



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

Instituto de Gobierno y de Gestión Pública

## La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile. Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014

### The Peruvian communication strategy in the maritime dispute with Chile. Communicating the ruling of the International Court of Justice in The Hague in 2014

61

Recibido: 09 de junio de 2020

Aprobado: 25 de junio de 2020

#### Autor 1:

Lcdo. Arturo Valverde  
Pastor  
Especialista y asesor en  
prensa y comunicación  
Licenciado en  
periodismo por la  
Universidad Jaime  
Bausate y Meza. Egresado  
de la Maestría en  
Relaciones  
Internacionales y  
Comercio del Instituto de  
Gobierno y Gestión  
Pública de la Universidad  
San Martín de Porres,  
Perú  
Correo:  
[arturovalverdepastor@gmail.com](mailto:arturovalverdepastor@gmail.com)

#### Autor 2:

Dr. Ernesto Germán  
Peralta Rivera  
Centro Laboral: Instituto  
de Gobierno y Gestión  
Pública  
Universidad San Martín  
de Porres, Perú.  
Dr. en Ciencias Sociales y  
Económicas por la  
Ecole Des hautes Etudes  
en Sciences Sociales, París  
- Francia  
Correo:  
[ernestogermanp@gmail.com](mailto:ernestogermanp@gmail.com)

#### RESUMEN

El proceso jurídico entre las repúblicas de Perú y Chile ante la Corte Internacional de Justicia para establecer los límites marítimos entre ambos países, mereció la elaboración de una estrategia de comunicación a cargo de la Cancillería peruana para promover una opinión pública a favor de las acciones de política exterior del Estado peruano e informar a su ciudadanía los alcances del fallo que pusieron fin a esta controversia; todo ello como un ejemplo de que dos países pueden resolver sus diferencias de manera pacífica.

**Palabras clave:** Relaciones Internacionales, diplomacia pública, estrategia de comunicación, opinión pública.

#### ABSTRACT

The legal process between the republics of Peru and Chile before the International Court of Justice to establish the maritime limits between the two, deserved the elaboration of a communication strategy by the Peruvian Foreign Ministry to promote public opinion in favor of political actions outside the State and inform its citizens of the scope of the ruling that ended this controversy; all this in a show that two countries can resolve their differences peacefully.

**Key words:** International Relations, public diplomacy, government communication, communication strategy, public opinion.

## 1. INTRODUCCIÓN

Nuestro trabajo tiene como principal objetivo explicar cuáles fueron los motivos por los que el Estado peruano necesitó contar con una estrategia de comunicación para informar a la sociedad peruana sobre la importancia de la demanda marítima y los alcances del fallo emitido por la Corte Internacional de Justicia (CIJ) de La Haya, en

enero del año 2014; además, hacemos un breve análisis a las relaciones internacionales entre ambas repúblicas desde el término de la “Guerra del Pacífico” entre 1879 y 1883.

Más de 130 años después de este acontecimiento bélico, las relaciones entre ambos Estados estuvieron marcadas por tensiones de carácter político y social; las mismas que influyen en la formación de la opinión pública de manera desfavorable para el afianzamiento de las buenas relaciones entre los dos países. La demanda planteada por el Perú a Chile ante la CIJ ha permitido zanjar uno de estos temas del pasado como es la delimitación marítima en relación al espacio marítimo de 66 680 km<sup>2</sup> en el océano Pacífico, al sur del Perú.

Ante la negativa chilena a negociar, el Perú usó uno de los mecanismos de resolución de conflictos como es la solución pacífica de controversias que recomienda la Organización de Naciones Unidas (ONU). Perú demandó a Chile ante la CIJ de La Haya el 16 de enero de 2008. Solicitó, para ese propósito, que se trace el límite marítimo de acuerdo con el derecho internacional y se reconozcan sus derechos dentro del límite de 200 millas de su costa. De esta manera, Perú tomó una decisión que marcaría un nuevo hito en las relaciones bilaterales entre ambas repúblicas.

En vista de la trascendencia de este proceso jurídico, era determinante diseñar una estrategia de comunicación capaz de permitir informar con veracidad a la opinión pública sobre los pasos del proceso y alcances del mismo; además, esta estrategia permitiría que los medios de comunicación contribuyeran a crear un clima de paz, lejos del revanchismo o el chauvinismo, del cual no está exenta la prensa en todo el mundo.

La demanda marítima por parte del Estado peruano a Chile, ameritó el diseño de diversas estrategias de carácter comunicacional. Por tal motivo, el Estado -a través del Ministerio de Relaciones Exteriores- elaboró una estrategia de comunicación que estuvo liderada por un equipo de profesionales de la cancillería peruana, y que contó con el apoyo de distintos actores de la prensa, formadores de opinión, abogados, y especialistas en relaciones internacionales.

En este proceso jurídico, además, se evidencia la importancia que tiene la comunicación en el campo de las relaciones internacionales, para facilitar la comprensión de la ciudadanía sobre la política exterior de un Estado, así como para el fortalecimiento de la defensa de los intereses nacionales.

El diseño de la estrategia, así como las labores de coordinación recayeron en el Equipo de Comunicación de Cancillería, por lo cual, nuestro trabajo recoge los testimonios fidedignos de funcionarios diplomáticos, asesores, periodistas y expertos en relaciones internacionales que siguieron de cerca el proceso de la Controversia Marítima de La Haya (2008-2014); y, además, analizamos la aplicación de la estrategia de comunicación en la fase de la lectura del fallo. Por último, brindaremos algunos alcances sobre la ejecución del fallo al año 2019.

### **¿El fin del “secretismo”?**

A lo largo de la historia, el Perú como otros países del mundo, ha enfrentado situaciones conflictivas antes de consolidar las fronteras de su territorio. La consolidación de las fronteras peruanas no siempre ha sido el fruto de negociaciones pacíficas y del mutuo entendimiento con otras naciones, como propugna la diplomacia, sino que -en algunos casos- fue el resultado de hechos dolorosos como los límites de la frontera al sur con Chile, tras la aplicación del Tratado de Ancón.

La incursión peruana en la guerra chileno – boliviana tuvo, entre sus causas, el “pacto secreto” peruano – boliviano, mediante el cual ambas repúblicas se comprometían a defender a la otra, ante cualquier situación bélica que pusiera en riesgo su soberanía.

Los “pactos secretos” o la “diplomacia secreta” han ido cambiando hacia una diplomacia más transparente y con el avance de las telecomunicaciones, los Estado han encontrado una herramienta muy útil para dar a conocer su posición frente a un hecho de relevancia internacional e incidir en la opinión pública. La exposición de escándalos como el caso Watergate o el fracaso de Vietnam para los Estados Unidos de América del Norte, han reforzado la percepción acerca de que “lo secreto” puede ser perjudicial;

en cambio, la transparencia genera más confianza por su carácter de apertura. Desde luego, tampoco podemos caer en la idea de que lo secreto sea sinónimo de conspiración en la diplomacia (Estudios Políticos, 2008).

Las herramientas para comunicarnos han avanzado tanto que, por ejemplo, ante el fallecimiento de un personaje de enorme gravitación política que por consecuencia ameritará la reacción de un Estado cualquiera, puede hacerlo ahora a través las redes sociales, sin que esto deje de lado los clásicos comunicados oficiales. Fue el caso de la Cancillería de Ecuador, que tardó 12 días en recibir por parte de su embajada en Washington, la noticia sobre el asesinato del presidente de Estados Unidos, John F. Kennedy. Hoy, este tipo de comunicaciones se hacen con mayor rapidez por el uso de las tecnologías de comunicación (Matovelle, 2016).

Los medios de comunicación de principios del siglo XIX carecían de la inmediatez a la que hoy en día gran parte del mundo está acostumbrada. El uso de las redes sociales como Twitter, Facebook, Instagram, entre otros, así como las comunicaciones digitales vía Whatsapp han transformado las relaciones internacionales y contribuido a facilitar la labor de los funcionarios e integrantes de los cuerpos diplomáticos: el empleo de la informática permite compartir o sociabilizar documentos a través de plataformas digitales privadas para su revisión de forma grupal por parte de quienes asisten a un foro internacional. El personal diplomático capacitado en el quehacer propio de las relaciones internacionales y la política exterior de un gobierno debe prepararse también para convertirse en un buen comunicador, como lo exigen los tiempos actuales, donde la comunicación es un aspecto muy importante para transmitir la política exterior y decisiones de Estado. La comunicación debe estar presente en la formación del diplomático (Pedraglio, 2015).

El “secretismo” puede ser una mala señal en algunos casos y contribuir negativamente a la defensa de los intereses nacionales. En la guerra entre Perú y Ecuador de 1942, se comprobó que Chile –país garante del Protocolo de Río de

Janeiro– le había vendido armamento a Ecuador en el momento en que ambos países estaban en conflicto.

