna vinculación ni aparecer, no hay ningún artículo ni noticia si buscas del 92 al 95 no hay ni un artículo de Alan García, no hay ninguna entrevista. Todo el mundo preguntaba por él, creían que Agustín sabía dónde estaba, porque era su hombre de confianza, fue su secretario. Hasta que un día en el 95, cuando yo trabajaba en el Congreso con Mantilla ya de congresista, recibo un correo y me dicen este hola Agustín, soy Alan y yo manejaba el correo del congresista Mantilla y le digo, “no jueguen con el correo institucional, este es un correo institucional”, yo soy Alan, quién habla, me responde. Yo soy Ricardo Pinedo, y él seguía, “yo soy Alan, quiero hablar con Agustín a través del correo” y yo vuelvo a poner “por favor este correo institucional no”, me piden un número y le doy el número telefónico de la oficina y llama y yo cuando levanto el teléfono se identificó y yo escuché su voz. Yo estaba muy nervioso, tartamudeaba, ya no sabía qué decir, era mi líder, el líder, el hombre que casi matan el 92. Y a raíz de esa conversación comenzamos a hacer trabajo político. “No oiga, yo tengo un libro. Usted cree que lo pude imprimir en Lima y usted lo puede presentar” y poco a poco así nos fuimos conociendo sin habernos conocido personalmente. Hasta el año 97 trabajo para él, dejo el Congreso y trabajo directamente para él en una serie de libros y trabajos políticos que hace. Y el 97 me invita a que vaya a París. Así que fui. Lo conocí personalmente a él, a la familia y todo y allá. Reuniones también en Bogotá, reuniones políticas y sí participé porque el que estaba a cargo de toda la recepción cuando él venía de Colombia. Era Agustín Mantilla, pero Agustín ya

estaba problemas con su... iba a estar en problemas con su vladivideo. Entonces habla con el presidente y el presidente pide que yo pase a ser a estar a cargo a dos días, a dos días de la llegada de la Lima. Y a mí me temblaban las piernas, porque había una expectativa muy grande, siempre habíamos trabajado, pues a través del “bíper” o del correo electrónico y otra cosa era ya él, el personaje aquí en el aeropuerto, ¿no? Y yo, pues nunca había estado, si bien es cierto, había trabajado años como secretario político de Mantilla, una cosa es mantilla, otra cosa era Alan García y la expectativa era eso ¿no?, pero bueno “a lo hecho pecho” asumí. Así estuvimos desde el primer día que llegó hasta el 17 de abril de 2019. Nos fuimos a una casa que le pude conseguir y en la noche nos fuimos al mitin de la plaza de San Martín, ese conocido mitin que se considera su mejor intervención oratoria en el Perú. Ya 2 años antes nos habíamos conocido en Francia, etcétera. Este ya, pero acá el trabajo presencial empezó ya con él su regreso el año 2000, no así que este sí participé y concluía que era un Alan distinto a lo que me habían dicho, Alan era un tipo más reflexivo, era un tipo que escuchaba muchísimo, que entendía que el mundo había cambiado, que la globalización era indetenible y lo más importante que era consciente de los errores que había cometido en el primer gobierno. Y yo creo que aprendió, participamos en la elección del 2001, trabajé con él en el comando de campaña. Pero no ganamos, nos faltó poco y fue una experiencia. Él me decía, “es el precio que hay que pagar después de 9 años de campaña de los medios fujimoristas” contra él. Y bueno, también trabajé permanentemente después del 2001 hasta el 2006, que pudimos ganar esa vez

**EN: Esa diferencia del del García del 2001 hacia adelante, comparado con el García del 85/90, que es algo que muchos mencionan incluso en entrevistas, en perfiles cuando hablan de Alan García. Ese García, distinto esa diferencia ¿es la que hace que finalmente en el 2006 logre volver a la presidencia cómo lo dice?**