La incursión de la comunicación en las relaciones internacionales ha derivado en lo que se conoce como diplomacia pública. Los autores mexicanos, Nieto y Peña (2008) afirman que la diplomacia pública es el empleo de los medios de comunicación como herramientas útiles para dar a conocer la política exterior, a través de los cuales un gobierno busca dar una imagen positiva en el contexto internacional, así como influir en la opinión pública internacional. En complemento con dicha definición, el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú en su Plan Estratégico Institucional 2016 – 2018, define a la Diplomacia Pública como: “Proceso público y abierto de comunicación internacional que se da para promover el interés nacional, mediante el entendimiento mutuo, la reciprocidad y la influencia en la opinión pública extranjera de países considerados relevantes” (p.77).

Uno de los mejores ejemplos de diplomacia pública se ha dado con el proceso jurídico ante la CIJ de La Haya. Sin embargo, para el Perú ha sido un proceso largo, donde el contexto político y social influyó en su práctica diplomática. Mochizuki (2016) refiere que en el caso del conflicto del Cenepa entre Perú y Ecuador existió un “silencio informativo” por parte de la cancillería peruana. Sin embargo, 20 años después, podemos observar una transformación de la diplomacia peruana como es el caso de la delimitación marítima con Chile. Desde luego, desde el año 1995 al 2014, hemos presenciado la aparición de las redes sociales, que brindan una mayor inmediatez en el proceso de elaborar y compartir la información. Además, vivimos en una sociedad que demanda ser informada en el momento.

El escenario de 1995, caracterizado por el “secretismo” del lado peruano, llevó a que los corresponsales de prensa que cubrían el conflicto del Cenepa y las negociaciones de paz entre Perú y Ecuador, debieran acudir a otras fuentes de acceso a información como las agencias internacionales, campo en que Ecuador tenía una mayor presencia debido a su estrategia de comunicación más abierta (Mochizuki, 2016). Los medios de

comunicación son una herramienta muy útil en el campo de las relaciones internacionales y la política exterior. Sin comunicación no puede existir diplomacia pública, y sin diplomacia pública no puede existir la comunicación (Rodríguez, 2013).

### **La opinión pública en la relación binacional de Perú y Chile**

La opinión pública es el consenso adquirido por un segmento de la población sobre un hecho o asunto de interés social y, por lo tanto, que tiene impacto en sus vidas. Autores como el consultor en estrategia y comunicación, Riorda (2011) señalan que, para un gobierno en democracia es primordial desarrollar la comunicación gubernamental para generar “consensos”, haciendo referencia a la importancia de contar con una opinión pública favorable y de respaldo a las decisiones de Estado.

Los medios de comunicación son importantes en la formación de la opinión pública. El profesor en sociología, Castells (2008), refiere que en el proceso de la comunicación lo que se busca es orientar y formar a la opinión pública. Específicamente, los medios de comunicación de masas cumplen un rol relevante en dichos procesos, en lo que respecta a Estado y sociedad; en el cual la televisión es uno de los principales canales para transmitir mensajes. Otros autores, como el sociólogo y escritor español Bouza (2006) nos hablan acerca de la Agenda Setting o Agenda Mediática, la cual señala que en gran parte los temas que son materia de comentarios o discusión por la sociedad y la opinión pública están previamente determinados por los propios medios de comunicación.

Los medios de comunicación han estado presentes a lo largo de las relaciones internacionales entre Perú y Chile. En un estudio profundo, podríamos identificar distintos escenarios: a) La comunicación en la guerra peruano – chilena, b) La comunicación en el proceso de recuperación de Tacna, Arica y Tarapacá (1893-1926), c) La comunicación en la firma del Tratado de Lima. En lo que respecta al proceso en la CIJ de La Haya: a) La comunicación en la demanda marítima b) La comunicación en el fallo de la CIJ de La Haya y c) La comunicación en la etapa post fallo de la corte.

## **La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile. Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014**

En el contexto de la Guerra del Pacífico hasta la etapa que devendría en la reincorporación de Tacna a nuestro territorio, destacan diarios como El Tacora y La voz del sur; este último fundado por Guillermo Billinghurst, vicepresidente de Nicolás de Piérola y quien tuviera a su cargo parte del proceso diplomático en 1898, que fue rechazado por el parlamento chileno. Estos diarios, a partir de 1911, permitieron elevar el ánimo de los peruanos que vivían en las regiones cautivas. Asimismo, masivas manifestaciones públicas como la realizada en 1920 en la Alameda de los Descalzos, son una muestra de la manera en que la opinión pública peruana expresaba su posición sobre el proceso diplomático y la manera en que se encaminaban las relaciones internacionales entre Perú y Chile. Pero, además, no podemos dejar de mencionar que, entre 1884 a 1929, la opinión pública también se formaba en espacios como escuelas, iglesias, sociedades de beneficencia, clubes, asociaciones.

En el marco de la campaña plebiscitaria, otra gran manifestación se realizó en 1926 en la ciudad de Tacna, como respuesta de la opinión pública sobre la cuestión de Tacna y Arica. Los medios de prensa también jugaron un rol importante. Así, la campaña a favor de la tesis peruana se reflejaba en el periódico Justicia que tenía como director a José Gálvez; mientras que el diario El Pacífico, La Aurora, El Ajicito, El Roto, El Morro y El Plebiscito servían como órganos de propaganda chileno (Basadre, 1970).

La opinión pública se expresaba a través de los medios de comunicación. El historiador peruano Palacios (1974), refiere que tras la aprobación del Tratado de Ancón por la Asamblea Constituyente, un grupo de tacneños y ariqueños residentes en Lima, en 1884, firmaron un acta de indignación y protesta, en la que manifestaban que la posesión momentánea de Chile constituía un ataque a la integridad del Perú. El mismo historiador, en referencia a la misión Billinghurst, menciona que el diario El Comercio en abril de 1898, publicó a manera de parodia las siete palabras de Cristo en la cruz. Palacios (1974) relata: “Las siete palabras de Tacna y Arica en la cruz del calvario. Se expresaba así: I. Argentina; castígalos porque saben lo que hacen. II. Bolivia; ayer fuiste con nosotros; III. Perú; he aquí a tus hijos; IV. Chile, inicuo Chile, ¿por qué nos reteneís

esclavizados?; V. Sed de libertad tenemos; VI. El plazo de ocupación está consumado y VII. Billinghurst; en tus manos encomendamos nuestro rescate” (p.41).

Conscientes de esto, Chile inició un proceso de “chilenización” que estuvo marcado por expatriaciones, asesinatos, clausura de iglesias y escuelas, toma de clubes, asaltos y cierres de imprentas, persecución a periodistas, entre otras medidas, como la prohibición del himno nacional peruano.

68

Si hacemos un salto al año 2014, encontramos que los medios de comunicación continuaron siendo un factor fundamental en la formación de opinión pública, con la diferencia de que la Cancillería peruana estableció una coordinación cercana con los propios de medios de prensa, como veremos más adelante. La demanda peruana ante la CIJ fue tema de debate en distintos medios de comunicación extranjeros como CNN, El Mercurio, BBC, entre otros. Pero también fue motivo de estudio de la opinión pública. El 19 de enero de 2014, el diario El Comercio titulaba: “El 90% espera que Chile respete y cumpla fallo de La Haya”, en base a una encuesta nacional de Ipsos Perú, en la que, además, se afirmaba que más del 60 % de la población estaba informada acerca de la demanda marítima. Y es que la encuesta, como instrumento de medición y orientación de la opinión pública, es una de las herramientas utilizadas no solo por los propios medios, sino también por las instituciones, como la Cancillería peruana.

Cuatro años antes del fallo de la CIJ de La Haya, el Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú y la Universidad Diego Portales de Chile realizaron una encuesta en el año 2010, para conocer la opinión de los peruanos y chilenos en relación a este proceso jurídico. Veamos algunos resultados.

Al consultarse a los encuestados acerca de cuál será la reacción del gobierno vecino en caso que el fallo favoreciera a su país, se obtuvo que el 28.4 % de peruanos creían que Chile acataría el fallo o lo acataría expresando su disconformidad. El 48.1 % de encuestados chilenos señalaban que el Perú acataría el fallo expresando algún tipo de disconformidad. Los resultados de la opinión peruana respecto a la manera en que



reaccionaría el gobierno chileno pueden relacionarse con el pasado histórico entre ambos países. Para ser más precisos, nos referimos al incumplimiento del Tratado de Ancón de 1879, y el proceso de la reincorporación de Tacna al erario nacional, con la pérdida de Tarapacá, así como la percepción peruana respecto a la chilena, en casos que pueden vinculados con una especie de pugna por los derechos de propiedad intelectual y origen, como el pisco.

El 20.8 % de encuestados peruanos señalaron que Chile no acataría el fallo, y el 15.1 % de chilenos opinaban que Perú no acataría el fallo. El resultado sigue mostrando esa desconfianza frente al gobierno chileno, lo cual revelaba también la necesidad de trabajar para mantener y reforzar las relaciones con Chile, en la etapa post fallo de corte.

En cuanto a la ruptura de las relaciones internacionales entre ambos países, el 20.0 % de peruanos creían que Chile no acataría el fallo y rompería las relaciones diplomáticas, mientras que el 14.1 % de chilenos opinaba lo mismo respecto al gobierno peruano. Sin embargo, las relaciones internacionales entre ambos países se han mantenido. Por último, el 0.4 % de peruanos y el 0.1 % de chilenos encuestados pensaba que el país vecino iniciaría un conflicto armado, en caso el fallo de la CIJ de La Haya favoreciera a su país. Esto podría vincularse a lo dicho por el profesor de Ciencia Política de la PUCP, con especialidad en relaciones internacionales, Kahhat (2010) quien señala que el gasto en el sector defensa del lado chileno es muy superior al peruano, y que incluso, la inversión chilena en nuestro país, podría haber sido percibida en su momento como un riesgo de seguridad. Por su parte el director del Instituto de Investigación de Ciencias Sociales de la Universidad Diego Portales, Fuentes (2010) refiere que estos resultados revelan el nivel de desconfianza por parte de la ciudadanía de ambos países, que podría estar relacionada con las heridas del pasado bélico en 1879, tal es así que el 8 % de chilenos y 20 % de peruanos creían que podía producirse un nuevo conflicto armado.

Conocer la manera en que se va formando la opinión pública no puede ser ajeno al campo de las relaciones internacionales, pues hoy, más que antes, la función

diplomática se vincula con el campo de la comunicación. El conocimiento de la opinión pública por parte de quienes ejercen la función diplomática es importante para plantear o replantear las estrategias de diplomacia pública. Es decir, si queremos influir en la sociedad y poner en la agenda internacional nuestra política exterior, será necesario conocer la manera en que se va orientando la opinión pública respecto a un tema de nuestro interés. Como se aprecia en la encuesta mencionada líneas arriba, la medición de la opinión pública brinda mayores insumos de trabajo a quienes tienen a su cargo la elaboración de la estrategia de comunicación que acompaña a quienes tienen a su cargo llevar hacia adelante la defensa legal. Estos resultados también son útiles para quienes tienen bajo su responsabilidad la toma de decisiones políticas. Las encuestas practicadas durante este periodo, permitieron a la cancillería evaluar si la sociedad comprendía los alcances del proceso jurídico, así como sus etapas más relevantes, como lo fue la fase de la lectura del fallo de la corte que puso punto final al proceso jurídico. En el “Estudio de opinión pública para evaluar la gestión presidencial, instituciones públicas y el fallo de la corte de La Haya” de la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S. A. C. (CPI), realizado entre el 1 y 5 de febrero de 2014, podemos medir la percepción de la sociedad peruana pocos días después de emitido el fallo, dado a conocer el 27 de enero de 2014.

La opinión de la sociedad peruana es marcadamente más optimista, al alcanzar cerca de un 32 % en comparación con 19.4 % que consideraban que Chile había sido el más beneficiado en este proceso jurídico. Sin embargo, también podemos observar que el 46.7 % de peruanos consideraban que el fallo había terminado beneficiando a ambas naciones, lo que podría entenderse por las características de los fallos de la CIJ de La Haya.

El asesor y coordinador del equipo de comunicación especial para el proceso ante la Corte de La Haya, Santiago Pedraglio, señala que en todo momento se buscó consolidar la idea de que la demanda era un tema de Estado y no de gobiernos. Una encuesta

practicada por la compañía antes mencionada en este artículo, permitió conocer que la sociedad peruana destacaba el trabajo y resultados de los gobiernos a cargo de todo el proceso que llevó a la demanda jurídica. La opinión marcada de la ciudadanía era que el 40.1 % del mérito recaía en el gobierno del expresidente Alan García, etapa en que se presentó la demanda ante las instancias internacionales y, además, a manera de acotación, sentó las bases de este proceso en su primer gobierno entre 1985 y 1990. A los gobiernos de Ollanta Humala y Alejandro Toledo, corresponden 35.8 % y 12.0 %, respectivamente. Estos resultados también nos ofrecen la perspectiva de que la sociedad ha seguido de una u otra manera este proceso, ha estado informado, considerando que el fallo se dio tres años después del final del segundo gobierno del expresidente Alan García.

Según el catedrático en sociología, filosofía y psicología, Bouza (2004), la opinión pública se expresa numéricamente en las encuestas, cuando se procede a darle un valor número a una respuesta frente a una determinada pregunta, lo que permite conocer la conducta social.

La encuesta como herramienta de medición para conocer sobre la efectividad de la estrategia de comunicación peruana, le permitió a la Cancillería del Perú conocer la opinión de la sociedad peruana sobre la demanda y también acerca de la actuación de los agentes peruanos a cargo de la defensa jurídica. El diplomático peruano, Neyra (2020) y el comunicador Pedraglio (2019), refieren que las encuestas les permitieron conocer a las expectativas peruanas sobre el fallo de la CIJ. Asimismo, ambos profesionales mencionan que en todo momento se buscó darle “legitimidad” al equipo peruano ante la opinión pública, lo que demuestra la importancia que tiene para un gobierno contar con el respaldo de la sociedad. “La tendencia fue a que el grupo negociador ganase legitimidad y que la posición peruana ganase legitimidad, o sea, tuviese legitimidad en la opinión pública” (Pedraglio, 2019).

“Nos hizo dos preguntas en una encuesta general (“¿cuán informado está?” y “¿cuán importante cree que es?”), pero después del fallo, hubo una encuesta en la que este tipo

de preguntas dieron el resultado de que el 90 % estaba informado del tema, aunque habían las preguntas típicas, que a nosotros no nos gusta, como “¿cree que el Perú ganó con el fallo?” (Neyra, 2020).

Para comprender mejor las pretensiones marítimas de ambos países y los nuevos límites marítimos de acuerdo al fallo de La Haya,

### **Estrategia de comunicación y política exterior**

72

La estrategia de comunicación es el conjunto de acciones a seguir para alcanzar un objetivo o meta, de manera ordenada y planificada; esta meta u objetivo está necesariamente vinculado a incidir en la formación de la opinión pública. En enero de 2014, la cancillería peruana, consciente de la importancia de contar con una opinión pública favorable a la demanda del Estado peruano, diseñó una estrategia de comunicación que le permitió dar a conocer a la sociedad la importancia de la demanda. El diplomático peruano y exjefe de la Oficina de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores (2013-2014), Alejandro Neyra, describe tres objetivos principales de esa estrategia de comunicación: “En primer lugar, que la gente entendiera la importancia del fallo. Luego dar unos mensajes de cómo el Perú iba a asumir ese fallo y cómo esperábamos que se mantuviera la relación con Chile: Este fallo va a terminar con un litigio y esperamos que las relaciones con Chile continúen y se abra un camino de trabajo conjunto” (Neyra, 2020).

Esta estrategia de comunicación estuvo orientada al trabajo coordinado con los periodistas de distintos medios de comunicación y formadores de opinión. Este trabajo permitió que Perú pudiera comunicar a la sociedad peruana y también al mundo la razón de su demanda; la comunicación es un campo de acción donde también debíamos ganar. La actuación peruana en el desarrollo de la demanda marítima era replicada por los medios, en especial en Europa. En cambio, Chile no tenía la misma repercusión y sus fundamentos parecían débiles (Revismar, 2014).

## La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile. Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014

Los medios de comunicación cumplen un rol importante en la difusión de las acciones de política exterior, llevando mensajes claves para contar con una opinión pública favorable (Rodríguez, 2017). El excanciller de la República del Perú, García Belaunde (2015) refiere que, desde la declaración de la independencia del Perú, en el siglo XIX, la política exterior peruana tuvo como uno de sus principales objetivos, su reconocimiento como república independiente; además de vincularse o relacionarse con otros Estados, promoviendo la unidad regional. Ya en el siglo XX, la política exterior peruana estuvo marcada por conflictos armados con otras naciones como ocurrió en 1942 con Ecuador. Ese camino, por afirmar los límites de nuestro territorio nacional, nos llevó hasta el siglo XXI, con el fallo de la CIJ de La Haya, en el que se fijó los límites marítimos con Chile.

El Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú (2016 - 2018), afirma que la Política Exterior es el “conjunto de las decisiones que toma el gobierno de un Estado, a través de las instancias encargadas de ello, en función de los intereses nacionales y en relación con los demás actores del sistema internacional” (p.80). En el contexto de la diplomacia pública, la estrategia de comunicación ha tenido que adecuarse a los tiempos de las redes sociales, que permiten a un país comunicar con rapidez y amplitud sus mensajes.

Un tweet podría servir de ayuda para reconocer la legalidad de un régimen. Ejemplo de esto son los mensajes publicados por los presidentes de distintos países del mundo, reconociendo al presidente de Venezuela, Juan Guaidó; o también para comunicar el estado de las relaciones internacionales de interés mundial, como el caso Estados Unidos de América y Corea del Norte, en relación al proceso de desnuclearización de febrero de 2019.