**RP:** Sí, en mucho. Primero, el golpe de a ver Alan García desde el 85, era un hombre. Que podía reunir multitudes. Salía al balcón y en 20 minutos había 1000 personas frente a él y de pronto, él me lo contó en París, que nunca sintió un dolor tan fuerte como después del cinco de abril. Me decía “imagine gente que yo he nombrado prefectos, subprefectos, viceministros, gente que salió diputados, senadores, con solo tomarse una foto conmigo y que nadie vaya a la puerta de mi casa a defenderme esa noche. Yo estaba solo con mis cuatro hijos porque no estaba la señora Pilar estaba

en el extranjero y se esa soledad -me dijo- me afectó muchísimo”. Cómo puedes tener la plaza de Chimbote llena con más de 30 mil almas gritando. Y en un momento de problemas no tienes ni una preocupada tocándote la puerta y si están bien tus hijos. Eso fue un golpe muy emocional, muy fuerte para él.

Él se va a París, y estaba en el eje del cambio del mundo, de la globalización y entendió que los políticos tienen que rendirse ante la tecnología, a estas nuevas formas de comunicarse, lo que vendría después, las redes, el Twitter comunicándose con otros compañeros. Y ahí enquistó una frase que dijo en varias entrevistas “el que no conoce su pasado corre el riesgo de volver a repetir” yo creo que era un mensaje potente porque siempre se dijo que no era autocrítico, que el ego le ganaba. Y algo que también le va a servir mucho es que se desliga totalmente con toda la gente que lo acompañó en el primer gobierno. “Me preocupa”, dijo él “yo llegando a Lima, no puedo tener una foto con los mismos personajes, no quiero, no quiero y no puedo”. Tanto es así que me manda una relación de personas a las que él no quería ver en el aeropuerto y anda entiende tú en una multitud de 3000 personas, como le digo a 25 - esa fue mi primera tarea que yo no sabía cómo cumplirla- que no se acerquen. Al final lo pude hacer porque fueron los 25, o sea, estaban ahí. Entiende los cambios de tal forma que nuestros primeros ministros no han sido apristas, han sido el profesor Luis Carranza, etcétera, etcétera. No y aprendió el que la política no debe meterse en política y en economía, perdón, y que hay que hacer antes que hablar. Tanto es así que tuvo el gobierno exitoso que hasta los adversarios reconocen, no influyó muchísimo más, era otra en totalmente distinto.

**EN: Ahora, en el 2011, el Apra obtiene sólo cuatro escaños y en el 2016 aumentan a 5. Después de esta alianza que algunos consideraron media extraña con el Partido Popular Cristiano. Y en ese momento en la prensa, analistas políticos había también toda una mirada de se hablaba de una alianza apofujimorista. No se hablaba de esta alianza tácita de una supuesta relación con el con el fujimorismo. ¿Tanto lo del 2011 como lo del 2016 puede haber influido de alguna forma para lo que vino después, en el 2020, que no se obtuvo ningún congresista en el proceso de reelección? Las confrontaciones con Vizcarra, el caso Lavajato, el tema Odebrecht, las posiciones de los congresistas muy altisonantes también al momento de defender estos temas. ¿Qué tanto influyó estas situaciones en el resultado electoral del 2020, donde**

**prácticamente el Apra no consigue ningún ningún congresista en este congreso complementario?**

**RP:** A ver eso son varios hechos muy importantes, los que has nombrado. A ver, primero él se había trazado la meta de acabar el gobierno, bien, tratar de que no haya escándalos, sobre todo de corrupción del gobierno de Toledo. Lo que más se nos acercó, y que felizmente no logró poner un ladrillo fue este señor Canaan y los petroaudios. Ahí pidió la renuncia del premier. Del Castillo tuvo que dejar el cargo. Felizmente este señor no puso nada. Pero sí había conversaciones que dañaron la imagen y este, eso afectó muchísimo, pero se tomaron medidas también muy rápidamente. Como te digo, tuvo que salir el premier que en ese tiempo era Jorge del Castillo, no, y tirar para adelante los resultados fueron muy buenos en la gestión. Económicamente crecimos los 5 años a un porcentaje de 6, 7% aún en el año de crisis de 2009 SEC. El empleo se triplicó, las divisas se triplicaron. Que se hizo mucha obra, mucha obra, 5 millones de peruanos tuvieron agua por primera vez, 3 en Lima y dos en provincia. 3 millones tuvieron luz eléctrica por primera vez, un programa muy, muy este intenso de electrificación rural. Viajamos muchísimo a. A las alturas con unos helicópteros viejitos llegamos a unos caseríos a poner la electricidad. Que se redujo la pobreza, se redujo la anemia, están los indicadores al margen de que podamos ser pro o anti alanistas están los indicadores y el Perú ya no volvió a crecer. Fuimos país piloto en América Latina, le ganamos a Chile y Alan su preocupación era terminar bien hasta el último día. No lo logró. Y él muchas veces, manifestó el partido que hasta ahí. nomás llegaba. Pero volvemos al tema que es un liderazgo fuerte y tú no lo puedes esconder debajo de una cama. ¿Pero los parlamentarios seguían a la reunión, hay que hacer esto, cómo vamos a hacer esto como? Y don Humala se encargó de crearnos la megacomisión y ahí empezó el proceso de de tratar de criminalizarlo. Alan García, pues decía, yo estoy yo tenía pensado retirarme. Ya no quiero hacer política y ahora quiero retirarme. Quiero hacer mi vida dedicarme a mi hijo y las reuniones y las reuniones políticas que invitaban de acá que Arequipa, que Trujillo, que la fraternidad, hay que dar un mensaje al país, pero él ya yo lo notaba, sabes “para qué sí ya lo logré” Igual era un liderazgo fuerte, él todavía no había partido España ni nada y nos criminalizan con el tema de la mega comisión por dos años. Y yo creo que fue un error nuestro, dejamos de hacer política y nos convertimos en un estudio de abogados. Había que buscar la la minuta de la compra



de la primera casa de Alan García del carro del año 80, que, como compró su casa en Chacarilla. Los sueldos de constituyente y me veías a mí, pues en los bancos pidiendo esos documentos que nos pedían los fiscales. La prensa agresiva que hacía el juego a esta disyuntiva mega investigación que después de tres años concluyó que no había desbalance patrimonial. Pero nos logró quitar el foco. Esos tres años, lo único que teníamos era reunión con abogado, reunión con abogado, reunión con abogado que sí que hay que poner el recurso que vamos a la Fiscalía, que no vamos, pues con la audiencia hay que presentar pruebas, que busque usted Pineda en la base del Banco Interbank, el préstamo que yo pedí, cómo compré la playa de los pulpos que como la vendí 3 años, no digamos a eso? No y yo creo que ahí empezó ya no lo notaba, muy atraído por la idea de volver a participar. No porque su lógica era así. Sí, ya lo he hecho, tengo dos gobiernos, uno malo y uno muy bueno ya está. ¿O sea, no solamente llevo al Apra a un gobierno que ni Haya de la Torre lo pudo hacer? Sino dos

**EN: Ya lo había logrado... todo hecho ya.**

**RP:** Está hecho todo, ese era su logro. Y los compañeros no daban un paso si él no lo decía Te vas acostumbrando a que te hagan el trabajo- Entonces seguimos en lo político, seguíamos defendiendo judicialmente, pero este proceso de criminalización que yo le llamo se fue acrecentando cada vez mas no y básicamente lo trataron de involucrar como sea. Con los otros presidentes, los mismos brasileros decían “el señor me pidió, la esposa me pidió” con Nadine se declaró la reunión en un departamento en Bajada Balta... habían relatos, colaboraciones muy fuertes que no ocurría en el caso de Alan García, no, pero había que ver la forma de involucrarlo, que “AG” en la agenda de Odebrecht era Alan García, fue una campaña muy fuerte del tema de los agendas de las siglas “AG” que eran Andrade Gutiérrez. Luego las fotos con Barata, hasta que terminó con el tema de las conferencias. Esas conferencias yo las organicé y tengo desde el primer mail “hola Ricardo soy José Mujica de la confederación panameña y queremos al presidente García” y esas conferencias pagan bien a los expresidentes. Hay un ranking. Cosa que se desconocía o se quería desconocernos rápidamente. Te digo, por ejemplo, cualquier expresidente brasileño. no baja por 20 minutos, de 250000 dólares no baja su tarifa debe ser por su importancia geopolítica. No Brasil es el monstruo desde antes. De ahí viene. México, que puede estar entre 180 o 200 mil. Está lindo, imagino yo por una importancia geopolítica, país limítrofe con Estados Unidos. Y de ahí ya viene