“Quiero expresar mi apoyo a la decisión del Presidente de la Asamblea Nacional de Venezuela, Juan Guaidó, reconociéndolo como Presidente Encargado de ese país” – @mauriciomacri

“Paraguay expresa su apoyo al presidente encargado de Venezuela @jguaido Cuenten con nosotros para abrazar de nuevo la libertad y la democracia”. @MaritoAbdo

All false reporting (guessing) on my intentions with respect to North Korea. Kim Jong Un and I will try very hard to work something out on Denuclearization & then making North Korea an Economic Powerhouse. I believe that China, Russia, Japan & South Korea will be very helpful! @realDonaldTrump

Traducción: Todos los informes falsos (conjeturas) sobre mis intenciones con respecto a Corea del norte. Kim Jong Un y yo nos esforzaremos mucho para hacer algo en la desnuclearización y luego hacer de Corea del norte una potencia económica. ¡Creo que China, Rusia, Japón y Corea del sur serán de gran ayuda! @realDonaldTrump

Para algunos expertos, las relaciones internacionales son algo más que la relación entre dos países, como el caso de Estados Unidos de América y Corea del Norte, o Perú y Chile. El politólogo estadounidense, Rosenau (citado por Barbé, 1995, p.21) señala que “las relaciones internacionales comprenden intercambio sociales, culturales, económicos y políticos que se dan tanto en situaciones ad hoc como en contextos institucionalizados”. En el campo económico, la Cámara de Comercio de Lima reportó en el año 2016 -dos años después del fallo de la CIJ de La Haya- que el intercambio comercial entre Perú y Chile alcanzó los US\$ 2, 200 millones. El director del Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, Posada (2017) refiere que las exportaciones peruanas a Chile ascendieron a US\$ 1.000 millones mientras que las importancias chilenas alcanzaron los US\$ 1,200 millones

Un hito importante en las relaciones internacionales entre Perú y Chile ha sido la demanda marítima en 2008. En ese camino, el miembro titular de la Sociedad Peruana de Derecho Internacional, Deustua (2007) propone tres etapas; una primera estaría definida entre 1947 y 1969, marcada por dos hechos fundamentales, como la promulgación del Decreto Supremo 781 de 1 de agosto de 1947 que postula la distancia de las 200 millas marinas peruanas. La Declaración de Santiago de 1952, que hace referencia a la defensa y explotación de los recursos marítimos.

## **La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile. Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014**

La segunda etapa, entre 1970 y 1986, en el que podemos resaltar la realización de la III Conferencia del Derecho del Mar convocada por la Asamblea General de la ONU en 1970. Caravedo (2007) refiere que esta conferencia sirvió para asentar las bases teóricas que se empleaban aún en 1958. Por último, propone una tercera etapa desde 1987 al 2007, la cual está marcada por la controversia de la delimitación marítima y los intentos por parte de Chile de crear nuevos límites o expandirlos, debido a la controversia existente por el hito 1 y el punto Concordia estipulado en el Tratado de Lima de 1929, por el cual quedó definido el destino de las provincias de Tacna y Arica.

Sin embargo, a su propuesta podemos añadir una cuarta etapa, definida desde el año 2008 al 2014, tiempo en que se desarrolla la demanda marítima ante la CIJ de La Haya, e incluso una quinta etapa “post fallo”, en el que se ha afirmado y consolidado las fronteras marítimas de ambos países, que da por culminada cualquier diferencia entre ambas repúblicas en materia fronteriza.

### **Método**

La elaboración del presente trabajo de investigación se orienta en una investigación analítico - descriptivo, principalmente porque analiza la estrategia de comunicación que se realizó para la difusión del fallo de la CIJ de La Haya. El estudio es correlacional y el diseño a utilizar es descriptivo, toda vez que se realizará la descripción de la realidad investigada en base a los instrumentos aplicados, como entrevistas y testimonios de primera mano. Además, se plantea dos variables: la eficacia de la comunicación del fallo de la CIJ de La Haya sobre el diferendo marítimo a la opinión pública, y la elaboración de la estrategia de comunicación para la difusión del fallo de la CIJ de La Haya sobre el diferendo marítimo Perú – Chile.

El modelo de metodología cualitativa relega el análisis cuantitativo de datos y estadísticas, “priorizando estrategias de investigación no estructuradas y subjetivas” (Pitarque, 2007). Esta metodología se caracteriza por el empleo de entrevistas y grupos de discusión con la finalidad de buscar elementos o atributos que enriquezcan la teoría sobre la materia a investigar. Porque a más elementos que se encuentre que

enriquezcan el trabajo, la teoría utilizada cobra mayor relevancia debido a su agregación de nuevas características.

Nuestra investigación se desarrolló tomando como referentes los testimonios de profesionales periodistas, docentes y especialistas en el campo de las relaciones internacionales. La elección de la muestra fue elegida basándose en la experiencia de las personas involucradas con el campo de la presente investigación, y que tuvieron participación directa con el proceso de la demanda marítima del Perú a Chile.

### **Población**

La población estuvo conformada por periodistas de los principales medios de comunicación, como son *El Comercio*, *El Peruano* y *La República*. Además, por funcionarios de la Cancillería peruana y expertos en relaciones internacionales.

### **Muestra**

Con el muestreo por juicio e intencional podemos asegurar la representatividad de la variable que se estudia en la población. De esta manera, el investigador puede elegir la muestra representativa de acuerdo a su juicio para cumplir los objetivos del estudio. El investigador es consciente que podrían existir prejuicios en el momento de seleccionar la muestra, pero es un método probabilístico de acuerdo también a los recursos con los que cuenta el investigador.

La elección de juicio no parte de un número determinado de antemano. En la investigación cualitativa no hay reglas para decidir el tamaño de la muestra y, si hubiera que enunciar alguna, esta sería: “todo depende”. Depende del propósito del estudio, de lo que resulta útil para lograrlo, de lo que está en juego, de lo que lo hace verosímil, y en última instancia, incluso de lo que es posible. Así, para poder juzgar si una muestra es adecuada hay que conocer el contexto del estudio.

En ese sentido, se optó por seleccionar a los medios de comunicación como el diario oficial *El Peruano*, *El Comercio* y *La República*, que abordaron la lectura del fallo de la CIJ de La Haya; de preferencia a los medios escritos por su cercanía al público, su



carácter reflexivo y de análisis informativo. Se eligieron a los medios de prensa escrita más representativos por su tratamiento informativo, a los corresponsales que estuvieron involucrados y cubrieron de cerca la lectura del fallo de la Corte de La Haya, así como periodistas y funcionarios que siguieron este proceso jurídico. Nuestra muestra estuvo conformada por periodistas de los medios escritos como *El Comercio*, *El Peruano* y *La República*; así como destacados y reconocidos expertos en temas internacionales y diplomáticos peruanos.

77

Entre los testimonios más resaltantes que han sido elegidos para esta investigación, tenemos a la periodista del diario *El Comercio*, Cecilia Rosales, quien tuvo a su cargo el seguimiento periodístico de la demanda marítima en la sección política de dicho medio periodístico; la periodista del diario *La República*, María Elena Castillo, quien se desempeñó como editora de la sección política en la fase de la lectura del fallo; el periodista Guido Canchari, exjefe de la sección política para la Agencia Andina y diario oficial *El Peruano*; el asesor del Equipo de Comunicación de la Cancillería Peruana para la Controversia Marítima de La Haya (2012-2014), Santiago Pedraglio; el diplomático peruano y exjefe de la Oficina de Comunicación del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, Alejandro Neyra; así como el internacionalista, Miguel Ángel Rodríguez Mackay.

### **Resultados**

Los resultados obtenidos en base a los testimonios de las personalidades entrevistadas para este artículo, como parte de la aplicación de la investigación cualitativa, nos han permitido determinar si realmente existió una estrategia de comunicación para la etapa de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya en relación a la demanda marítima de Perú a Chile, así como su eficacia.

Los diferentes testimonios nos permiten afirmar que se elaboró una estrategia de comunicación para la etapa del fallo de la CIJ de La Haya. Además, la investigación demuestra la importancia que ha venido cobrando la comunicación en el campo de las relaciones internacionales. Los personajes que fueron entrevistados no guardan entre

ellos ningún vínculo laboral, sino que cada uno de ellos se desenvuelve en distintos campos de trabajo de nuestra sociedad, como el periodismo, las relaciones internacionales y la docencia.

### **Contrastación y prueba de hipótesis**

Sometiendo a prueba la hipótesis general:

Ho: El diseño de una estrategia de comunicación para el momento de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya, por parte del Estado peruano a través de su cancillería, no fue determinante para dar a conocer los alcances de este momento histórico en las relaciones internacionales de la república del Perú con el país vecino, Chile.

Ha: El diseño de una estrategia de comunicación para el momento de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya, por parte del Estado peruano a través de su cancillería, fue determinante porque contribuyó a dar a conocer los alcances de este momento histórico en las relaciones internacionales de la república del Perú con el país vecino, Chile.

El diseño de una estrategia de comunicación fue un factor importante para el Estado peruano, que se inició con la conformación de un equipo de comunicación para la controversia marítima en La Haya para la fase oral y posteriormente se continuó con el diseño de una estrategia de comunicación liderado por el equipo de la Oficina de Comunicación de la cancillería peruana que contó con el apoyo del asesor, Santiago Pedraglio.

“El equipo especial se formó hasta la primera etapa (la fase oral), pero quedó en *stand by* y se pensó que la oficina general de comunicación asumiera ese mismo rol. Con el equipo de jóvenes diplomáticos, más el equipo de prensa continuamos con el trabajo que había hecho este grupo especial en el cual colaborada como asesor Santiago Pedraglio” (Neyra, 2020).

La Oficina de Comunicación se encargó de “traducir comunicacionalmente” los avances de la defensa jurídica peruana para transmitirlos de manera sencilla a la sociedad; labor que continuó hasta el momento de la lectura del fallo. La eficacia de esta

estrategia comunicacional radicó en el trabajo articulado con distintos medios de comunicación (prensa radial, televisiva, escrita y digital), a los cuales se les daban a conocer pautas y sugerencias para un tratamiento informativo responsable sobre la lectura del fallo de la CIJ de La Haya. Al establecer un diálogo con los medios de prensa peruanos, se procuró también reducir el número de publicaciones noticiosas que podrían tener un carácter ofensivo hacia los chilenos.

Esta estrategia también permitió afianzar los objetivos de la política exterior peruana que, entre sus objetivos, busca promover un clima de paz y seguridad con otras naciones del mundo. Asimismo, permitió llevar la posición peruana a distintos medios de prensa internacional, logrando proyectar la imagen de un país que buscaba una solución pacífica para determinar la frontera marítima con Chile.

#### **Contrastación de la hipótesis específica**

Ho: La estrategia comunicacional para el tratamiento informativo de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya, no se caracterizó por su trabajo articulado con los distintos medios de comunicación, que fueron actores importantes durante todo el proceso de la demanda marítima del Perú a la república de Chile.

Ha: La estrategia comunicacional para el tratamiento informativo de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya, se caracterizó por su trabajo articulado con los distintos medios de comunicación, que fueron actores importantes durante todo el proceso de la demanda marítima del Perú a la república de Chile.

Los testimonios que hemos recogido dan cuenta de una labor cercana con los medios de comunicación, como lo prueban el interés por desarrollar talleres informativos, elaboración de glosarios de términos jurídicos para la prensa, así como las visitas a los medios de prensa realizadas por comunicadores y personal diplomático de la Cancillería peruana. Meses antes de la lectura del fallo de la demanda marítima del Perú a Chile, la Cancillería peruana organizó talleres de capacitación y/o charlas informativas para los periodistas, en especial con aquellos que seguían este tema. En dichos encuentros se dieron a conocer las líneas generales de la sustentación jurídica, y se capacitó a los

periodistas en la terminología jurídica haciéndoles entrega de una especie de glosario de términos.

El diplomático peruano y exjefe de la Oficina de Comunicación (2013-2014), Neyra (2020), en comunicación personal para este artículo, señala que, en algunos casos se visitaron los medios de comunicación para exponer cuáles podrían ser los escenarios posibles del fallo de la CIJ, y en otros se convocaron a los periodistas a la sede de la cancillería peruana. A estas charlas informativas podían participar directores periodísticos, editores generales, así como los propios reporteros que cubren el día a día. La idea era que todos pudieran conocer más acerca de esta última etapa del proceso jurídico.

Refiere también que se trabajó con un grupo de “formadores de opinión”, es decir, personas que escribían columnas de opinión en diarios o que eran usualmente invitados a los medios de comunicación para analizar temas vinculados a la política exterior y relaciones internacionales. “Entonces ellos (los medios de comunicación) nos preguntaban a quién podían llamar de nuestro equipo de 12 personas de voceros no oficial (porque el oficial era el Canciller) y lo conformaban Diego García Sayán, Daniel Parodi, Francisco Belaunde, Ramiro Escobar, entre otros” (Neyra, 2020).

Santiago Pedraglio refiere que se realizaron visitas a diversos medios de prensa, entre ellos los medios de comunicación del Estado como TvPerú, que tuvo a su cargo la transmisión de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya. Cabe anotar también que, en su momento, una semana antes de la lectura de este fallo, el expresidente Ollanta Humala sostuvo un encuentro con los directores de diversos medios de prensa, para darles a conocer la agenda del ejecutivo para el 27 de enero de 2014. Esta labor conjunta del equipo peruano, tanto comunicadores como especialistas jurídicos, constituye un referente para otros casos en los que especialistas en derecho internacional, personal diplomático y los encargados del ámbito de la comunicación son pilares esenciales.

## **La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile. Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014**

Un punto que debemos destacar también es el trabajo articulado entre las cancillerías peruana y chilena el día de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya. Neyra (2020) refiere que ambas cancillerías coordinaban detalles como los comunicados de prensa, el pronunciamiento de los presidentes de la República de Chile y Perú; es decir, si bien la cancillería peruana contaba con una estrategia de comunicación, la relevancia del fallo de la CIJ de La Haya y el impacto en las relaciones internacionales entre ambos países ameritó que tanto Chile como Perú tuvieran que trabajar juntos para informar a sus ciudadanos, en un ejemplo de estrategia de comunicación binacional.

“Era interesante este juego de espejo: Habla el presidente, habla el otro presidente; habla el canciller, habla el otro canciller. Había que negociar casi todos los comunicados. Entonces, el trabajo de comunicación para toda relación bilateral, el trabajo de negociación que siempre termina en un comunicado. Y la diplomacia es eso: la imagen que tú tienes hacia el exterior y la imagen que debíamos dar como país serio, respetuoso del derecho internacional, que era capaz de desarrollar sus conflictos de manera pacífica y la imagen que debíamos dar los dos en el escenario regional. Forma parte de una estrategia de comunicación de lo que se va a decir” (Neyra, 2020).

### **Respondiendo a los objetivos de la investigación**

#### Objetivos generales

Establecer cuáles fueron los contenidos y límites de las características de la estrategia de comunicación para el tratamiento informativo hacia la opinión pública, en la fase de la lectura de la resolución del fallo de la CIJ de La Haya sobre la demanda marítima del Perú a Chile.

El principal objetivo fue brindar un mensaje de continuidad en la defensa de los intereses nacionales a la opinión pública, en el que se dejara en claro que la demanda peruana a Chile ante la CIJ de La Haya, se trataba de un tema de Estado mas no de un gobierno, y que todos los peruanos debíamos unirnos en una sola causa común, como era la defensa de la posición peruana ante esta instancia internacional.

Este mensaje de continuidad y de causa común, permitió crear consensos por parte de la opinión pública, que sirvieran de respaldo a los equipos que tenían la labor de llevar adelante la defensa jurídica peruana. La estrategia de comunicación para el Perú fue muy importante, porque permitió también contar con el apoyo de la propia población peruana, lo que representa un respaldo. “[...] cuando hay un conflicto en cada país, el tema de medios es importante porque lo que dice un país y lo que dice el otro país y que tu población te acompañe es una parte fundamental, que tengas el apoyo”, menciona la periodista del diario *El Comercio*, Cecilia Rosales. La comunicadora divide el proceso en tres etapas informativas: la presentación de la demanda, desde la demanda hasta los alegatos, y el fallo en adelante.

Rosales (2019) señala para este artículo, que durante la primera etapa informativa hubo un trabajo cercano y una relación de estrecha coordinación entre la cancillería peruana y la prensa; sin embargo, al iniciarse lo que ella denomina segunda etapa informativa, se ingresó a un periodo de reserva, dado que ambas partes, Perú y Chile, debían guardar absoluta reserva en la formulación de alegatos por determinación de la misma CIJ de La Haya. La tercera etapa informativa a la que hace mención la periodista del diario *El Comercio*, se inicia con la lectura del fallo de la CIJ de La Haya, debido a que se retiró el embargo de los documentos que habían sido presentados por Perú y Chile, lo que representó una fuente rica de información para los medios de comunicación. Señala, además, que durante esta última etapa la cancillería capacitó a los periodistas que seguían de cerca la demanda marítima del Perú a Chile, mediante charlas informativas en las que se explicaba a la prensa sobre los puntos generales de la situación jurídica de la demanda.

La cancillería peruana entendía que era necesario contar con una estrategia de comunicación para que la sociedad peruana pudiera tomar conciencia sobre la importancia de este proceso jurídico. Neyra (2020) describe tres objetivos principales de dicha estrategia: “En primer lugar, que la gente entendiera la importancia del fallo. Luego

dar unos mensajes de cómo el Perú iba a asumir ese fallo y cómo esperábamos que se mantuviera la relación con Chile: Este fallo va a terminar con un litigio y esperamos que las relaciones con Chile continúen y se abra un camino de trabajo conjunto” (Neyra, 2020).

El diplomático peruano señala que la estrategia de comunicación buscaba que la sociedad peruana comprendiera que, en cualquier escenario, sea cual sea el resultado del fallo de la CIJ, el Perú ganaba. “Nos interesaba que la personas asumieran que cualquier resultado del fallo era positivo, que se resolviera la diferencia que había con Chile, porque un tribunal extranjero iba a darnos la razón sin mandarnos a la guerra, sino de manera jurídica y eso bueno para ambos países. Eso se reflejó en las encuestas: Perú ganó, Chile perdió” (Neyra, 2020).

Los periodistas entrevistados para este artículo concuerdan en que la cancillería peruana resaltaba este mensaje; así cualquiera fuera el escenario, ya significaba una victoria para el Perú. “Lo que he visto, más allá de la prensa de Cancillería, en conversaciones en diferentes bancadas era lograr una unidad para que, cualquiera fuera el resultado del fallo, Perú ganaba” (Castillo, 2020).