Ecuador, Colombia, nosotros, y te pagan por 20 minutos pues estos 100 mil dólares. Tienes que pagar el 20% de impuestos. Y son gente que el tiempo lo valora mucho y te dice, mira, Ricardo soy de JP Morgan, queremos a Alan García de acá a un mes tiene 20 minutos para hablar porque es un almuerzo de los fondos de inversión que tenemos, queremos ver, vale la pena o no invertir en el Perú de Humala porque Humala es chavista y por lo menos el 2001 fue. Queremos saber si el 2011 y lo sigue siendo no y la gente quiere saber. A ver pagamos 100 mil dólares, 20 minutos ni 1 minuto más porque tenemos una lista de una hora y así es el mundo de la conferencia. Te pagan el viaje en primera, estás 5 días ahí turisteando todo costa de ellos, es así. Las 36 las organicé yo y para tu información yo no he sido citado, pero ni por el congreso. Las 36 yo gestionaba los contratos, mandamos intercambiábamos por correo mi número de cuenta que era la cuenta pública. Me pagaban y de ello inmediatamente a contador “ven para acá 20% de impuestos”, una porque sabíamos que nos iban a querer agarrar, no paga impuestos. Aquí la política es si vas a dar una conferencia a México hay una polémica, la Sunat -yo hice la constatación por escrito- y me dijeron “no pague porque este es un honorario recibido en el extranjero”. Pero otras personas, un exministro de economía me decían “págalo, porque eso puede ser cierto, pero Alan García no le van a perdonar porque vas a tener un montón de conferencias que no pague impuestos” y le hicimos caso y 20% se iban a la Sunat. Yo no fui llamado a la fiscalía.

Se dice que la conferencia de Brasil que eran 6000 dólares ante la Federación de industrias de Sao Paulo era dinero de la Caja 2 de Odebrecht. Dime, tú si tú vendes lentes y yo te voy a comprar esos lentes saco mi billete de 100 dólares ¿es tu obligación, tu deber que tú sepas de donde yo saqué esa plata? Tú recibes tú vendes y recibes mi plata, no tienes por qué saber salvo que yo diga ante el juez, señor, “yo le dije a Paco que esos 100 dólares era que los había robado una señora a una abuelita en el semáforo”. Entonces ya ahí si tienes complicidad y yo no tengo, no es mi trabajo saber de dónde me paga JP Morgan, la central panameña, la Confederación de Confeccionistas de Medellín, yo no tengo por qué saber. Eso es problema de ellos. Yo no tengo porque decirle al señor que me de garantía de que su dinero es limpio, no era mi chamba, no “que esa plata era de la caja dos, que es ilícito”. Por eso ordenan detener a Alan. Cinco días después de su suicidio, hay un interrogatorio a Jorge Barata. Dos hora y media de interrogatorio y ninguna pregunta sobre la conferencia