Para el periodista y exjefe de la sección política de la Agencia Andina y el diario *El Peruano*, Guido Canchari, la Cancillería peruana contó siempre con una estrategia de comunicación, pero esta se acentuó en la etapa final, como es la lectura del fallo de la CIJ. Cabe indicar que, Guido Canchari, se desempeñó en el diario oficial *El Peruano* desde diez años antes del fallo de la CIJ de La Haya, lo que le permitió brindarnos una apreciación sobre las distintas fases de este proceso jurídico.

Canchari (2020), en entrevista para este artículo, refiere que esta estrategia de comunicación tenía como principales objetivos: “que se logre cómo interpretar términos jurídicos, que todos supieran la posición peruana (...) Hubo un intento de estandarizar lo que se iba a informar y hubo receptividad de la cancillería a nivel vocero”. Este testimonio confirma el trabajo de la cancillería por afianzar un mismo lenguaje entre los periodistas, prepararlos en la terminología jurídica, necesaria para que los

comunicadores pudieran informar adecuadamente a la ciudadanía peruana en el momento en que se diera lectura al fallo.

La experiodista del diario *El Comercio*, Rosales (2020) refiere que: “era necesario que los periodistas estén preparados para el momento de la lectura de la sentencia porque la Corte de La Haya es la instancia jurídica internacional más importante del mundo y sus términos son jurídicos, fue una sentencia jurídica, entonces, tú ibas a tener un equipo de periodistas allá y acá escuchando una serie de términos que la cancillería peruana entendió que era necesario que los periodistas manejen el mismo lenguaje y manejen los mismos términos sobre lo que se venía”.

### **Objetivos específicos**

Objetivo específico 1:

Determinar cuáles son los contenidos de la estrategia de comunicación del Estado peruano para informar a la opinión pública el resultado de la demanda marítima entre Perú y Chile.

Principalmente, el contenido estuvo marcado por los avances del equipo jurídico liderado por el agente peruano, Allan Wagner. En esa línea, podríamos señalar que los principales contenidos se vinculaban a la contrapropuesta jurídica peruana. Los materiales informativos que daban a conocer ese contenido, no solo se limitaban a elaborar notas de prensa y comunicados, sino también a ampliar las capacidades de los periodistas para que pudieran informar eficazmente la lectura del fallo. El contenido de la estrategia de comunicación se realizó en forma paralela con el trabajo que realizaba el equipo del excanciller peruano, Allan Wagner, que tenía la responsabilidad de llevar adelante la defensa jurídica peruana. Así, el trabajo se enfocó en traducir en términos comunicacionales el trabajo del equipo jurídico.

Pedraglio (2020) señala: “La comunicación fue concebida participando del proceso, digamos, conociendo el proceso de elaboración de la contrapropuesta peruana, de la opinión de los que lideraban el equipo allá (en la CIJ de La Haya), del propio canciller



**La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile.  
Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014**

(Rafael Roncagliolo), del grupo jurídico (el equipo jurídico peruano en La Haya, liderado por el agente del Estado peruano, Allan Wagner)". A esta labor, debemos destacar el trabajo estrecho o cercano entre la cancillería peruana y los medios de comunicación, como se puede contrastar de las declaraciones de la periodista del diario El Comercio, Cecilia Rosales; la periodista de La República, María Elena Castillo; el jefe de la sección política del diario oficial El Peruano, Guido Canchari, y el comunicador, Santiago Pedraglio. Todos sus testimonios coinciden en señalar que hubo un trabajo articulado, estrecho, de puertas abiertas, en el que primaba el acceso a la información.

Además, la estrategia de comunicación para la lectura del fallo de la CIJ de La Haya, tuvo un trabajo previo a su lectura con los medios de comunicación, a quienes se capacitó a través de talleres informativos, e incluso visitando a los medios de prensa en sus propias sedes de trabajo, acompañados no solo por los comunicadores sino también por personal especializado. Por su parte, Neyra (2020) refiere también que la labor informativa del equipo de comunicación de la cancillería avanzaba de manera paralela con el equipo jurídico peruano: "Formamos un equipo especial para ver la parte de comunicación que tenía que trabajar paralelamente con el equipo jurídico que lo dirigía, el ahora canciller, Gustavo Meza Cuadra a fines de 2012. Porque el canciller de ese entonces, Rafael Roncagliolo, consideró que, una vez que se hicieran públicos los documentos, que iba a ser justo antes de la primera etapa, que era la fase oral, iba a haber un mayor interés. Entonces, se consideró que tenía que hacerse una estrategia de comunicación para que la gente entienda la importancia de esto".

Cabe mencionar que los agentes peruanos encargados de la defensa jurídica ante la CIJ de La Haya, estuvo liderado por el embajador, Allan Wagner Tizón, ministro de Relaciones Exteriores en dos oportunidades y exministro de Defensa; así como por los co-agentes: Embajador y ex ministro de Relaciones Exteriores del Perú, José Antonio García Belaunde, y el embajador Jorge Chávez Soto. El equipo de juristas internacionales de la delegación, estuvo conformado por: Allain Pellet (Francia), Rodman Bundy (Estados Unidos), Vaughan Lowe (Reino Unido), Sir Michael Wood

(Reino Unido) y el doctor Tullio Treves (Italia). Los juristas nacionales fueron: Eduardo Ferrero Costa, Roberto Mac Lean Ugarteche, Juan Vicente Ugarte del Pino y el embajador, Manuel Rodríguez Cuadros, integrante de la delegación peruana.

Por último, la coordinadora de la delegación peruana, M.C. Marisol Agüero; el Asesor Jurídico de la Cancillería, Juan José Ruda, y el embajador Gustavo Meza Cuadra, quien tuvo la responsabilidad de la asesoría para Asuntos del Derecho del Mar, por parte de la cancillería peruana; entre otros diplomáticos, abogados, marinos y cartógrafos.

Objetivo específico 2: Determinar cuáles son los límites de la estrategia de comunicación del Estado Peruano en la lectura del fallo del diferendo marítimo ante la CIJ de La Haya.

Las principales limitaciones de la estrategia comunicacional fueron algunos medios de comunicación que insisten en difundir información de carácter ofensivo, alentando a un conflicto armado entre ambas naciones, como lo demuestra hasta la fecha, las portadas del diario *La Razón*, que alienta la compra de armamentos, y que incluso compara el potencial en armas entre Perú y Chile. Además, reitera capítulos de la historia peruana, donde se deja entrever la posibilidad de recuperar Arica, toda vez que esta provincia pasó al erario nacional de Chile, como se sustenta en el Plebiscito de 1929.

Otra limitación ha sido tratar de generar un cambio en la percepción de los habitantes peruanos en relación al vecino Chile, como lo demuestran la encuesta de junio de 2010 elaborada por “El Instituto de Opinión Pública (IOP) de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), junto con el Instituto de Investigación de Ciencias Sociales de la Universidad Diego Portales, y que señala, por ejemplo, que 20.8 % de encuestados peruanos consideraban que Chile no acataría el fallo.

De igual manera, la conformación de un equipo de profesionales especializados en comunicación que pudieran hacerse cargo del diseño mismo de esta estrategia. Como se puede inferir por las declaraciones del diplomático peruano, Alejandro Neyra, una de

las limitaciones estuvo vinculada al tema de la vocería con medios; por lo que se debió seleccionar a voceros oficiales y “no oficiales” con influencia en la opinión pública. Asimismo, otro de los límites que tuvo la estrategia de comunicación era la imprevisibilidad del resultado del fallo de la CIJ de La Haya, por lo que el equipo peruano a cargo de su diseño, debió considerar distintos escenarios para la fecha de la lectura.

Otra de las limitaciones significativas ha sido el desconocimiento de una estrategia de comunicación chilena en contraposición de la estrategia de comunicación peruana. Si bien los distintos testimonios peruanos nos han permitido conocer la existencia de una estrategia de comunicación por parte de la Cancillería peruana, se evidenció – además– que ninguno de ellos podía afirmar fehacientemente que conocieran de una estrategia de comunicación por parte del equipo chileno, sino que suponen de su posible existencia.

Canchari (2020) indica que, al formar parte de un medio de comunicación oficial del Estado peruano, hacía seguimiento a los diarios y medios de comunicación chilenos como *El Mercurio*, *Bio Bio*, entre otros, para elaborar sus notas informativas; pero también se hacía seguimiento de las declaraciones de personajes políticos chilenos que pudieran servir para reforzar la posición peruana a través de los medios. Mientras tanto, la periodista de *La República*, Castillo (2020), refiere: “Ignoro si había una estrategia de la Cancillería chilena. Lo que veía en medios, como *La Tercera*, es que se valían de fuentes (así como nosotros teníamos fuentes directas con la Cancillería) porque leíamos que no sacaban solo lo que declaraba su canciller, sino lo que había detrás”.