bendita. Yo arreglé con mi familia, porque yo sabía que me iban a meter preso por ese tema de la conferencia, pero yo he presentado todos mis correos de ida y vuelta donde va a almorzar si va a haber conferencia de prensa o no. ¿Cuánto tiempo se va a quedar en Sao Paulo el presidente si le gustaría tener una reunión en la noche con tal en la tarde con tal que respondió todo hasta oye, cuándo me van a pagar? Se están demorando y me mandan el contrato de un estudio de abogados que varios organizadores me han mandado. Firmamos, me depositaron, paguen impuesto y ahí está. Nunca he sido citado. Demostración más clara de que fue un pretexto la detención porque y hasta el momento ni Barata ni Marcelo Odebrecht dijeron “Si habíamos quedado con Alan en contratarlo” y lo que dice el fiscal, que era una coima diferida. ¿Que fue por darle el tren eléctrico a ellos la pregunta se caía sola, no o sea a un a un viceministro, cómo era el señor Cuba? ¿Un viceministro? ¿Le dieron 8 millones de dólares y al presidente de la República es que por una coima le hacen una conferencia y 6000 no, no tenía lógica, no? ¿Entonces este eso agravó? La la situación ahora el 2016 que pasó. Lo hice, lo explica Alan García y bueno, y tengo que dar mi manifiesto. ¿Este él considera que fue un gran error, no? Entre que la familia priista no le pedí al hermano mayor que no los deje, pues no, porque ellos sabían que se inhalan otra vez. Era el 5 por 104%. Y no habíamos medido nosotros el gran daño de imagen que se había hecho desde Humala. Y sumado Vizcarra con esto del IDL, de Canal N, El Comercio, que desespera muchísimo la forma cómo mentían en cuanto a la información que salía del Brasil a ver a un interrogatorio a Marcelo Odebrecht y yo estaba, pues con el abogado al teléfono, no, hoy que he dicho cómo es que estoy diciendo, entonces Ricardo dile al presidente que Marcelo acaba de decir que nunca ha hablado de ilicitudes con el presidente. Esa era una buena noticia, digamos para nosotros ¿no? Muy bien. En eso salía El Comercio y decía “Marcelo Odebrecht dice que no le dio nada a Alan, pero esto quiere decir que no se le haya dado, debe saberlo el señor Barata. Es posible porque a todos le dábamos”, „llegaban informaciones totalmente distintas y yo gestionaba entrevistas para Alan García para desmentir, no me las daban no y mucho peso te di todos los canales te repetían, no, el dos, el cuatro, el cinco todos decían “Odebrecht ha dicho que le ha dado a todos”

Barata nunca lo dijo, nunca se lo preguntaron de manera directa. Si tú tienes a Barata y eres fiscal, hermano lo primero que pregunta es “Señor Barata ¿El señor Alan

García le pidió 100 mil dólares, le presentó una cuenta, le presentó un testafierro? Entonces el tema se agrava cuando él decide postular el 2016 me lo pregunta a mí varias veces y yo le dije, “mire presidente, esto, yo creo que es una decisión que usted la tiene que tomar. ¿Por qué? Porque es como el boxeador como el que sube al ring. Si usted sube al ring dudando le van a pegar porque no tiene fe. No está convencido de que usted va a vencer. Tome un tiempo decida bien, piense bien porque no hay nada peor presidente, que usted se suba al cuadrilátero en la duda de que doy o no doy” Una noche -porque él era así- veo el anuncio en televisión. Alan García anuncia que se lanza. Eso, después lo hablamos fue un error porque no había medido el destrozo de imagen que había habido a través de estos cuatro, cinco años de ligarlo a Odebrecht como fuera, como sea, hasta la fecha es que los brasileños nunca dijeron que le habían dado dinero. Lo dicen dos rufianes como Nava y Atala, que no sé cuál ha sido su aporte, como colaborador eficaz, pero, en fin.

**EN: Están en su casa**

**RP:** Y no han aportado nada, acuérdate que ellos debían brindar colaboración información para desbaratar una red criminal. Enrique Cornejo sigue dando sus clases, José Antonio Chang, rector de la San Martín, Aurelio Pastor sigue teniendo su bufete de abogados. No hay nada de nada. Sigue la señora Pilar, comprendida injustamente le acusan de que antes tenía una casa y ahora tiene nueve inmuebles. Te explico la casa que han vivido toda la vida los García se divorcian y Alan García le regala la casa. La señora sola, porque todos sus hijos son profesionales trabajando la gran mayoría en el Perú, lo que hace, se lo vende a una constructora, y le dice levanta un edificio y me das 3 departamentos con sus dos cocheras y dos depósitos como forma de pago y ya yo vendo eso. Entonces, la Fiscalía dice, usted tenía antes una casa, ahora tiene nueve propiedades, contándole los estacionamientos y ahí tú la ves a la señora acudiendo a aclarar eso donde dicen que en la la organización criminal ella es la encargada de lavar el dinero. Ya es totalmente distinto a los casos que estamos viendo en la actualidad con el presidente castillo, que tú encuentras transferencias, tu encuentras versiones de colaboradores eficaces que se contradicen con las llamadas, la geolocalización de los celulares. Totalmente distinto porque cuando comete delito, el delito deja huella, aunque no quieras.