Por su parte, el diplomático peruano, Alejandro Neyra, si bien no puede afirmar que haya existido una estrategia de comunicación chilena, refiere que hubo acercamiento de parte de la Oficina de Comunicación de la Cancillería peruana con periodistas chilenos para dar a conocer aspectos positivos de este proceso, y sostener las buenas relaciones entre ambos países. “También teníamos mucho contacto con colegas de Chile, como de *La Tercera*, para que supieran que había cosas positivas y que entre cancilleres había un constante contacto también para comentarse decisiones a la hora

de recibir el fallo” (Neyra, 2020). Sin embargo, el diplomático peruano indica a manera de análisis y apreciación, que el gobierno chileno construyó un mensaje partiendo desde lo negativo, lo que podría acercarnos a una explicación sobre los motivos por los cuales existe la percepción de que Perú ganó, mientras que Chile perdió con el fallo de la corte.

“Para ellos (Chile), desde el inicio, que los estén demandando era un problema de Perú, no de ellos. Esa reacción era de por sí negativa. Para ellos, cualquier alteración del status quo era negativo. Si ellos lo hubieran planteado diferente habría cambiado la percepción de su pueblo” (Neyra, 2020).

Este aspecto abre también la posibilidad de recomendar un estudio o investigación acerca de la existencia de una estrategia de comunicación por parte de la cancillería chilena, y poder realizar un comparativo entre ambas estrategias, que podría aportar mucho en el estudio de las relaciones internacionales y la comunicación, ya que estudios comparados sobre un tema limítrofe (que compete principalmente a cancillería) podría dar mayores luces del accionar político y diplomático, el cual contribuiría a futuras estrategias para el otorgamiento de información a la sociedad.

Al mismo tiempo, podemos comprender que, en caso de haber existido una estrategia de comunicación del lado chileno, esta no parece haber suscitado mayor interés de parte de quienes tenían a su cargo llevar hacia adelante la estrategia de comunicación peruana, como se desprende de su falta de conocimiento sobre la estrategia del país vecino. Los medios de comunicación en Perú y Chile, así como en Europa, seguían muy de cerca las decisiones tomadas por la cancillería peruana, lo que no ocurría con Chile que apenas alcanzaba a tener la misma repercusión en el tratamiento informativo a nivel internacional (Revismar, 2014).

Canchari (2020) refiere que las notas periodísticas de la Agencia Andina, eran tomadas o “jaladas” por diversos medios de comunicación nacionales e internacionales: “Como medio estatal podíamos ser tomados como fuente oficial, por eso había que tener mucho cuidado en el tratamiento de la noticia. Incluso cuando se dio el fallo, algunos

medios 'jalaban' la información de nosotros. También las agencias internacionales nos citaban o 'jalaban' cosas del fallo que publicábamos".

La presencia mediática que alcanzó Perú tuvo el impacto esperado. Pero, además, y es un punto en que coinciden los testimonios que hemos recopilado, se logró que la prensa y la opinión pública comprendieran que no existía ningún tratado marítimo entre Perú y Chile, lo que era uno de los principales objetivos comunicacionales por parte de la cancillería peruana. Un aspecto a considerar para una futura investigación es saber de qué manera influyó el proceso de la demanda marítima, en la imagen país de Chile frente al mundo.

Por último, otra de las limitaciones a considerar en este proceso fueron los medios de comunicación que tenían una posición "belicista", como el diario *La Razón*. Sin embargo, a propósito de este medio de prensa, el diplomático peruano, Neyra (2020) dice: "que nos escucharan (*La Razón*), creo que era una buena señal. Recuerdo que el editor general Obeso vino con alguien y había una buena sintonía. Era evidente que nosotros no podíamos cambiarle la línea editorial pero que sepan que era lo que nosotros veíamos en un escenario posible".

La periodista Castillo (2020) coincide en el hecho de que en su mayoría hubo un tratamiento informativo serio acerca del fallo de La Haya, pero no descarta que haya existido un sentimiento antichileno por parte de algunos medios de comunicación: "Un sector de la prensa lo manejó de manera seria. Por otro lado, había información en los demás medios que informaban que Chile nos estaba sobrepasando en tal o cual cosa, que nos estábamos regalando a Chile. Así, cómo tú dices, alimentaban un sentimiento antichileno en la población".

Objetivo específico 3: Precisar cuál es la situación actual y/o avance posterior al fallo del diferendo marítimo por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, a diciembre de 2019.

El seis de febrero de 2014, en el marco del Comité Permanente de Consulta y Coordinación Política (2 + 2), los ministros de Relaciones Exteriores y Defensa de Perú

y Chile firmaron una declaración conjunta, en la que acordaron diversos puntos de trabajo, luego de conocerse el fallo de la CIJ de La Haya. El punto 3 de esta declaración hace referencia al artículo 178 del Fallo de la CIJ de La Haya, en el que se establece que mientras Chile ha suscrito y ratificado la Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar (Convemar), Perú no es parte de este tratado (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2015). Asimismo, en la misma Declaración Conjunta, tanto Chile como Perú asumen el compromiso de adecuar su normativa interna de acuerdo al fallo de la CIJ de La Haya. Es decir, se trataría de un tema de leyes, una tarea que recae en el Poder Legislativo, para que el Perú pueda cumplir con esa adecuación en concordancia con el fallo.

El diplomático peruano, Neyra (2020) refiere que: “En ambos casos (Perú y Chile) falta una normativa (...) Es un tema de decisión política en parte porque desde cancillería se hizo el trabajo de hacer el instrumento normativo, proponerlo, pero por diversas razones no se llegó a aprobar y luego hubo cambio de gobierno y en este gobierno no se ha avanzado. La ejecución del fallo se ha dado y el Perú tiene soberanía sobre el espacio adjudicado en el fallo. En la práctica, los dos países asumimos que esos son los límites”. Sin embargo, desde enero 2014 a la fecha, el Perú no ha adecuado su normativa interna con lo señalado por el fallo de la CIJ de La Haya. Entonces, está pendiente la aplicación del derecho internacional a los espacios marítimos para fines de nuestra constitución.

Otro punto que queda pendiente después del fallo de la CIJ de La Haya, está referido a la culminación de la demarcación del límite terrestre, en el sentido de que el gobierno chileno viene manifestando Perú y Chile todavía tienen temas pendientes. Cabe indicar que el denominado “triángulo terrestre” no fue consultado a la CIJ de La Haya. En julio de 2019, el presidente de Chile, Sebastián Piñera, señaló que el Perú y Chile tenían un “tema pendiente” por resolver. De acuerdo a Piñera, dicho triángulo tiene una extensión

de tres hectáreas, cuya demarcación final dependerá del grado de colaboración entre ambos países (Agencia EFE, 2019).

Sobre el particular, el internacionalista Miguén Ángel Rodríguez Mackay, en su artículo de opinión “El triángulo terrestre que no cuadra a Chile”, publicado en diario *Correo*, el 9 de marzo de 2014, refiere que: “La Cancillería chilena entregó una nota diplomática de protesta a nuestra Embajada en Santiago por la publicación de una infografía de nuestra soberanía territorial que muestra, como es lógico, la porción del triángulo terrestre nacional de 37,610 metros cuadrados”.

La posición de Chile como hace referencia Rodríguez Mackay en marzo de 2014, parte de una interpretación distinta del Tratado de Límites de 1929 y del fallo de la CIJ de La Haya de 2014. Sin embargo, tanto Perú como Chile han cumplido con otros aspectos del fallo, esto es, ha realizado todos los trabajos para las mediciones y la determinación de las coordenadas de puntos, para fijar el límite marítimo con Chile.

Lo que se identifica en la actualidad es que no existe una mayor difusión informativa sobre la situación del fallo de La Haya, lo que podría deberse a distintas razones. Por un lado, como ha expresado la periodista de *La República*, Castillo (2020), el diferendo marítimo ha dejado de ser un tema de coyuntura: “Lo hemos seguido esporádicamente para ver, por ejemplo, qué había en esa zona o cómo era el avance para definir los puntos fijos. Pero en este momento, el tema ya no es coyuntural. La última vez que lo tratamos fue en 2019, cuando se cumplió cinco años del fallo”.

Así también parece entenderlo el diplomático peruano, Neyra (2020), al referir que si bien existen ceremonias de aniversario que ponen en relieve esta fecha histórica, el tema ha devenido más en lo político que en lo comunicativo. Además, en relación al “triángulo terrestre”, el funcionario de la cancillería peruana refiere que la posición peruana es que no existe dicho problema. “La estrategia de comunicación en su momento fue responder el criterio político que tiene el Perú: que no es un problema. El fallo incluso dice que el límite marítimo puede ser distinto que el límite terrestre que, para nosotros, está claramente establecido en el tratado de 1929. La posición jurídica

de Perú es una, Chile dice que no. Esto alteraría el límite terrestre, cosa que no tiene ningún asidero político. Nosotros no asumimos que exista un problema. Todos los cancilleres que han venido luego están en la misma línea” (Neyra, 2020).

En relación a la reunión 2 + 2, Neyra (2020) refiere que: “Hubo una reunión en febrero (Comité Permanente de Consulta y Coordinación Política (2 + 2) a la cual fueron los cancilleres en Chile para determinar cómo se iba a llevar la ejecución y nos quedamos para saber cuál iba a ser el compromiso de ambos países sobre cómo iba a ser a medición, quién o iba a ser. Ese trabajo terminó el 12 de marzo cuando viene una representante de Chile y se reúne con la canciller Eda Rivas. Se firma un acuerdo para poner las coordenadas de ese mapa. Todo ese trabajo era mucho más político que comunicacional”.