Ahora no sólo de García fue una terquedad de quererlo, poner de querer meter ahora el partido que le pedía a través de su comité político. Y hubo un error sin medir cuál

era la imagen, si la gente lo recordará por las obras. Se lanza y el daño había sido muy fuerte en cuanto a imagen, porque nos ponían, pues al lado de Toledo, de los Humala, un presidente más, a pesar de que los brasileños nunca dijeron que nos habían dado dinero o que habían sido solicitados para dar dinero a García o del propio García o mandado por alguien. Pero el 2016 él se lanza y fue el gran error de su vida. Porque las cosas no funcionaron, la gente no lo quería escuchar. Los propios apristas estaban desencantados, había desánimo, sabían que no iban a ganar, entonces fue muy complicado. Esa campaña no fue muy, muy completa. Además, la mitad de tu cabeza está a la espera de Fiscalía, o lo que decía Ideele sobre el supuesto boom y la mitad era, “oye, mañana vamos a Cusco” y luego “no, cancelemos Cusco porque hay que ir a la Fiscalía, ha salido, no mejor nos quedamos porque hay que dar una conferencia de prensa sobre una supuesta foto. Hay que aclararlo, no voy”. Era un “arroz con mango”, la verdad no fue la mejor campaña que yo he visto he podido acompañar dos campañas y aquí no estabas enfocado. Él mismo no sabía si quería o no lo dice su libro “Metamemorias” fue un gran error dice “no me di la oportunidad y tener la fuerza, es decir, no saben que yo ya cumplí mi parte suerte y adiós, no, o sea, nunca adiós, sino vean ustedes, pues ya yo no puedo estar viviendo eternamente, no para el partido”, así que este fue un error y ahí él lo reconoció. Hay un discurso muy interesante que creo que te puede servir que es la noche, donde se conocen los resultados, baja y declaró sin la presencia de ninguno que le pidió, postule, todos estaban en su casa, y él, dice lo siguiente, “yo creo que mi estrella se apagó y anunció al país mi retiro de la política”, en ese momento era consciente de esto, ya no va más como político, ya no soy el orador, ya he recorrido estado en el escenario más de 2 décadas y todo pues arañado, golpeado y ya cansado y ya logre lo que sea para que siga. Se fue al Instituto de Gobierno a dar sus clases a hacer su libro, pero igual se incrementó la persecución fiscal. El fiscal habla de una organización criminal y hasta la fecha no lo puede probar. Creo que no va a pasar nunca

**EN: Un momento complicado para el partido, luego el suicidio y de eso seguramente. ¿Se ha hablado bastante también respecto al tema, ¿no?**

**RP:** Sí, claro, claro, había yo lo que me admiré mucho, son cosas como las que ya te conté, de la soledad que sintió el 5 de abril del 92. Esa soledad de la que él me habló la viví. como tres semanas antes de que se suicide no y el poder, por lo que he leído tiene esa característica que te lleva a una soledad muy grande estando arriba o estando

abajo, peor cuando estás abajo. Este es la parte ingrata de la política, y uno debe asumirlo así, nunca debe vivir esperando una gratitud o un agradecimiento, pero eso es muy duro. Es muy duro hubo una soledad muy grande política alrededor de él que lo llevó a tomar esa decisión. Yo creo que si hubiera estado acompañado en todo el proceso, hubiéramos podido evitar, pero este él ya lo tenía decidido, pues no, no iba a ofrecer la foto esposado. Pero antes de eso pasa el episodio en la embajada de Uruguay, en la cual estuve permanentemente al lado de él, pero bueno ya y terminó así su vida, ¿no? Él decidió eso antes de verse enmarcado y que lo muestren ahí como un trofeo de guerra.