### **Discusión**

La estrategia de comunicación de la cancillería peruana ha cambiado radicalmente, siendo así que ahora existe una mayor apertura de parte del Estado peruano para brindar información a los medios de comunicación. Asimismo, existe una relación más cercana entre esta entidad del Estado con la prensa, que se denota en la elaboración de talleres dirigidos a la preparación y capacitación de periodistas, por lo tanto, en la práctica existe una mayor comunicación entre la fuente y el receptor. Así también, la cancillería peruana se ha afianzado más en el campo de la comunicación digital; específicamente, en el uso de las redes sociales para transmitir información de relevancia regional e internacional. Sin embargo, a la fecha, parece necesario contar con una estrategia de comunicación que haga frente al tema del “triángulo terrestre” impulsado por el gobierno chileno, como un tema pendiente entre ambas repúblicas.

“Lo que hicimos fue darles importancia a los medios digitales y los community managers, en especial nuestros colegas más jóvenes” (Neyra, 2020). Si bien no se ha constituido propiamente una dirección dentro del organigrama de la cancillería peruana que se ocupe de manera específica del campo de la diplomacia pública, la institución se



ha ido adaptando a los cambios acordes con las nuevas herramientas de la comunicación. A marzo de 2019, la cancillería peruana cuenta con una Oficina General de Comunicación conformada por la Oficina de Prensa, Oficina de Comunicación y la Oficina de Transparencia y Acceso a la Información Pública. La importancia del soft power y diplomacia pública en el ejercicio de la labor diplomática es cada vez mayor como lo demuestra el trabajo de especialistas de la cancillería que tuvieron a su cargo el desarrollo de talleres para los periodistas, así como las visitas a los medios de comunicación, para explicar de manera sencilla la posición peruana.

### **Conclusiones**

Nuestra investigación demuestra que el diseño de una estrategia de comunicación para el momento de la lectura del fallo de la CIJ de La Haya, por parte del Estado peruano a través de su cancillería, fue determinante para dar a conocer los alcances de esta sentencia histórica en las relaciones binacionales entre Perú y Chile.

La estrategia comunicacional se caracterizó por su trabajo sostenido con los distintos medios de comunicación, que fueron actores importantes durante todo el proceso de la demanda marítima del Perú a la república de Chile; como puede corroborarse por los testimonios recopilados.

Esta estrategia que realizó el equipo de comunicaciones del Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú tuvo una articulación exitosa desde su conformación para establecer criterios precisos, como evitar caer en manifestaciones chauvinistas.

Dicho equipo articuló esfuerzos y tuvo una composición multidisciplinaria, conformada por sociólogos, comunicadores y juristas; teniendo como base fundamental la relación permanente con los medios de comunicación.

Como parte de su trabajo, el equipo a cargo de la elaboración de la estrategia de comunicación de la cancillería peruana, facilitó herramientas de trabajo a los periodistas, como glosarios de términos y una página web <http://www.perulahaya.pe> ; así como organizó talleres informativos con el propósito de generar un lenguaje homogéneo; lo que demuestra que el fallo de la CIJ de La Haya –además de ser un escenario positivo

para los intereses peruanos— generaba, por primera vez, una agenda pública de una política de Estado.

Los contenidos y límites que caracterizaron esta estrategia, estuvieron vinculadas a los recursos en vocería, así como el trabajo para formar una opinión pública a favor de la demanda marítima y del trabajo del equipo jurídico peruano.

En el balance general podemos afirmar que la estrategia de comunicación peruana tuvo éxito, como se contrastan por los testimonios y la medición de las encuestas realizadas en Perú, días después de conocerse el fallo. Así, si tenemos en cuenta que, uno de los objetivos del equipo de comunicaciones de la cancillería era que la sociedad peruana comprendiera que, en cualquier escenario, sea cual fuere el resultado del fallo de la CIJ, el Perú ganaba; vemos que los medios de comunicación y la sociedad chilena tuvieron esta percepción, que Perú salió ganador o más favorecido con el fallo de la corte, por tanto —en perspectiva comparada— podemos sostener que dicha metodología y los actores para la estrategia comunicativa fueron de suma importancia.

### Referencias

Academia Diplomática del Perú Javier Pérez de Cuéllar. (2015) *Foro “Acercando el futuro: la formación diplomática en el siglo XXI” en ocasión del sexagésimo aniversario de la creación de la Academia Diplomática del Perú*. Lima, Perú: aRevista Política Internacional. Nº 116 – 117, abril-setiembre 2015.

Agencia Andina de Noticias. (2017). *Intercambio comercial entre Perú y Chile llegó a los U\$S 2,200 millones*. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-intercambio-comercial-entre-peru-y-chile-llego-a-los-us-2200-millones-673835.aspx>

Basadre, J. (1970). *Historia de la República del Perú*. Lima, Perú: Editorial Universitaria. Tomo XIII.

Borau, E., García García, F., y Rodríguez, A. (2013). *La diplomacia del presente: universo 2.0 al alcance de la mano*. Madrid, España: Revista interdisciplinaria de

**La estrategia de comunicación peruana en el diferendo marítimo con Chile.  
Comunicando el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya en 2014**

Ciencias de la Comunicación y Humanidades. Comunicación y Hombre. Separata del número 9 de la revista Comunicación y Hombre.

Bouza, F. (2004). *Desventuras de un concepto claro y distinto: Opinión Pública*.

Recuperado de [https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-11-05-opiesp%20\(1\).pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-11-05-opiesp%20(1).pdf)

Bouza, F. (2006) *La influencia de los medios de comunicación en la opinión pública*.

España: Cátedra Jorge Juan. Curso 2006-2007, Adolfo Rey Seijo (dir.). A Coruña: Universidade, 2008, p. 41-47. ISBN: 978-84-9749-284-3. Recuperado de <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9030/CC95art2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Deustua, A. (2007). *El inexistente límite marítimo con Chile: de los criterios de seguridad a los criterios jurídicos*. Lima, Perú: Revista Peruana de Derecho Internacional. Órgano de difusión de la Sociedad Peruana de Derecho Internacional. Tomo LVII mayo – agosto 2007 N° 135.

Castells, M. (2008). *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política*. Universitat Oberta de Catalunya. «Artículo publicado en la revista Telos, N° 74, enero-marzo de 2008»

Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S. A. C. (2014). *Estudio de opinión pública para evaluar la gestión presidencial, instituciones públicas y el fallo de la corte de La Haya*. Lima, Perú.

El Comercio. (2014). *El 90% espera que Chile respete y cumpla fallo de La Haya*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/politica/internacional/90-espera-chile-respete-cumpla-fallo-haya-375813-noticia/>

Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú. (2010). *Estado de la Opinión Pública. Perú y Chile: diferencias y coincidencias*. Lima, Perú: Año VI/ junio de 2010.

Matovelle, A. (2016). *Relaciones internacionales respecto a la aplicación de la diplomacia digital en Ecuador y el mundo. Tesis presentada como requisito para*

*obtener el título de Licenciada en Estudios Internacionales mención Bilingüe en Comercio Exterior.* Cuenca, Ecuador: Universidad del Azuay.

Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. (2018). *Plan Estratégico Institucional 2016–2018.* Recuperado de <http://transparencia.rree.gob.pe/index.php/2-planeamiento-y-organizacion/22-planos-y-politicas/222-documentos-de-planificacion/plan-estrategico-institucional-pei/8899-pei-mre-2016-2018-agosto-2016/file>

Mochizuki, L. (2016). *Estrategia de comunicación utilizada por la cancillería durante el conflicto del Cenepa y las negociaciones de paz con Ecuador, los años 1995-1998.* Academia Diplomática del Perú “Javier Pérez de Cuéllar”. Lima, Perú.

Nieto, A., y Peña, M. (2008). *La diplomacia pública: los medios informativos como instrumento de política exterior.* México D. F., México: Estudios Políticos, vol. 9, núm. 13– 14– 15, enero – diciembre, 2008, pp. 149 – 163

Palacios, R. (1974). *La chilenización de Tacna y Arica 1883– 1929.* Lima, Perú: Editorial Arica S. A.

Perú21. (2014). *La Haya: El nuevo mapa del mar peruano tras el fallo.* Recuperado de <https://peru21.pe/politica/haya-nuevo-mapa-mar-peruano-fallo-142363-noticia/?ref=p21r>

Pitarque, A. (2011). *Métodos y diseños de investigación.* Valencia, España: Universitat de València (UV).

Revismar. (2014). *La Haya: Análisis de un fallo controvertido.* Chile: Año CXXX, volumen 131, número 939 (marzo - abril 2014). Revista de Marina 939.

Riorda, M. (2011). *La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental.* *Politai*, 2(3), 96-111. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>

Rodríguez, D. (2017). *Perú – OCDE: Estrategia comunicacional en torno a un eventual proceso de adhesión.* Academia Diplomática del Perú “Javier Pérez de Cuéllar”. Lima, Perú.